

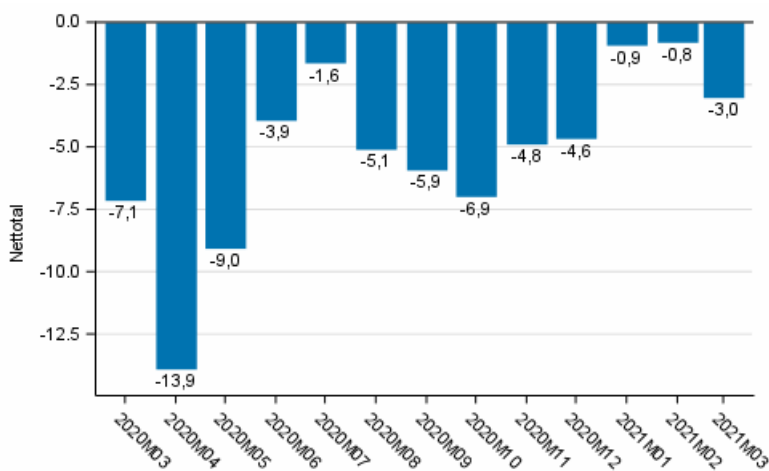
Konsumenternas förtroende

2021, mars

Konsumenternas förtroende försvagades något – en stark tro på den egna ekonomin

Konsumenternas förtroendeindikator var i mars -3,0 medan den i februari var -0,8 och i januari -0,9. I mars i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -7,1. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–21 mars av 1 080 personer bosatta i Finland.

Konsumenternas förtroendeindikator



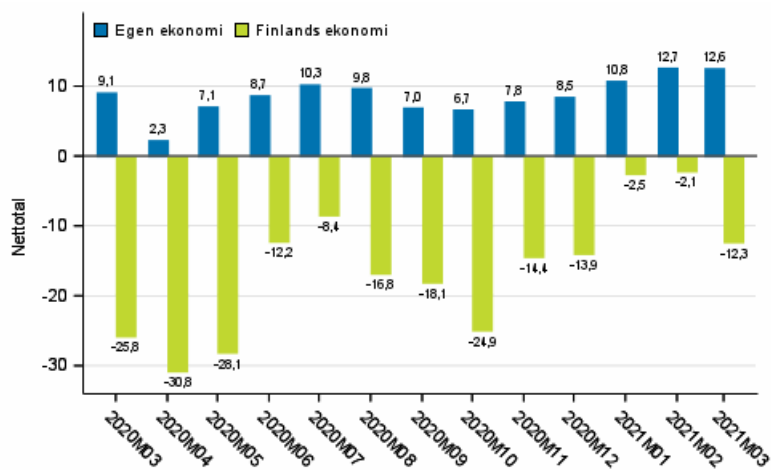
Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var det bara synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget som förbättrades i mars jämfört med februari. Förväntningarna på den egna ekonomin om ett år var oförändrade. Däremot försvagades motsvarande förväntningar på Finlands ekonomi nu klart. Konsumenternas planer på att använda pengar för anskaffning av kapitalvaror inom ett år minskade något i mars.

Jämfört med mars i fjol var synen på den egna ekonomin i nuläget den här gången sämre. De övriga tre delfaktorerna förstärktes klart på ett år.

I mars var konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den egna ekonomin under det följande året mycket ljusa och det fanns en hel del med planer på att använda pengar på kapitalvaror. Däremot var

förväntningarna på Finlands ekonomi för omväxlings skull ganska dystra. Synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget var i mars på samma nivå som långtidsmedelvärdet.

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



Också konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den allmänna arbetslösheten i Finland blev på nytt dystrare i mars. De sysselsattas, dvs. löntagarnas och företagarnas, syn på risken för att själva råka ut för arbetslöshet eller permittering var ungefär oförändrad men på en dyster nivå vid tidpunkten för enkäten. Konsumenternas uppskattning av tillväxttakten för konsumentpriserna under de kommande månaderna var i stort sett oförändrad i mars och under långtidsmedelvärdet.

