

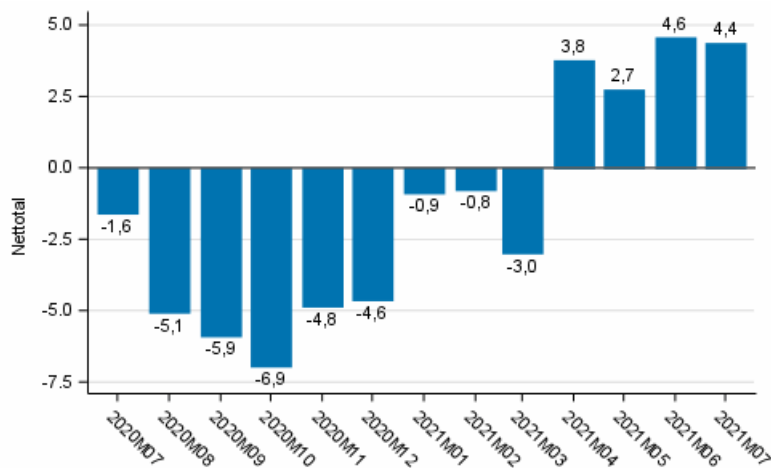
Konsumenternas förtroende

2021, juli

Konsumenternas egen ekonomi och penningssituation stabilare än någonsin i juli

Konsumenternas förtroendeindikator var i juli 4,4, då den i juni var 4,6 och i maj 2,7. Förtroendet för ekonomin var mycket starkt i juli, då förtroendeindikatorns långtidsmedelvärde är -1,7. Vid motsvarande tidpunkt i fjol fick indikatorn värdet -1,6. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 juli av 1 007 personer bosatta i Finland.

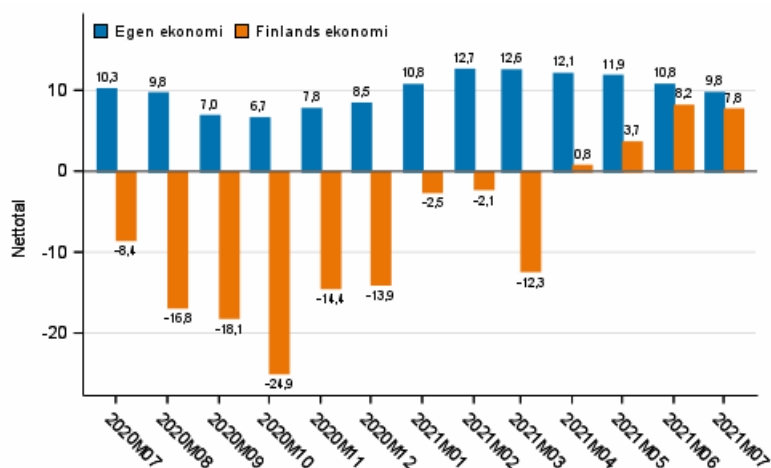
Konsumenternas förtroendeindikator



Av delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var synen på den egna ekonomin i nuläget i juli den mest positiva i hela mätningshistorien. Dessutom fanns rikligt med planer på att använda pengar på kapitalvaror. Också förväntningarna på utvecklingen av både den egna och Finlands ekonomi var optimistiska i juli.

Konsumenternas syn på den egna ekonomin in nuläget förbättrades en aning i juli jämfört med juni. Övriga tre delfaktorer var oförändrade eller försvagades något. Jämfört med juli i fjol var delfaktorerna nu på en klart starkare nivå, förutom förväntningarna på den egna ekonomin, som var nästan oförändrade från året innan.

Konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och Finlands ekonomi om ett år



Konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den allmänna arbetslösheten i Finland var också fortsatt ljusa i juli. Det samma gällde de sysselsattas, dvs. löntagarnas och företagarnas, syn på risken för att själva råka ut för arbetslöshet eller permittering vid tidpunkten för enkäten. I juli uppnådde konsumenternas uppskattning av inflationen, dvs. tillväxttakten för konsumentpriserna under de kommande månaderna, redan sitt långtidsmedelvärde.

I juli uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen är bättre än någonsin. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var ytterst gynnsam för att spara, gynnsam också för att låna och hyfsad för att köpa kapitalvaror. Man förutspådde att det fortsättningsvis uppstår många möjligheter att spara under de kommande månaderna.

