

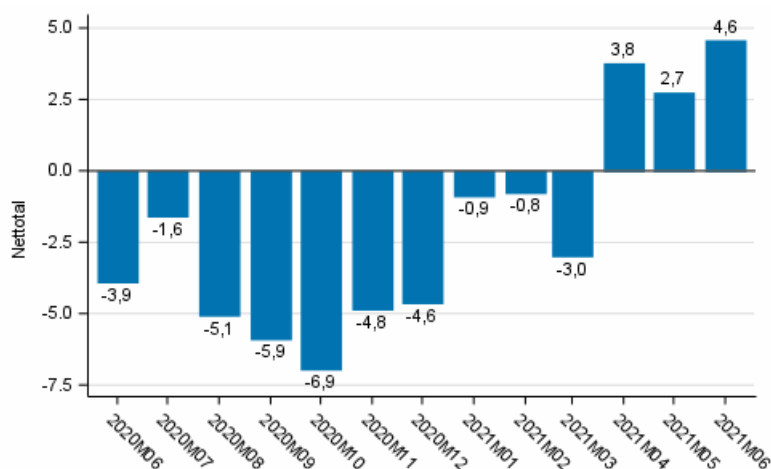
# Konsumenternas förtroende

2021, juni

## Konsumenternas förtroende starkast på över tre år

Konsumenternas förtroendeindikator var i juni 4,6 medan den i maj var 2,7 och i april 3,8. Siffran för juni är den högsta sedan februari 2018 (4,9). I juni i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -3,9. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–17 juni av 956 personer bosatta i Finland.

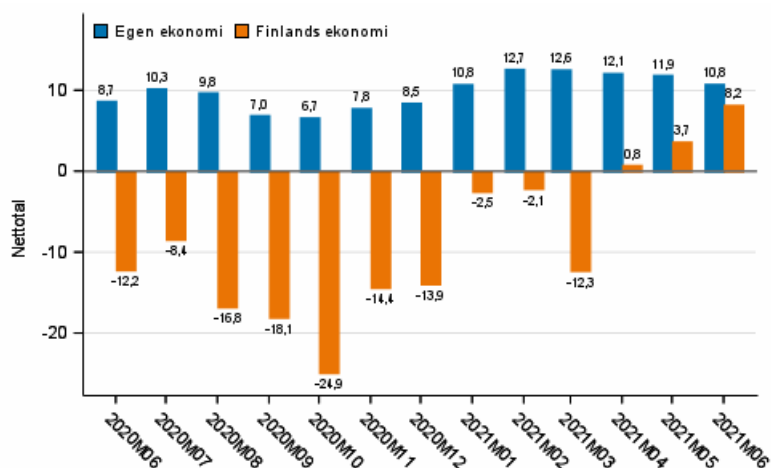
### Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försämrades i juni konsumenternas förväntningar på den egna ekonomin om ett år något jämfört med maj. Däremot förbättrades synen på den egna ekonomin i nuläget och förväntningarna på Finlands ekonomi klart. Planerna på att använda pengar på kapitalvaror under det följande året var oförändrade i juni. Jämfört med juni i fjol var alla fyra delfaktorerna nu på en bättre nivå, särskilt förväntningarna på Finlands ekonomi.

Av delfaktorerna i förtroendeindikatorn var både synen och förväntningarna på konsumentens egen ekonomi samt planerna på att använda pengar på kapitalvaror mycket starka i juni. Också synen på den kommande utvecklingen av Finlands ekonomi var ljus.

## 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 juni. 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 var oförändrad i juni, nära långtidsmedelvärdet.

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

I juni 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 väldigt många i juni att köpa bil under det följande året och många planerade också att renovera hemmet.

### Konsumenternas förtroende efter storumråde och befolkningsgrupp

I juni var förtroendet för ekonomin mycket stark i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 5,3) och i synnerhet i övriga delar av Södra Finland (9,2). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän (11,3) och studerande (10,1) de mest optimistiska. Pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var fortsättningsvis arbetslösa (-4,5), och pensionärer (-2,7).

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 [databastabellerna](#).