I mars uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen är den bästa någonsin i mätningshistorien sedan år 1995. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var bra för att spara, men dålig för att ta lån och köpa kapitalvaror. Ändå hade väldigt många fortfarande planer på att ta lån inom ett år. Liksom under de senaste månaderna hade konsumenterna i mars påfallande många planer på att köpa bostad. Väldigt många funderade också på att renovera hemmet under det följande året.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I mars var förtroendet för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 1,2) och svagast i Norra Finland (-8,3). Av befolkningsgrupperna var studerandena de mest optimistiska (7,4). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var arbetslösa (-12,9). När det gäller företagen fick förtroendeindikatorn i mars värdet -5,2.

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

Nettotal 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 nettotal. 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 mars ansåg 77 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 19 procent att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Något fler, dvs. 24 procent av konsumenterna, ansåg att den egna ekonomin i mars var starkare än året innan. Andelarna som gäller den egna ekonomin var i februari 25 och 22 procent och för ett år sedan 19 och 27 procent.

I mars trodde bara 27 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 42 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 36 och 34 procent och för ett år sedan i mars 11 och 52 procent.

I mars litade 32 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och bara 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I februari var motsvarande andelar 33 och 11 procent och för ett år sedan 30 och 14 procent.

Arbetslöshet och inflation

I mars litade 20 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och rentav 62 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i februari 24 och 56 procent och för ett år sedan 16 och 47 procent.

I mars antog 5 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 25 procent åter bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde 38 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. En månad tidigare var dessa tre andelar 5, 25 och 39 procent och i mars i fjol 8, 21 och 43 procent.

I mars bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,5 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var för ett år sedan 2,3 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,9 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 56 procent i mars att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen 61 procent. Sextiofyra procent av konsumenterna hade sparat i mars och 77 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I mars ansåg 50 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var andelen 59 procent. I mars planerade fortfarande fler än vanligt, dvs. 21 procent av konsumenterna, att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 15 procent.

Penninganvändning

Av konsumenterna ansåg 31 procent i mars att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Femton procent av konsumenterna avsåg att öka och 33 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I mars planerade något fler än vanligt, dvs. 16 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. I mars funderade beaktansvärt många på att köpa bostad inom ett år: 16 procent av konsumenterna. Långtidsmedelvärdet för detta är 13 procent. I mars planerade dessutom rentav 21 procent av konsumenterna att spendera pengar på renovering av bostaden inom ett år.

