

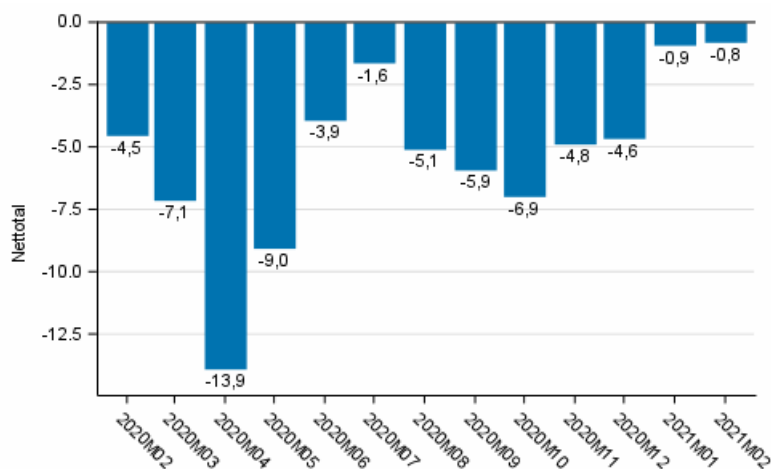
# Konsumenternas förtroende

2021, februari

## Konsumenternas förtroende oförändrat – flest planer någonsin på att köpa bostad

Konsumenternas förtroendeindikator var i februari -0,8, då den i januari var -0,9 och i december -4,6. I februari i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -4,5. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–16 februari av 994 personer bosatta i Finland.

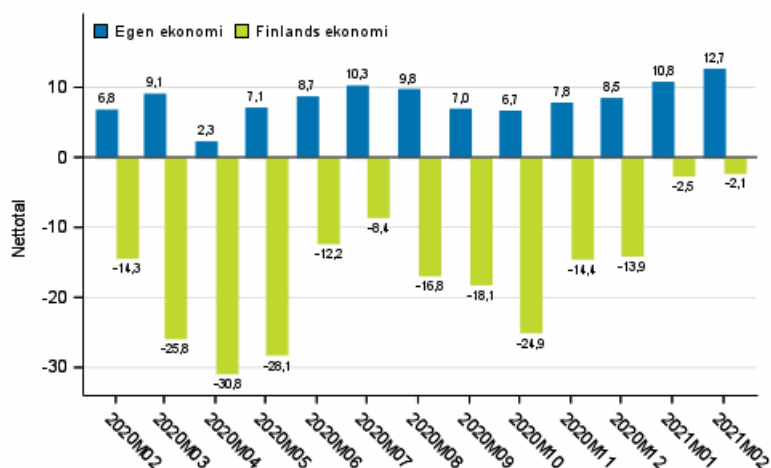
### Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var det bara synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget som försämrades i februari jämfört med januari. Övriga delfaktorer förbättrades något. Också jämfört med motsvarande period i fjol var synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget nu sämre. De övriga tre delfaktorerna förstärktes klart på ett år.

I februari var konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin om ett år mycket ljusa och det fanns en hel del med planer på att använda pengar på kapitalvaror. Däremot var synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget ganska dystert i februari. Förväntningarna på Finlands ekonomiska utveckling var på samma nivå som långtidsmedelvärdet.

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



Konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den allmänna arbetslöshetssituationen i Finland var oförändrade och på en ganska pessimistisk nivå i februari. De sysselsattas, dvs. löntagarnas och företagarnas, syn på risken för att själva råka ut för arbetslöshet eller permittering vid tidpunkten för enkäten förbättrades, men var fortfarande på en svag nivå. Konsumenternas uppskattning av tillväxttakten för konsumentpriserna under de kommande månaderna var i februari någotsånär oförändrad och klart under sitt medeltal.

