

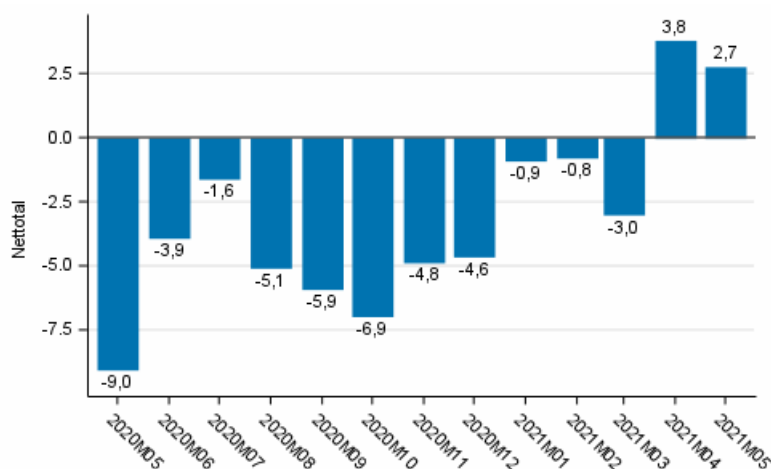
# Konsumenternas förtroende

2021, maj

## Konsumenternas förtroende var fortsättningsvis starkt i maj

Konsumenternas förtroendeindikator var i maj 2,7 medan den i april var 3,8 och i mars -3,0. I maj i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -9,0. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 maj av 990 personer bosatta i Finland.

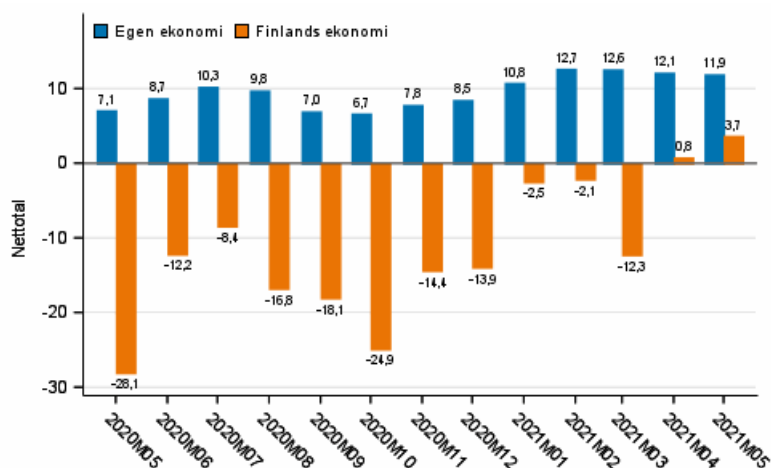
### Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator förbättrades i maj bara förväntningarna på Finlands ekonomi om ett år jämfört med april. Förväntningarna på konsumentens egen ekonomi var ungefär oförändrad. De övriga delfaktorerna försvagades på en månad. Jämfört med maj i fjol var alla fyra delfaktorer nu klart bättre.

Av delfaktorerna i förtroendeindikatorn var konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin och planerna på att använda pengar på kapitalvaror under det följande året mycket starka i maj. Också synen på den kommande utvecklingen av Finlands ekonomi var ganska ljus. I maj var synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget 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 arbetslöshetssituationen i Finland blev allt ljusare i maj. Detsamma gällde i viss mån de sysselsattas, dvs. löntagarnas och företagarnas syn på risken för att själva råka ut för arbetslöshet eller permittering vid tidpunkten för enkäten. Konsumenternas uppskattning av tillväxttakten för konsumentpriserna under de kommande månaderna ökade klart i maj, till nära långtidsmedelvärdet.

I maj uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen fortsättningsvis är utmärkt. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var ytterst gynnsam för att spara, bra också för att ta lån och relativt bra för att köpa kapitalvaror. Man förutspådde att det uppstår väldigt många möjligheter att spara under de kommande månaderna.

I maj hade fortfarande ett betydande 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. Väldigt många funderade också på att renovera hemmet och flera tänkte på att köpa bil under det följande året.

### Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I maj var konsumenternas förtroende för ekonomin överlägset starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 10,0) och svagast i Västra och Östra Finland (-0,7 och -0,6). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de klart mest optimistiska (11,5). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärer (-3,3) och arbetslösa (-3,1). Bland företagare fick förtroendeindikatorn i maj värdet 0,0.

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 maj ansåg 62 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och bara 13 procent ansåg att den är bättre. Av konsumenterna uppskattade 19 procent att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Fler, dvs. 27 procent av konsumenterna, ansåg att den egna ekonomin var starkare i maj än året innan. Motsvarande andelar var i april 15 och 29 procent och för ett år sedan 21 och 24 procent.

I maj trodde redan 40 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 28 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 38 och 32 procent och för ett år sedan i maj 26 och 57 procent.

I maj litade 30 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och bara 10 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I april var motsvarande andelar 29 och 10 procent och för ett år sedan 27 och 17 procent.

## **Arbetslöshet och inflation**

I maj litade redan 39 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 36 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i april 31 och 46 procent och för ett år sedan 16 och 72 procent.

I maj antog 7 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 19 procent bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde 43 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. Dessa tre andelar var månaden innan 9, 22 och 44 procent och i maj i fjol 4, 40 och 35 procent.

I maj bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,8 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var så sent som i april 2,5 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,9 procent.

## **Sparande och låntagning**

Av konsumenterna bedömde 62 procent i maj att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen bara 43 procent. I maj hade 64 procent av konsumenterna sparat och rentav 80 procent trodde att de kan spara under det följande året.

Femtionio procent av konsumenterna ansåg i maj att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var andelen bara 37 procent. I maj planerade 19 procent av konsumenterna att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 16 procent.

## **Penninganvändning**

I maj ansåg 34 procent av konsumenterna att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. För ett år sedan var andelen 30 procent. Av konsumenterna avsåg 16 procent att öka och 25 procent att minska användningen av pengar på kapitalvaror under det följande året.

I maj planerade något fler än vanligt, dvs. 15 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. I maj funderade påfallande många också på att köpa bostad inom ett år: 17 procent av konsumenterna. Långtidsmedelvärdet är 13 procent. I maj planerade dessutom rentav 23 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 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 maj 2021 erhöles svar från 990 personer. Av svaren 79 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-	05/2020	04/2021	05/2021	Utsikter <sup>2)</sup>
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,8	6,8	-13,9	-9,0	3,8	2,7	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	9,0	-5,3	1,5	9,0	3,8	=
- Bättre (%)	.	.	.	24,4	28,6	26,6	
- Sämre (%)	.	.	.	20,6	15,2	19,2	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,1	13,5	1,2	7,1	12,1	11,9	++
- Bättre (%)	.	.	.	26,9	28,7	30,5	
- Sämre (%)	.	.	.	16,9	9,7	10,0	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,7	25,9	-66,5	-64,8	-42,5	-33,0	--
- Bättre (%)	.	.	.	3,2	7,2	13,4	
- Sämre (%)	.	.	.	86,8	70,8	62,1	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,1	20,3	-32,8	-28,1	0,8	3,7	+
- Bättre (%)	.	.	.	25,6	38,2	39,9	
- Sämre (%)	.	.	.	56,7	31,9	28,4	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	1,8	2,3	2,7	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,4	2,5	2,8	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,9	20,3	-59,5	-40,6	-11,7	-1,0	+
- Mindre (%)	.	.	.	16,5	30,5	38,5	
- Mera (%)	.	.	.	72,3	45,9	36,1	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,5	4,7	-26,6	-24,5	-8,4	-7,2	=
- Minskat (%)	.	.	.	3,8	8,6	7,5	
- Ökat (%)	.	.	.	40,5	21,5	18,7	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,5	43,5	-14,3	6,5	18,1	21,6	=
- Bra tid (%)	.	.	.	29,6	32,9	33,5	
- Dålig tid (%)	.	.	.	23,1	14,8	11,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,5	29,4	-28,5	-6,2	17,0	17,0	++
- Bra tid (%)	.	.	.	43,2	62,5	62,2	
- Dålig tid (%)	.	.	.	55,4	36,1	36,2	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,4	31,7	-60,4	-16,6	10,9	12,7	+
- Bra tid (%)	.	.	.	36,8	57,5	58,6	
- Dålig tid (%)	.	.	.	61,7	41,2	39,1	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,9	32,9	6,4	27,5	32,9	31,7	++
- Sparar (%)	.	.	.	61,7	65,3	64,4	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	11,6	9,9	10,1	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,1	53,6	9,8	45,6	51,9	53,4	++
- Kan spara (%)	.	.	.	75,7	78,9	79,6	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	24,1	20,6	20,1	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,6	24,2	10,5	17,1	24,2	19,2	++