I juli hade fortfarande ett stort antal konsumenter planer på att ta lån inom ett år. Liksom under de senaste månaderna hade konsumenterna också påfallande många planer på att köpa bostad. Dessutom övervägde många i juli att köpa bil under det följande året och många planerade också att renovera hemmet.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I juli var konsumenternas förtroende för ekonomin klart starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 11,4) och svagast i Östra Finland (0,9). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän fortfarande de överlägset mest optimistiska (13,6). I juli var arbetslösa och pensionärer (-3,3 för båda) fortsättningsvis mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen.

Förtroendet för ekonomin minskar vanligen med personens ålder, och på motsvarande sätt ökar förtroendet vanligen i takt med inkomsterna. Män tenderar att ha större förtroende för ekonomin än kvinnor. Närmare information finns i [databastablerna](#).

EU-resultat

Alla EU-länders (säsongrensade) forskningsresultat om ekonomiska förväntningar publiceras varje månad på Europeiska kommissionens webbplats: [Pressmeddelanden](#).

Begrepp

Nettotalet erhålls genom att vikta svarsalternativen och subtrahera den procentuella andelen nekande svar från den procentuella andelen jakande svar på en fråga. **Konsumenternas förtroendeindikator** (A1) beräknas som ett genomsnitt av delfaktorernas netttotal. Förtroendeindikatorns fyra delfaktorer är:

konsumentens egen ekonomi nu (B1), konsumentens egen ekonomi om 12 månader (B2), Finlands ekonomi om 12 månader (B4) och konsumentens användning av pengar på kapitalvaror under de följande 12 månaderna jämfört med föregående 12 månader (E1). Nettotalen och förtroendeindikatorn kan variera mellan -100 och +100, ju högre siffra desto mer optimistisk är synen på ekonomin.

Innehåll

1. Granskning av svarsfördelningar.....	5
2. Metoden för undersökningen om konsumenternas förtroende.....	6

Tabeller

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas uppfattningar och avsikter.....	7
--	---

Figurer

Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator	9
Figurbilaga 2. Egen ekonomi.....	9
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi.....	9
Figurbilaga 4. Inflation	10
Figurbilaga 5. Arbetslöshet.....	10
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att.....	10
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara.....	11
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader.....	11
Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror 12 månader framåt jämfört med 12 månader bakåt.....	11
Figurbilaga 10. Avsikter att köpa inom 12 månader.....	12

1. Granskning av svarsfördelningar

Egen och Finlands ekonomi

I juli ansåg 46 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och 23 procent ansåg att den är bättre. Av konsumenterna uppskattade 14 procent att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Klart fler, dvs. 29 procent av konsumenterna, ansåg att den egna ekonomin i juli var starkare än året innan. Motsvarande andelar var i juni 15 och 28 procent och för ett år sedan 20 och 25 procent.

I juli trodde 41 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Tjugofyra procent av konsumenterna bedömde för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 44 och 26 procent och för ett år sedan i juli 32 och 39 procent.

I juli litade 28 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras medan 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I juni var motsvarande andelar 27 och 10 procent och för ett år sedan 28 och 11 procent.

Arbetslöshet och inflation

I juli förväntade sig 38 procent av konsumenterna att den allmänna arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 28 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i juni 41 och 30 procent och för ett år sedan 24 och 53 procent.

I juli bedömde 11 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat under de senaste månaderna för deras egen del, medan 16 procent bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde rentav 47 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. Månaden innan var dessa tre andelar 9, 16 och 47 procent och för ett år sedan i juli 4, 35 och 36 procent.

I juli bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,9 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var för ett år sedan 2,3 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationförväntningarna är 2,9 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 65 procent i juli att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen bara 51 procent. Av konsumenterna hade 66 procent sparat i juli och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I juli ansåg 60 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var denna andel 51 procent. I juli planerade 18 procent av konsumenterna att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 16 procent.

Penninganvändning

Av konsumenterna ansåg 34 procent i juli att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 17 procent att öka och 27 procent att minska användningen av pengar på kapitalvaror under det följande året.

I juli planerade 16 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. Påfallande många funderade också på att köpa bostad inom ett år: 16 procent av konsumenterna. Därtill planerade rentav 24 procent av konsumenterna att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år. Långtidsmedelvärdet för planerna på att köpa bil är 14 procent, för planerna på att köpa bostad 13 procent och för renoveringar 18 procent.