### 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 juni ansåg 56 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och 18 procent ansåg att den är bättre. Av konsumenterna uppskattade 15 procent att den egna ekonomin för närvarande är sämre än för ett år sedan. Klart fler, dvs. 28 procent av konsumenterna, ansåg att den egna ekonomin i juni var starkare än året innan. Motsvarande andelar var i maj 19 och 27 procent och för ett år sedan 19 och 24 procent.

I juni trodde redan 44 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 26 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 40 och 28 procent och för ett år sedan i juni 32 och 43 procent.

I juni litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 10 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I maj var motsvarande andelar 30 och 10 procent och för ett år sedan 27 och 13 procent.

## **Arbetslöshet och inflation**

I juni litade redan 41 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 30 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i maj 39 och 36 procent och för ett år sedan 24 och 57 procent.

I juni antog 9 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 16 procent åter 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 7, 19 och 43 procent och i juni i föl 3, 37 och 36 procent.

I juni bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,8 procent under de följande 12 månaderna. Inflationsförväntningarna var för ett år sedan 2,4 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationsförväntningarna är 2,9 procent.

## **Sparande och låntagning**

Av konsumenterna bedömde 64 procent i juni att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen bara 50 procent. Sextiofem procent av konsumenterna hade sparat i juni och 77 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I juni ansåg 58 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var andelen bara 43 procent. I juni planerade 19 procent av konsumenterna att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 16 procent.

## **Penninganvändning**

I juni ansåg 35 procent av konsumenterna att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 18 procent att öka och 27 procent att minska användningen av pengar på kapitalvaror under det följande året.