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	05/2020	04/2021	05/2021	Utsikter <sup>2)</sup>
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,1	6,5	5,9	
- Eventuellt (%)	.	.	.	13,1	17,7	13,3	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,2	-6,9	-26,7	-16,6	-6,9	-8,4	++
- Mera (%)	.	.	.	14,1	19,5	16,2	
- Mindre (%)	.	.	.	35,2	27,8	25,5	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	12,9	16,1	15,1	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	3,9	5,2	4,2	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	9,1	10,8	10,8	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,7	18,1	9,1	14,9	16,8	16,8	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	3,8	5,7	4,9	
- Eventuellt (%)	.	.	.	11,1	11,2	11,8	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsbyggnad (% av konsumenterna)	17,5	26,0	8,1	20,1	23,0	22,6	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	6,4	9,7	8,9	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	13,6	13,2	13,6	

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.



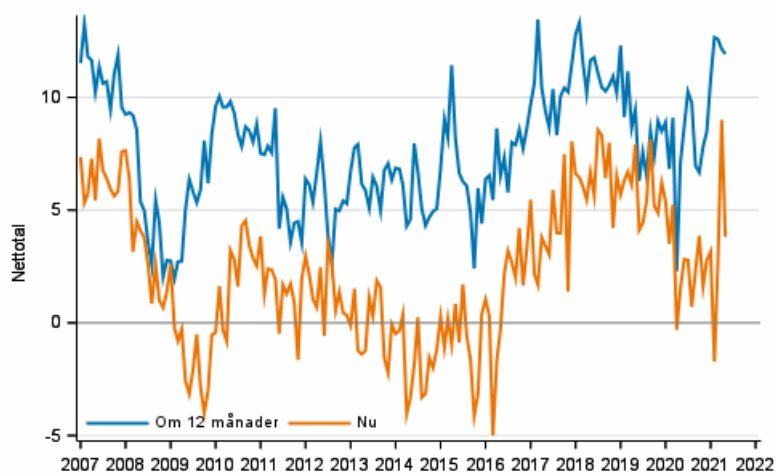
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