2. Metoden för undersökningen om konsumenternas förtroende

Med hjälp av undersökningen om konsumenternas förtroende mäter man de finländska konsumenternas förtroende för ekonomin, dvs. föreställningar om och förväntningar på den egna ekonomiska utvecklingen och den allmänna ekonomiska utvecklingen i Finland. Man utreder också konsumenternas planer på att göra stora anskaffningar, spara och ta lån. Undersökningen genomförs med en s.k. mixed-mode-datainsamling, dvs. med webblankett och genom telefonintervjuer (CATI). I undersökningen finns färdiga svarsalternativ (en kvalitativ undersökning).

Undersökningens tidigare namn var konsumentbarometern. Konsumentbarometern genomfördes med enbart telefonintervjuer. Den första barometerundersökningen gjordes i november 1987. Ända till 1991 gjordes undersökningen två gånger om året, i maj och november. År 1992 ökade man antalet undersökningsomgångar till fyra: undersökningsmånaderna var februari, maj, augusti och november. Fr.o.m. oktober 1995 har man samlat in uppgifter om konsumenternas uppfattningar varje månad på uppdrag av och med delfinansiering från [Europeiska kommissionen](#).

Urval och datainsamling

Till populationen i undersökningen om konsumenternas förtroende hör 3,9 miljoner personer i åldern 18–74 år i Finland. I undersökningen används roterande pannedesign: alla medverkar två gånger inom ett halvt år. Det slumpmässiga urvalet utgörs varje månad av cirka 2 200 personer av vilka hälften är med första gången och hälften andra gången. Undersökningsområdet omfattar hela landet, och deltagarna representerar landets befolkning ifråga om ålder, kön, bostadsområde och modersmål. Undersökningens datainsamlingsperiod är de två eller tre första veckorna i månaden.

I juli 2021 erhöles svar från 1 007 personer. Av svaren 76 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 53,5 procent. Bortfallet omfattar förutom dem som vägrade eller annars var förhindrade att delta i undersökningen också dem man inte kunde nå. Eventuell övertäckning (personer som dött, som bor i anstalt eller som flyttat utomlands o.dyl.) ingår här också i bortfallet.

Viktning

Alla svarsuppgifter för undersökningen om konsumenternas förtroende upphöjs till populationsnivå med hjälp av viktcoefficients. Viktningen korrigerar effekterna av bortfallet av svar och förbättrar uppgifternas statistiska exakthet. Viktkoefficienterna bildas med en kalibreringsmetod (Calmar) genom att utnyttja sannolikheten för resp. observation att ingå i urvalet. Siffrorna och serierna som publiceras har inte säsongrensats.

Tabellbilagor

Tabellbilaga 1. Konsumenternas uppfattningar och avsikter¹⁾

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2020	06/2021	07/2021	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-13,9	-1,6	4,6	4,4	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	9,1	-5,3	2,8	7,6	9,1	++
- Bättre (%)	.	.	.	25,3	28,4	29,4	
- Sämre (%)	.	.	.	19,6	15,2	14,5	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,1	13,5	1,2	10,3	10,8	9,8	+
- Bättre (%)	.	.	.	28,4	27,3	27,7	
- Sämre (%)	.	.	.	10,9	10,4	11,5	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,8	25,9	-66,5	-57,9	-25,6	-16,6	-
- Bättre (%)	.	.	.	3,5	17,6	23,1	
- Sämre (%)	.	.	.	83,2	56,4	46,2	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,0	20,3	-32,8	-8,4	8,2	7,8	+
- Bättre (%)	.	.	.	31,7	43,7	41,4	
- Sämre (%)	.	.	.	39,1	25,9	23,6	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,0	2,8	3,1	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,3	2,8	2,9	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,8	20,3	-59,5	-19,6	3,8	3,4	+
- Mindre (%)	.	.	.	23,9	41,4	37,9	
- Mera (%)	.	.	.	53,2	29,8	28,3	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,4	4,7	-26,6	-21,1	-4,2	-2,9	+
- Minskat (%)	.	.	.	4,1	9,3	10,7	
- Ökat (%)	.	.	.	34,9	16,5	15,9	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,5	43,5	-14,3	19,2	21,3	21,8	=
- Bra tid (%)	.	.	.	34,9	35,2	34,2	
- Dålig tid (%)	.	.	.	15,8	14,0	12,4	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,6	29,4	-28,5	4,6	18,3	20,4	++
- Bra tid (%)	.	.	.	51,3	64,2	65,1	
- Dålig tid (%)	.	.	.	46,8	34,4	34,0	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,4	31,7	-60,4	1,5	8,9	12,0	+
- Bra tid (%)	.	.	.	50,8	58,3	60,1	
- Dålig tid (%)	.	.	.	46,7	40,1	38,4	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,9	33,1	6,4	30,1	32,7	33,1	++
- Sparar (%)	.	.	.	63,0	64,9	66,5	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	10,7	9,3	8,9	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,1	53,6	9,8	48,7	48,9	50,6	+
- Kan spara (%)	.	.	.	77,2	77,1	77,9	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	22,4	22,5	22,1	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,6	24,2	10,5	18,6	18,7	17,8	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,4	5,4	3,8	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	07/2020	06/2021	07/2021	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	.	.	.	14,2	13,3	14,0	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,1	-6,9	-26,7	-10,9	-8,3	-9,2	++
- Mera (%)	.	.	.	16,3	17,6	17,2	
- Mindre (%)	.	.	.	28,5	26,6	27,4	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	17,9	18,3	16,3	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	5,3	5,0	5,1	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	12,6	13,3	11,2	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,7	18,1	9,1	17,1	15,0	16,3	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,2	5,1	4,3	
- Eventuellt (%)	.	.	.	11,9	10,0	12,0	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,6	26,0	8,1	22,9	22,3	23,6	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	9,3	8,6	6,9	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	13,6	13,7	16,6	