I februari uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen fortsättningsvis är utmärkt. Tidpunkten ansågs gynnsam för att spara och även relativt bra för att köpa kapitalvaror och ta lån. Dessutom hade väldigt många fortfarande planer på att ta lån. Konsumenterna hade i februari fler planer på att köpa bostad än någonsin tidigare i mätningshistorien sedan år 1998. Många funderade också på att renovera hemmet under det följande året.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I februari var konsumenternas förtroende för ekonomin klart starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 4,2) och svagast i Västra Finland (-3,0). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän mest optimistiska (9,2). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-8,7). Bland företagare fick förtroendeindikatorn i februari värdet -4,9.

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 (positiv) 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 februari ansåg 78 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och bara 4 procent ansåg att den är bättre. Av konsumenterna uppskattade rentav 25 procent i februari att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Tjugotvå procent av konsumenterna, ansåg att den egna ekonomin var starkare än året innan. Motsvarande andelar var i januari 20 och 25 procent och för ett år sedan 19 och 24 procent.

I februari trodde 36 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 34 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 35 och 33 procent och för ett år sedan i februari 14 och 37 procent.

I februari litade rentav 33 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och bara 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I januari var motsvarande andelar 31 och 12 procent och för ett år sedan 25 och 13 procent.

## **Arbetslöshet och inflation**

I februari litade 24 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 56 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i januari 24 och 55 procent och för ett år sedan 26 och 33 procent.

I februari antog 5 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 25 procent bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde 39 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. Dessa tre andelar var månaden innan 5, 30 och 37 procent och i februari i fjol 6, 16 och 45 procent.

I februari bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,4 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var för ett år sedan 2,7 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationförväntningarna är 2,9 procent.

## **Sparande och låntagning**

Av konsumenterna bedömde 56 procent i februari att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen 66 procent. I februari hade 62 procent av konsumenterna sparat och 76 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I februari ansåg 53 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var andelen 68 procent. I februari planerade fortfarande klart fler än vanligt, dvs. 21 procent av konsumenterna, att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 15 procent.

## **Penninganvändning**

I februari ansåg 34 procent av konsumenterna att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 16 procent att öka och 30 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I februari planerade 15 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. Rekordmånga funderade i februari på att köpa bostad inom ett år: 18 procent av konsumenterna. Långtidsmedelvärdet är 13 procent. I februari planerade dessutom fler än vanligt, dvs. 19 procent av konsumenterna, att inom ett år spendera pengar på renovering av bostaden.

## 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 paneldesign: 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 februari 2021 erhöles svar från 994 personer. Av svaren 76 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 54,4 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 avsikter<sup>1)</sup>**