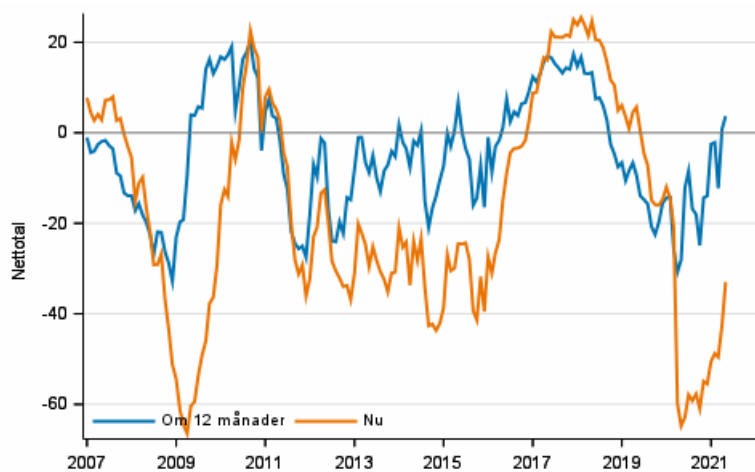


1) medeltal 10/1995 - 05/2021

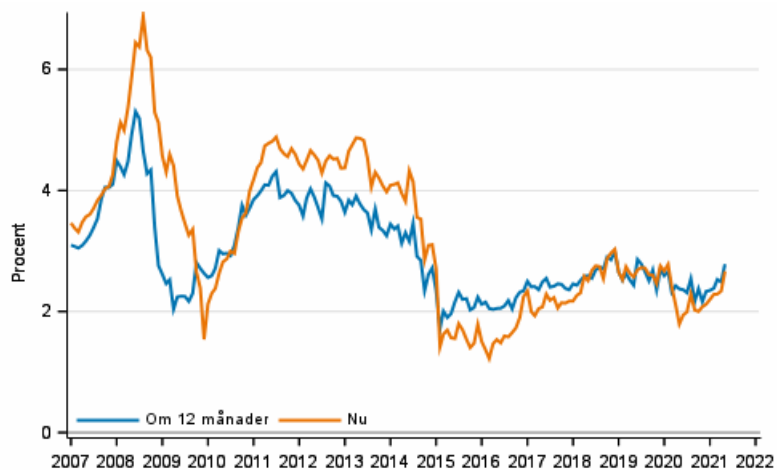
## Figurbilaga 2. Egen ekonomi



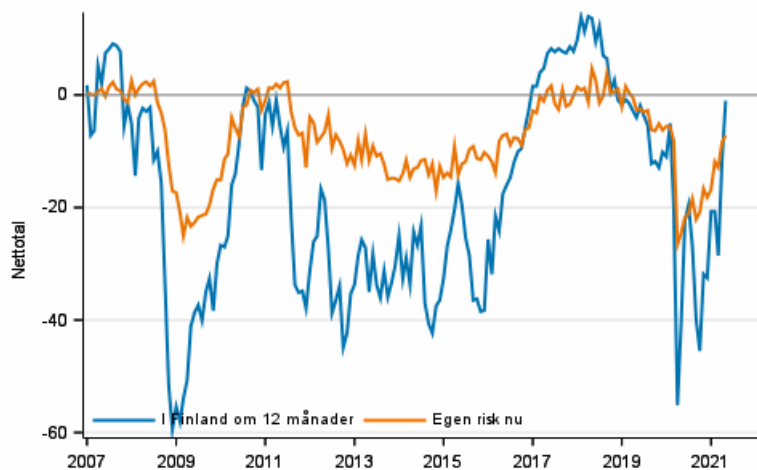
## Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