1) Långtidsmedelvärdet, maximi- och minimivärdet kan inte presenteras för svarsfördelningarna.

2) Utsikter: ++ mycket goda, + goda, = neutrala, - dåliga, -- mycket dåliga; nettotalets avvikelse från medeltalet har jämförts med standardavvikelsen.

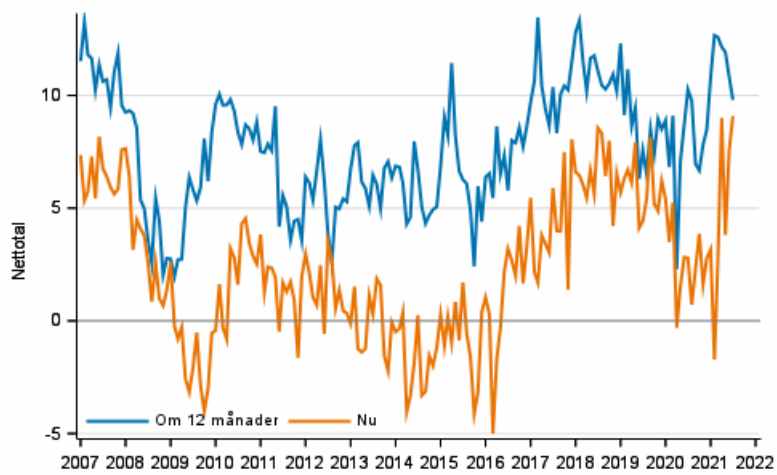
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