I juni planerade fler än vanligt, dvs. 18 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. I juni funderade påfallande många också på att köpa bostad inom ett år: 15 procent av konsumenterna. Långtidsmedelvärdet för planerna på att köpa bil är 14 procent och för planerna på att köpa bostad 13 procent. I juni planerade dessutom rentav 22 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 juni 2021 erhöles svar från 956 personer. Av svaren 78 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 55,9 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<br>10/1995- | Maxvärde<br>10/1995- | Minvärde<br>10/1995- | 06/2020 | 05/2021 | 06/2021 | Utsikter <sup>2)</sup> |
|---|----------------------|----------------------|----------------------|---------|---------|---------|------------------------|
| A1 Konsumenternas förtroendeindikator =<br>(B1+B2+B4+E1)/4            | -1,8                 | 6,8                  | -13,9                | -3,9    | 2,7     | 4,6     | ++                     |
| B1 Egen ekonomi nu (nettotal)   | 3,1                  | 9,0                  | -5,3                 | 2,8     | 3,8     | 7,6     | ++                     |
| - Bättre (%)  | .                    | .                    | .                    | 24,3    | 26,6    | 28,4    |                        |
| - Sämre (%)   | .                    | .                    | .                    | 19,1    | 19,2    | 15,2    |                        |
| B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)                              | 8,1                  | 13,5                 | 1,2                  | 8,7     | 11,9    | 10,8    | ++                     |
| - Bättre (%)  | .                    | .                    | .                    | 27,1    | 30,5    | 27,3    |                        |
| - Sämre (%)   | .                    | .                    | .                    | 13,0    | 10,0    | 10,4    |                        |
| B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)                                     | -7,8                 | 25,9                 | -66,5                | -62,9   | -33,0   | -25,6   | -                      |
| - Bättre (%)  | .                    | .                    | .                    | 2,8     | 13,4    | 17,6    |                        |
| - Sämre (%)   | .                    | .                    | .                    | 85,8    | 62,1    | 56,4    |                        |
| B4 Finlands ekonomi om 12 månader<br>(nettotal)                       | -2,1                 | 20,3                 | -32,8                | -12,2   | 3,7     | 8,2     | +                      |
| - Bättre (%)  | .                    | .                    | .                    | 31,9    | 39,9    | 43,7    |                        |
| - Sämre (%)   | .                    | .                    | .                    | 42,6    | 28,4    | 25,9    |                        |
| B5 Inflationen nu (procent)   | 3,1                  | 6,9                  | -2,7                 | 1,9     | 2,7     | 2,8     |                        |
| B6 Inflationen om 12 månader (procent)                                | 2,9                  | 5,3                  | 1,7                  | 2,4     | 2,8     | 2,8     |                        |
| B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader<br>(nettotal)               | -10,8                | 20,3                 | -59,5                | -22,4   | -1,0    | 3,8     | +                      |
| - Mindre (%)  | .                    | .                    | .                    | 24,2    | 38,5    | 41,4    |                        |
| - Mera (%)  | .                    | .                    | .                    | 56,7    | 36,1    | 29,8    |                        |
| B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)                               | -6,5                 | 4,7                  | -26,6                | -21,7   | -7,2    | -4,2    | +                      |
| - Minskat (%)   | .                    | .                    | .                    | 3,5     | 7,5     | 9,3     |                        |
| - Ökat (%)  | .                    | .                    | .                    | 36,8    | 18,7    | 16,5    |                        |
| C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa<br>kapitalvaror (nettotal) | 19,5                 | 43,5                 | -14,3                | 13,7    | 21,6    | 21,3    | =                      |
| - Bra tid (%)   | .                    | .                    | .                    | 33,0    | 33,5    | 35,2    |                        |
| - Dålig tid (%)   | .                    | .                    | .                    | 19,4    | 11,9    | 14,0    |                        |
| C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara<br>(nettotal)             | 4,5                  | 29,4                 | -28,5                | 2,1     | 17,0    | 18,3    | ++                     |
| - Bra tid (%)   | .                    | .                    | .                    | 49,6    | 62,2    | 64,2    |                        |
| - Dålig tid (%)   | .                    | .                    | .                    | 49,0    | 36,2    | 34,4    |                        |
| C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån<br>(nettotal)            | 7,4                  | 31,7                 | -60,4                | -8,1    | 12,7    | 8,9     | =                      |
| - Bra tid (%)   | .                    | .                    | .                    | 43,4    | 58,6    | 58,3    |                        |
| - Dålig tid (%)   | .                    | .                    | .                    | 54,5    | 39,1    | 40,1    |                        |
| D1 Egen penningssituation nu (nettotal)                               | 21,9                 | 32,9                 | 6,4                  | 29,2    | 31,7    | 32,7    | ++                     |
| - Sparar (%)  | .                    | .                    | .                    | 64,2    | 64,4    | 64,9    |                        |
| - Använder besparingar eller skuldsätter sig<br>(%)                   | .                    | .                    | .                    | 11,1    | 10,1    | 9,3     |                        |
| D2 Egna möjligheter att spara 12 månader<br>framåt (nettotal)         | 40,1                 | 53,6                 | 9,8                  | 46,5    | 53,4    | 48,9    | +                      |
| - Kan spara (%)   | .                    | .                    | .                    | 76,5    | 79,6    | 77,1    |                        |
| - Kan inte spara (%)  | .                    | .                    | .                    | 23,4    | 20,1    | 22,5    |                        |
| D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av<br>konsumenterna)          | 15,6                 | 24,2                 | 10,5                 | 16,7    | 19,2    | 18,7    | ++                     |
| - Ja, säkert (%)  | .                    | .                    | .                    | 5,3     | 5,9     | 5,4     |                        |