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2020	01/2021	02/2021	Utsikter <sup>2)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,8	6,8	-13,9	-4,5	-0,9	-0,8	+
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,0	8,6	-5,3	3,5	3,2	-1,7	--
- Bättre (%)	.	.	.	24,2	24,7	22,1	
- Sämre (%)	.	.	.	18,6	19,6	25,1	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,1	13,5	1,2	6,8	10,8	12,7	++
- Bättre (%)	.	.	.	24,8	30,7	32,8	
- Sämre (%)	.	.	.	13,5	12,3	10,9	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,4	25,9	-66,5	-14,5	-50,5	-48,8	--
- Bättre (%)	.	.	.	11,0	3,9	4,3	
- Sämre (%)	.	.	.	35,3	79,7	78,5	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,1	20,3	-32,8	-14,3	-2,5	-2,1	=
- Bättre (%)	.	.	.	13,6	35,1	35,5	
- Sämre (%)	.	.	.	37,1	33,3	34,1	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,8	2,2	2,3	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,7	2,3	2,4	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,8	20,3	-59,5	-5,0	-20,7	-20,7	-
- Mindre (%)	.	.	.	25,7	24,5	24,4	
- Mera (%)	.	.	.	32,5	54,8	56,2	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,4	4,7	-26,6	-5,7	-16,9	-11,9	-
- Minskat (%)	.	.	.	6,4	5,4	5,2	
- Ökat (%)	.	.	.	16,4	29,8	24,6	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,5	43,5	-14,3	19,5	16,9	20,4	=
- Bra tid (%)	.	.	.	30,0	32,7	33,8	
- Dålig tid (%)	.	.	.	10,5	15,8	13,4	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,4	29,4	-28,5	19,9	12,8	11,0	+
- Bra tid (%)	.	.	.	65,5	59,3	55,9	
- Dålig tid (%)	.	.	.	33,1	40,2	42,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,4	31,7	-60,4	23,4	4,6	6,5	=
- Bra tid (%)	.	.	.	68,3	53,3	53,4	
- Dålig tid (%)	.	.	.	29,9	45,3	44,4	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,8	31,0	6,4	28,4	30,1	28,6	++
- Sparar (%)	.	.	.	60,4	63,0	62,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	9,5	10,5	12,2	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	39,9	53,6	9,8	48,3	50,1	48,3	+
- Kan spara (%)	.	.	.	76,5	77,8	75,9	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	23,3	22,0	23,6	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,5	22,1	10,5	19,9	18,5	20,9	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,3	5,1	5,2	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	02/2020	01/2021	02/2021	Utsikter <sup>2)</sup>
- Eventuellt (%)	.	.	.	14,6	13,3	15,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (netttotal)	-16,2	-9,7	-26,7	-14,0	-14,9	-11,8	++
- Mera (%)	.	.	.	14,8	14,4	16,0	
- Mindre (%)	.	.	.	32,5	33,3	30,0	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	13,9	15,1	15,5	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	4,9	4,4	4,6	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	9,0	10,7	10,9	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,7	18,1	9,1	14,4	16,6	18,1	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,6	4,5	5,3	
- Eventuellt (%)	.	.	.	9,8	12,0	12,8	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,5	26,0	8,1	18,7	23,5	18,7	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	6,3	8,5	6,8	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	12,5	15,1	11,9	

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.



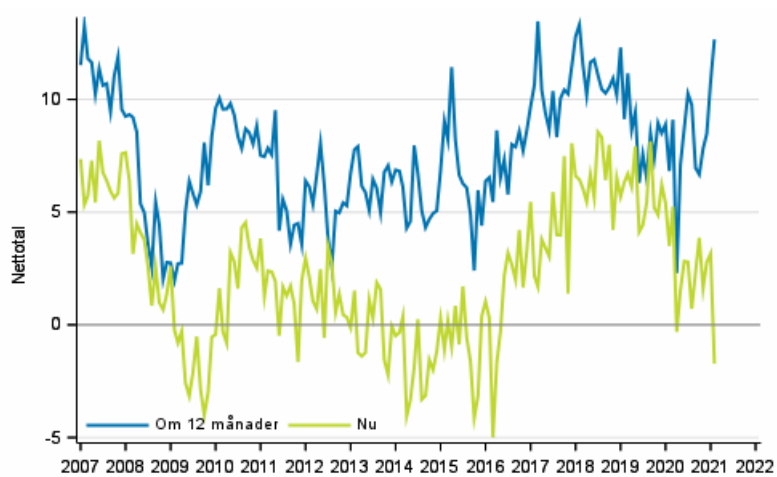
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