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 undersökningssomgångar till fyra: undersökningssomgångarna 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. Undersökningssområdet 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 mars 2021 erhöles svar från 1 080 personer. Av svaren 77 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 50,3 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-	03/2020	02/2021	03/2021	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,8	6,8	-13,9	-7,1	-0,8	-3,0	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,0	8,6	-5,3	5,2	-1,7	2,7	=
- Bättre (%)	.	.	.	27,4	22,1	24,0	
- Sämre (%)	.	.	.	18,9	25,1	18,5	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,1	13,5	1,2	9,1	12,7	12,6	++
- Bättre (%)	.	.	.	29,7	32,8	32,1	
- Sämre (%)	.	.	.	14,2	10,9	11,1	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,5	25,9	-66,5	-20,8	-48,8	-49,6	--
- Bättre (%)	.	.	.	8,4	4,3	4,1	
- Sämre (%)	.	.	.	42,2	78,5	77,3	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,1	20,3	-32,8	-25,8	-2,1	-12,3	-
- Bättre (%)	.	.	.	10,8	35,5	27,5	
- Sämre (%)	.	.	.	52,4	34,1	42,0	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,4	2,3	2,3	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,3	2,4	2,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,9	20,3	-59,5	-19,7	-20,7	-28,5	-
- Mindre (%)	.	.	.	15,7	24,4	20,3	
- Mera (%)	.	.	.	46,8	56,2	61,9	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,5	4,7	-26,6	-8,1	-11,9	-12,9	-
- Minskat (%)	.	.	.	7,8	5,2	4,9	
- Ökat (%)	.	.	.	21,1	24,6	25,3	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,5	43,5	-14,3	12,2	20,4	13,3	-
- Bra tid (%)	.	.	.	27,1	33,8	30,7	
- Dålig tid (%)	.	.	.	14,9	13,4	17,3	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,4	29,4	-28,5	13,7	11,0	9,1	+
- Bra tid (%)	.	.	.	60,8	55,9	55,7	
- Dålig tid (%)	.	.	.	37,2	42,2	42,6	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,4	31,7	-60,4	11,9	6,5	1,0	-
- Bra tid (%)	.	.	.	59,5	53,4	49,6	
- Dålig tid (%)	.	.	.	38,7	44,4	48,0	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,8	31,2	6,4	29,7	28,6	31,2	++
- Sparar (%)	.	.	.	62,5	62,3	63,8	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	10,4	12,2	10,2	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,0	53,6	9,8	49,4	48,3	50,2	+
- Kan spara (%)	.	.	.	78,2	75,9	77,4	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	21,2	23,6	21,9	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,5	22,1	10,5	21,1	20,9	21,2	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,7	5,2	5,8	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	03/2020	02/2021	03/2021	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	.	.	.	15,5	15,7	15,4	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,2	-9,7	-26,7	-17,0	-11,8	-14,9	+
- Mera (%)	.	.	.	13,6	16,0	15,0	
- Mindre (%)	.	.	.	35,6	30,0	33,2	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	14,5	15,5	15,6	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	4,9	4,6	5,1	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	9,6	10,9	10,5	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,7	18,1	9,1	14,3	18,1	16,5	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,2	5,3	5,4	
- Eventuellt (%)	.	.	.	10,1	12,8	11,1	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,5	26,0	8,1	22,1	18,7	21,5	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	7,4	6,8	7,1	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	14,7	11,9	14,4	

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.

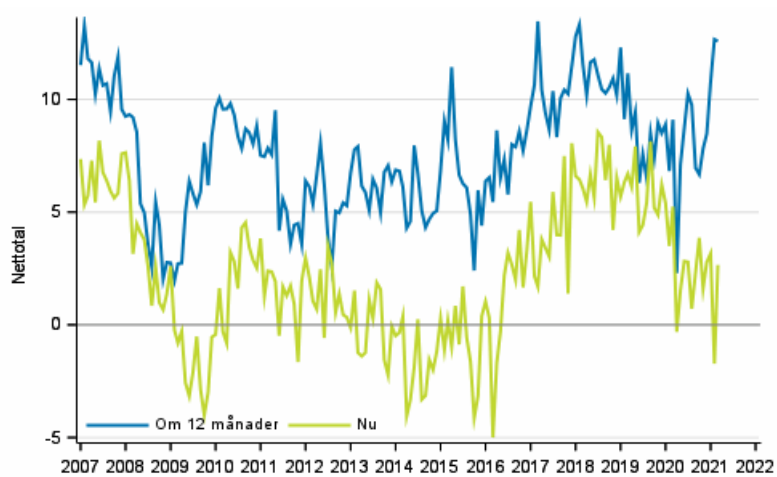
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