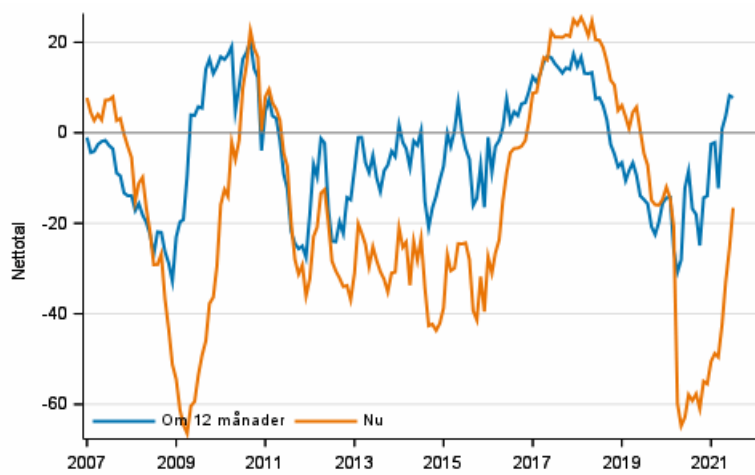


1) medeltal 10/1995 - 07/2021

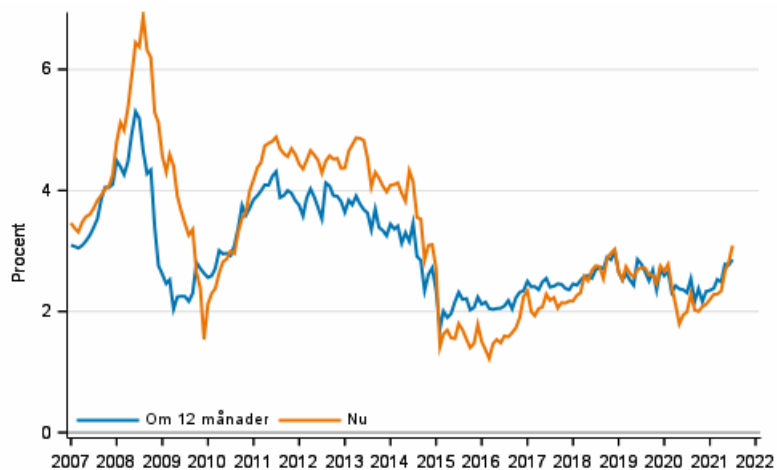
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



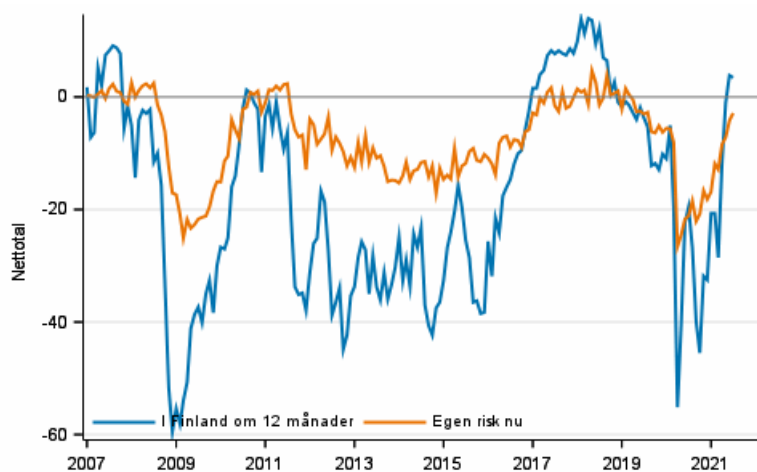
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



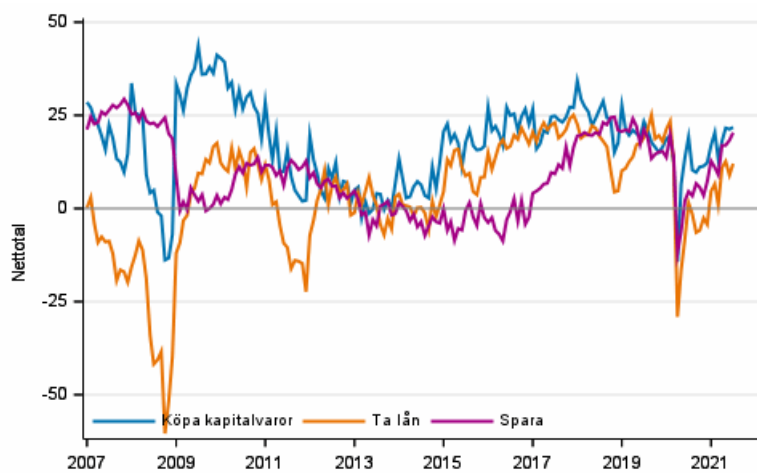
Figurbilaga 4. Inflation



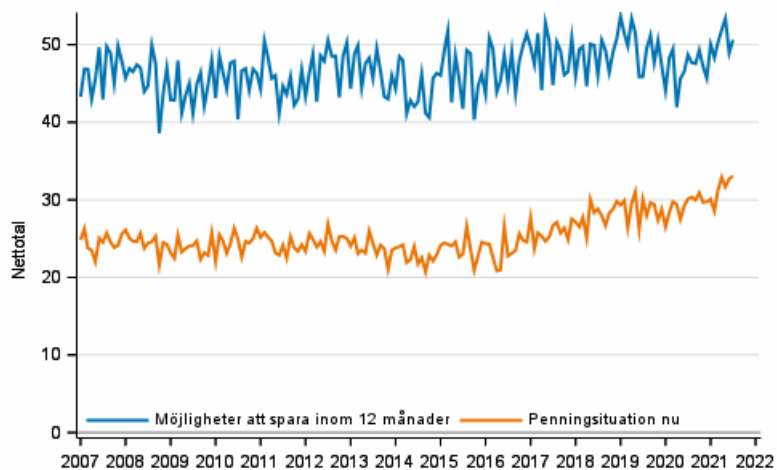
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