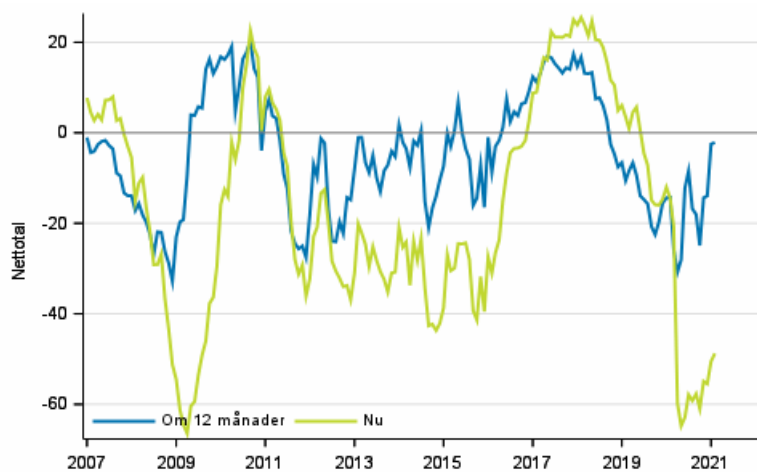


1) medeltal 10/1995 - 02/2021

## Figurbilaga 2. Egen ekonomi



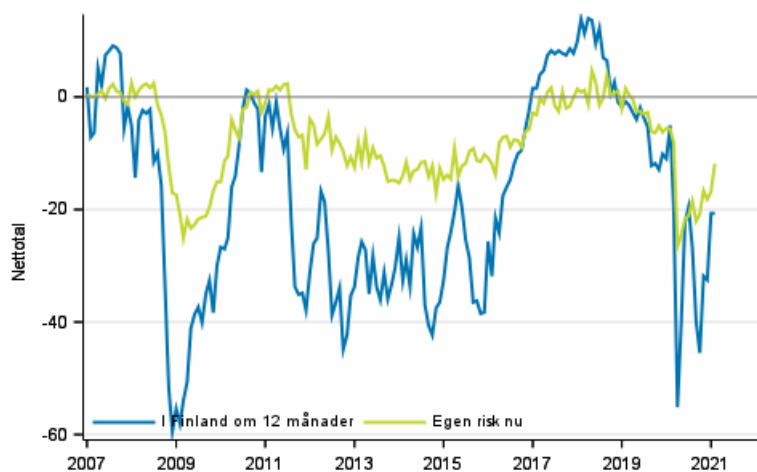
## Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