|  | Medeltal<br>10/1995- | Maxvärde<br>10/1995- | Minvärde<br>10/1995- | 06/2020 | 05/2021 | 06/2021 | Utsikter <sup>2)</sup> |
|--|----------------------|----------------------|----------------------|---------|---------|---------|------------------------|
| - Eventuellt (%)   | .                    | .                    | .                    | 11,3    | 13,3    | 13,3    |                        |
| E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal) | -16,2                | -6,9                 | -26,7                | -14,9   | -8,4    | -8,3    | ++                     |
| - Mera (%)   | .                    | .                    | .                    | 13,6    | 16,2    | 17,6    |                        |
| - Mindre (%)   | .                    | .                    | .                    | 33,7    | 25,5    | 26,6    |                        |
| E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)                             | 14,3                 | 19,2                 | 10,1                 | 12,8    | 15,1    | 18,3    | ++                     |
| - Mycket sannolikt (%)   | .                    | .                    | .                    | 4,7     | 4,2     | 5,0     |                        |
| - Ganska sannolikt (%)   | .                    | .                    | .                    | 8,1     | 10,8    | 13,3    |                        |
| E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)                          | 12,7                 | 18,1                 | 9,1                  | 14,6    | 16,8    | 15,0    | ++                     |
| - Ja, säkert (%)   | .                    | .                    | .                    | 4,3     | 4,9     | 5,1     |                        |
| - Eventuellt (%)   | .                    | .                    | .                    | 10,2    | 11,8    | 10,0    |                        |
| E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)     | 17,5                 | 26,0                 | 8,1                  | 18,7    | 22,6    | 22,3    | ++                     |
| - Mycket sannolikt (%)   | .                    | .                    | .                    | 7,0     | 8,9     | 8,6     |                        |
| - Ganska sannolikt (%)   | .                    | .                    | .                    | 11,7    | 13,6    | 13,7    |                        |

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.