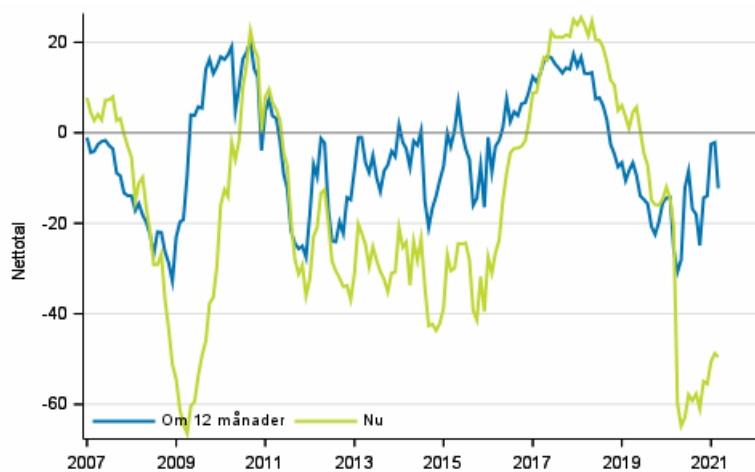


1) medeltal 10/1995 - 03/2021

Figurbilaga 2. Egen ekonomi



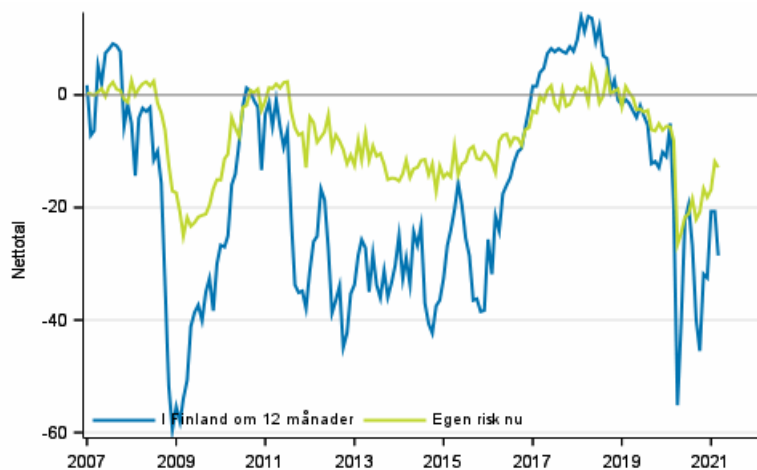
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



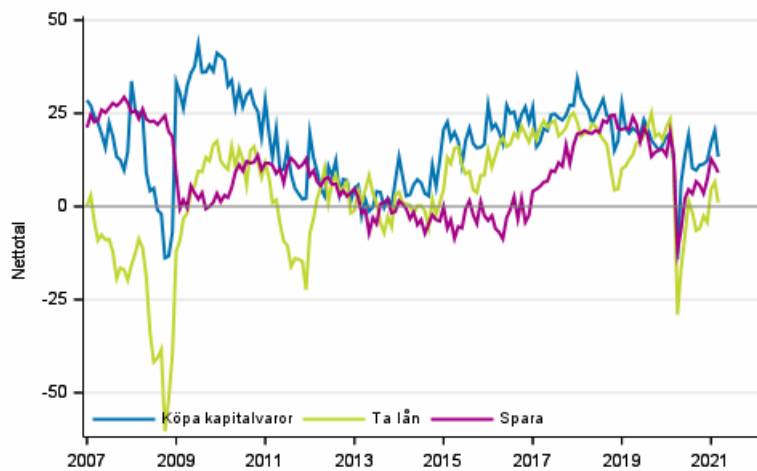
Figurbilaga 4. Inflation



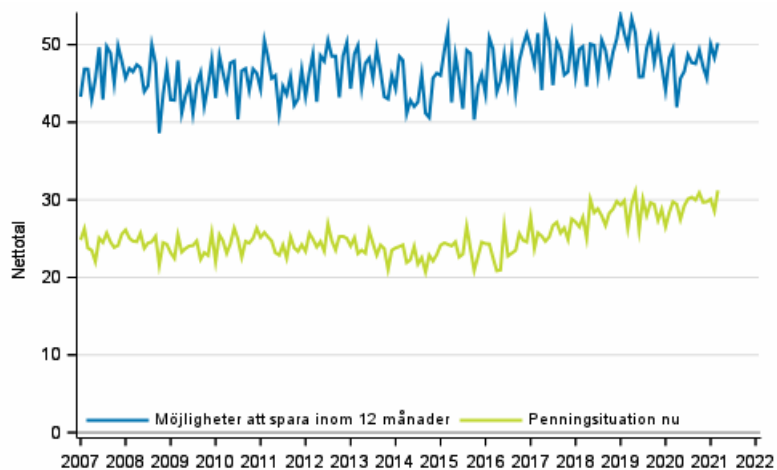
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