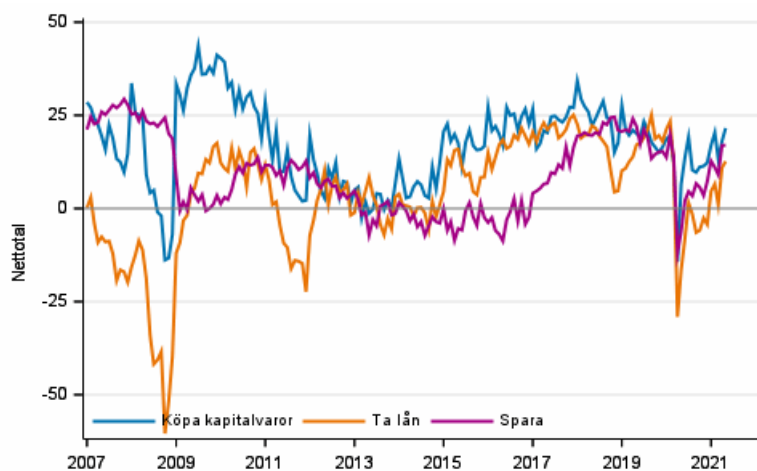
**Figurbilaga 4. Inflation**



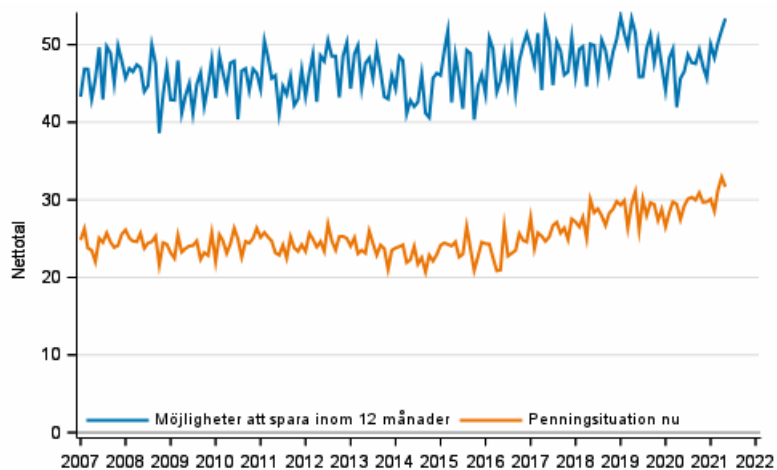
**Figurbilaga 5. Arbetslöshet**



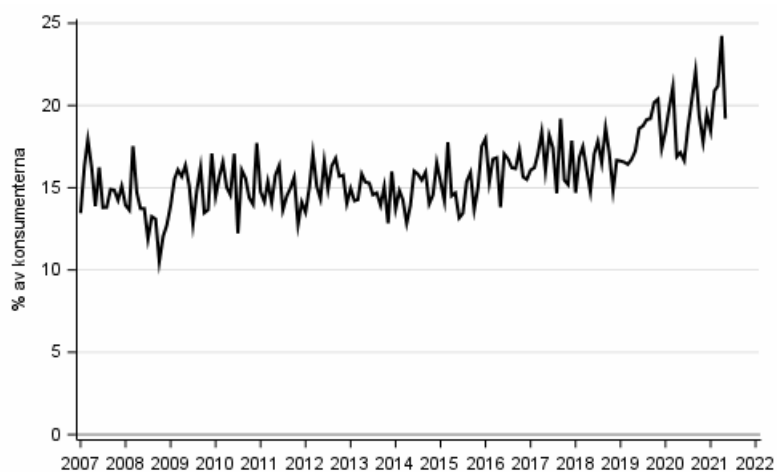
**Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att**



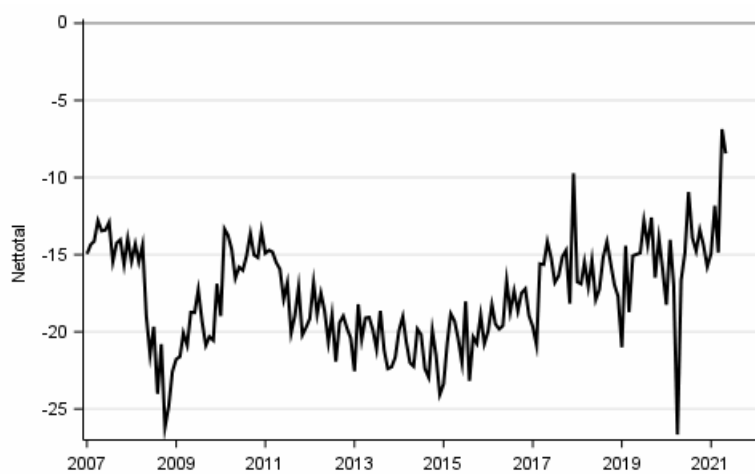
**Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara**



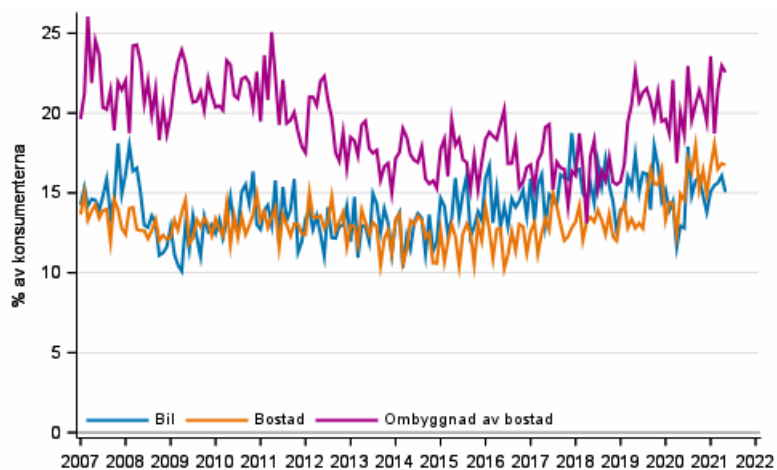
**Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader**



**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, maj, Statistikcentralen