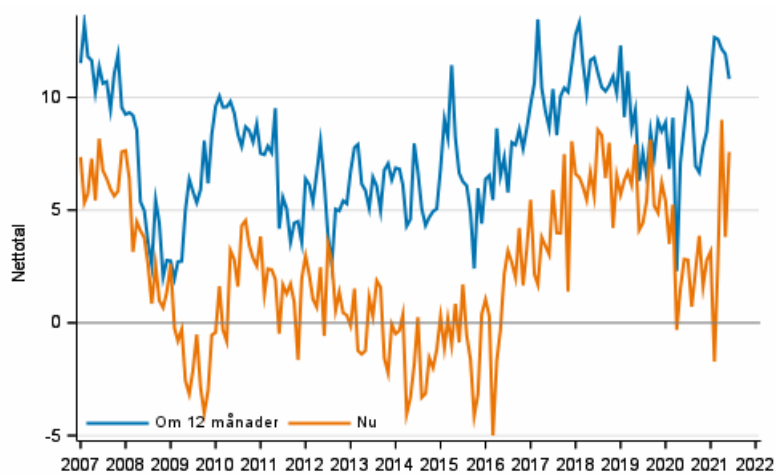
# Figurbilagor

## Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

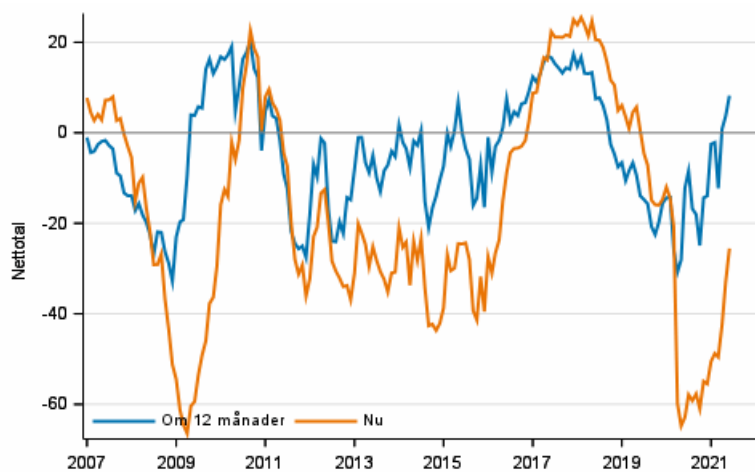


1) medeltal 10/1995 - 06/2021

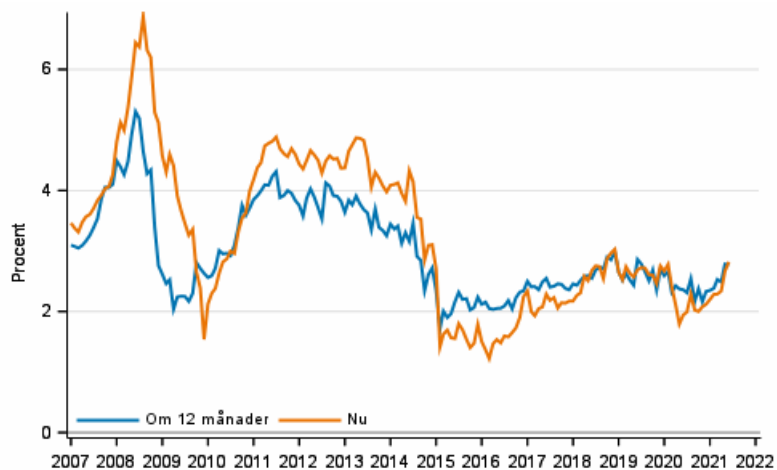
## Figurbilaga 2. Egen ekonomi



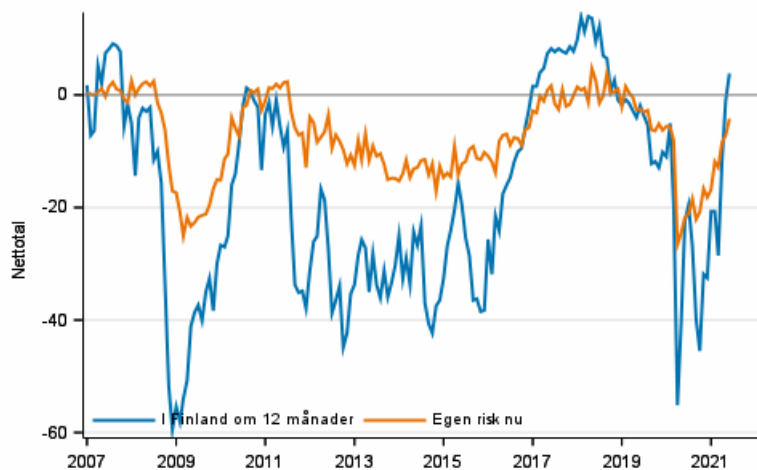
## Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