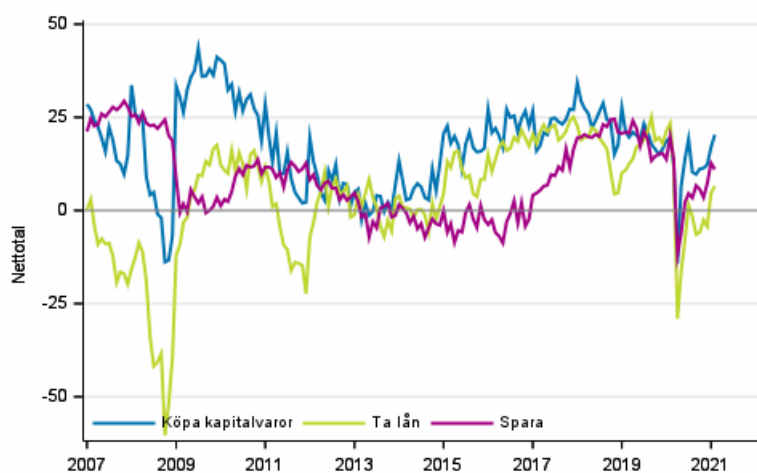
**Figurbilaga 4. Inflation**



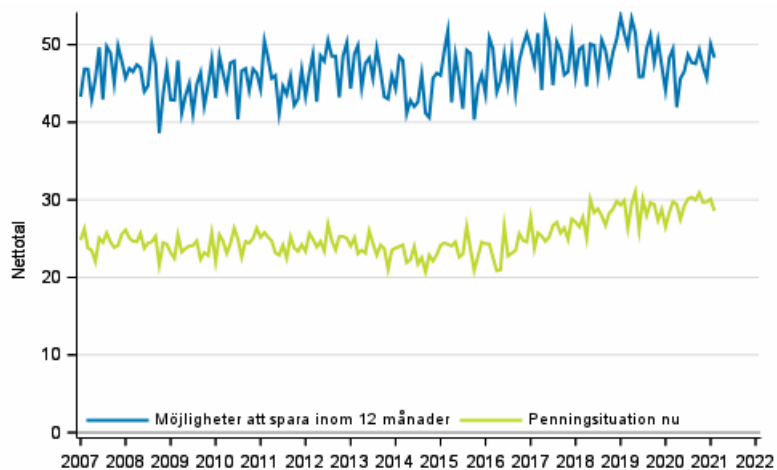
**Figurbilaga 5. Arbetslöshet**



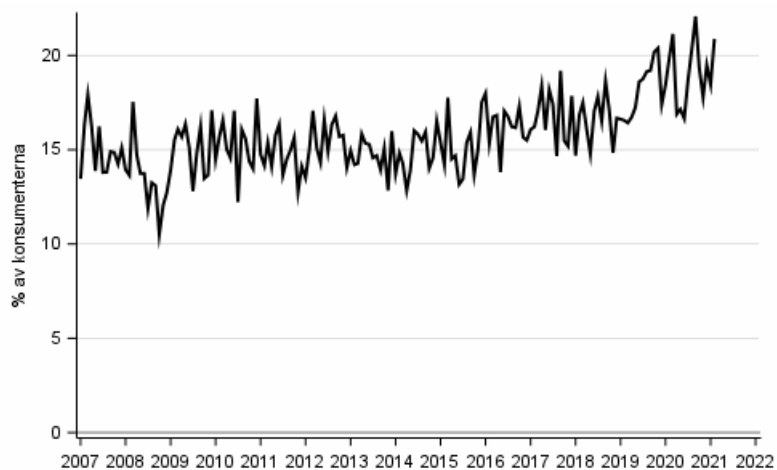
**Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att**



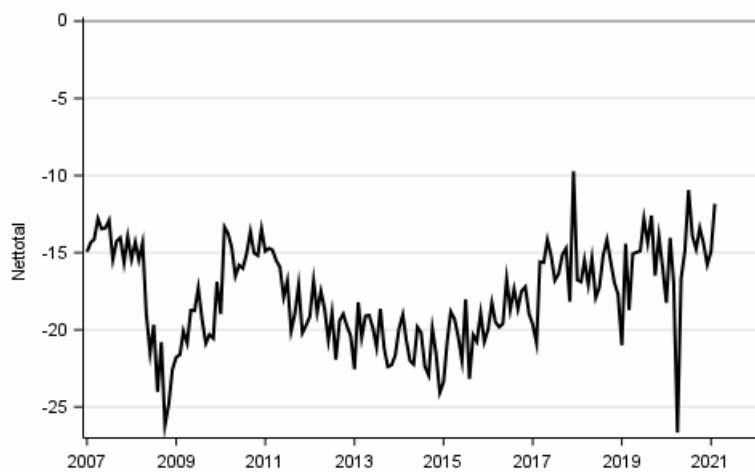
**Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara**



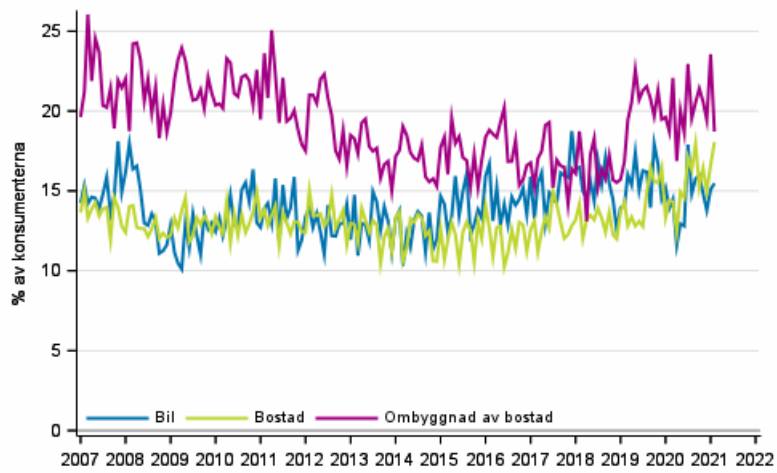
**Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader**



**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

Tuomas Parikka 029 551 3276

Ansvarig avdelningschef:  
Hannele Orjala

[konsumenternas.fortroende@stat.fi](mailto:konsumenternas.fortroende@stat.fi)

[www.stat.fi](http://www.stat.fi)

Källa: Konsumenternas förtroende 2021, februari. Statistikcentralen