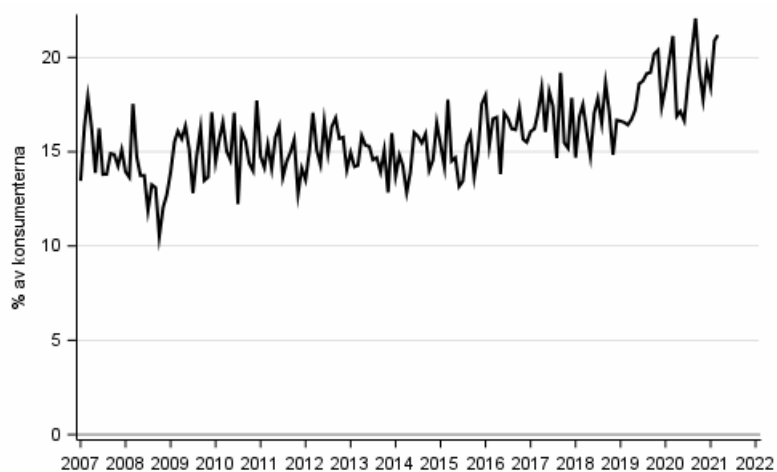
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



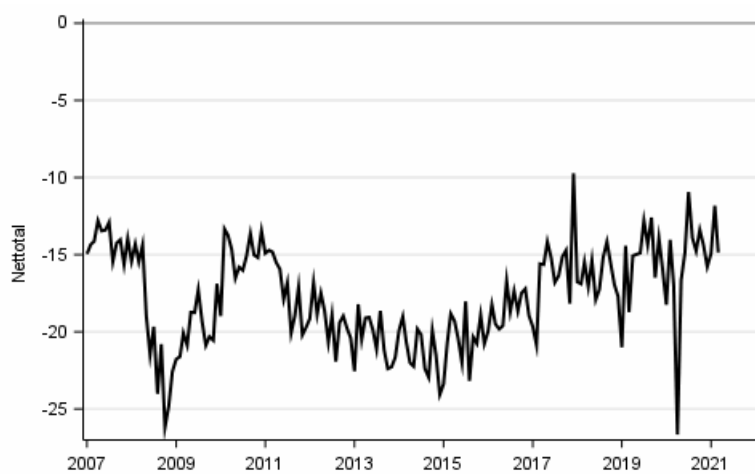
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



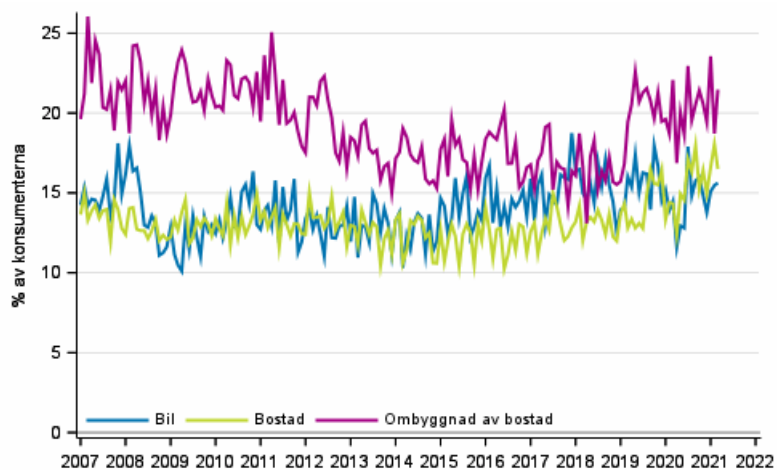
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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

www.stat.fi

Källa: Konsumenternas förtroende 2021, mars. Statistikcentralen