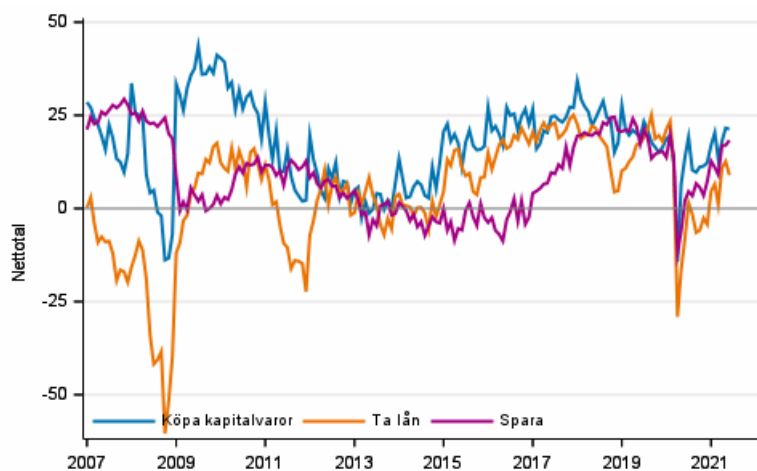
**Figurbilaga 4. Inflation**



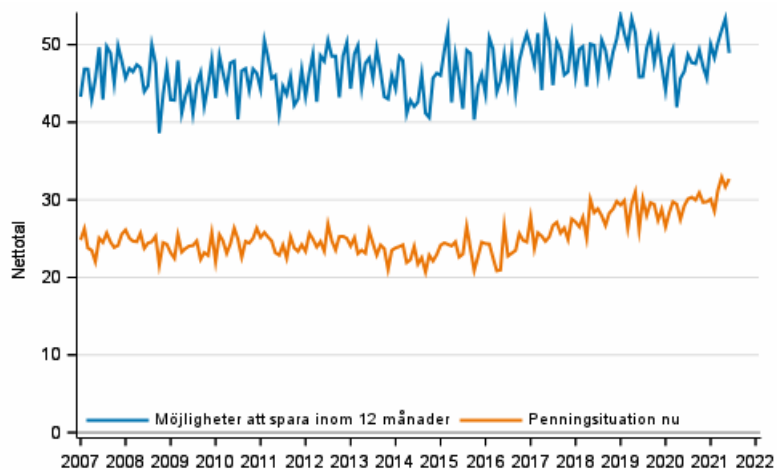
**Figurbilaga 5. Arbetslöshet**



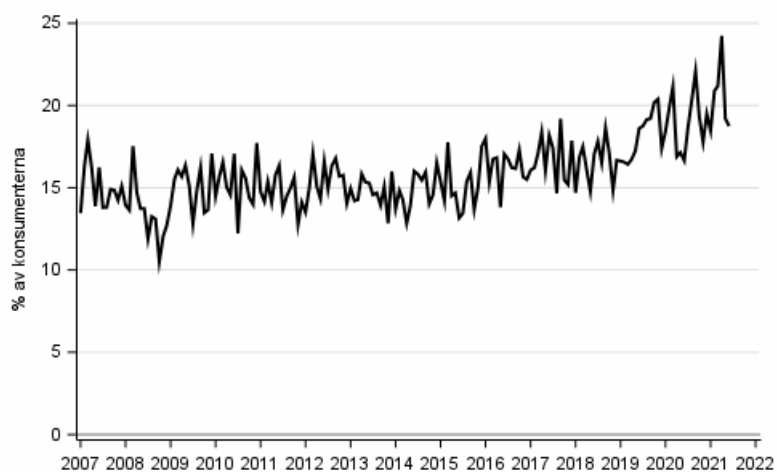
**Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att**



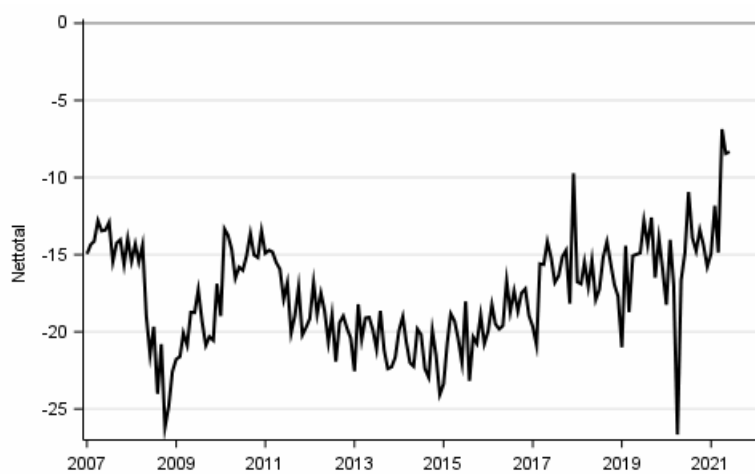
**Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara**



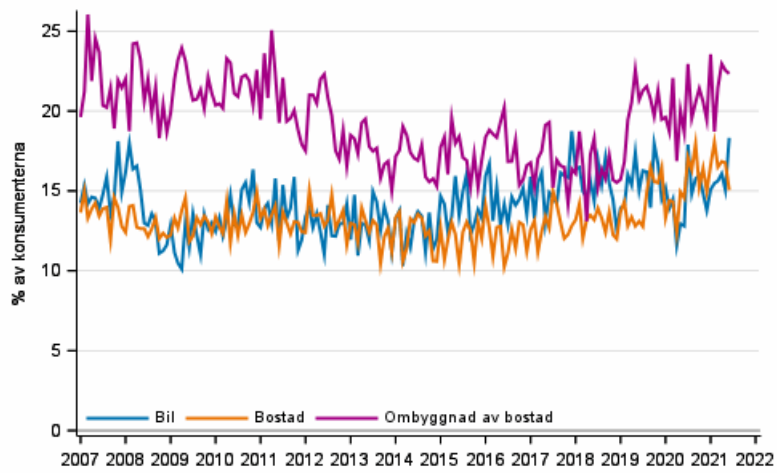
**Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader**



**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, juni. Statistikcentralen