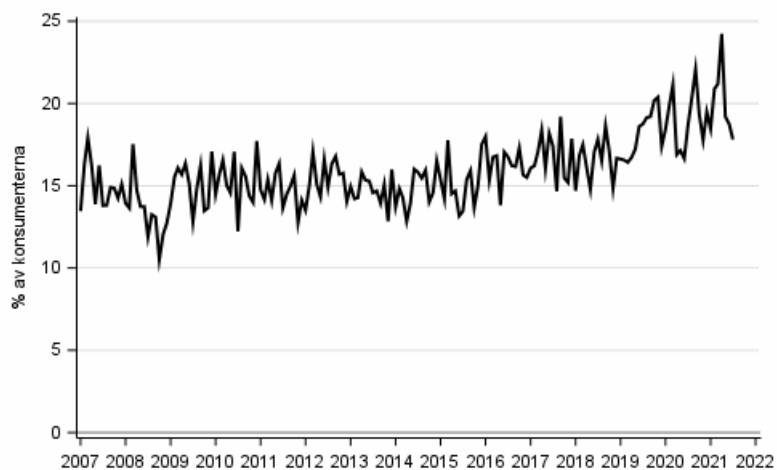
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



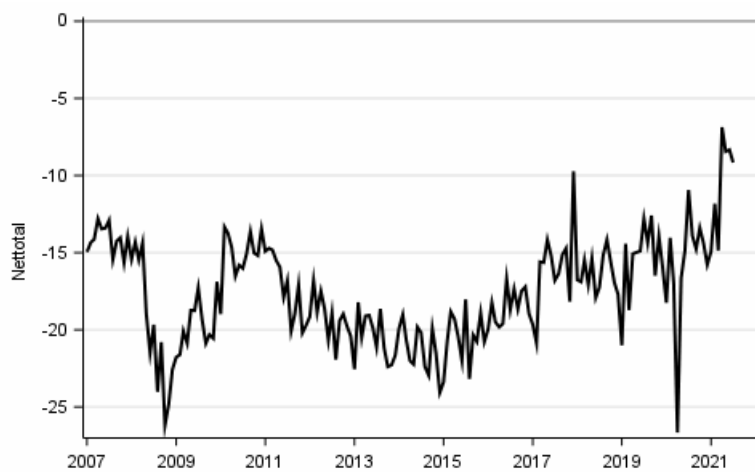
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



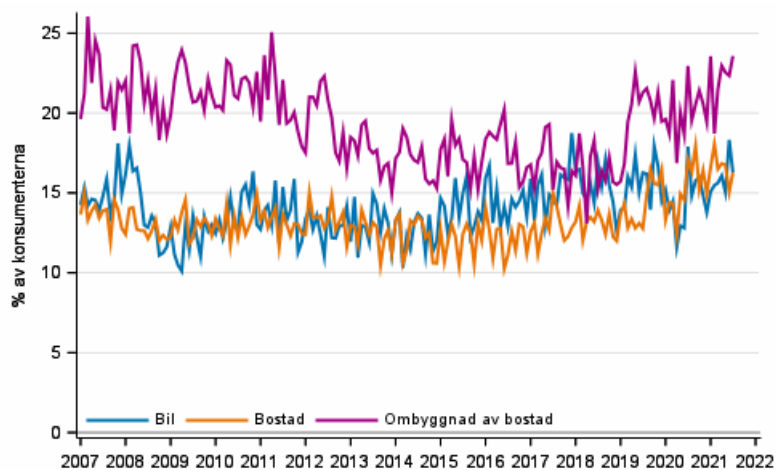
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



Figurbilaga 9. Köp av kapitalvaror 12 månader framåt jämfört med 12 månader bakåt



Figurbilaga 10. Avsikter att köpa inom 12 månader



Förfrågningar

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Tara Junes 029 551 3322

Ansvarig avdelningschef:
Hannele Orjala

konsumenternas.fortroende@stat.fi

www.stat.fi

Källa: Konsumenternas förtroende 2021, juli. Statistikcentralen