

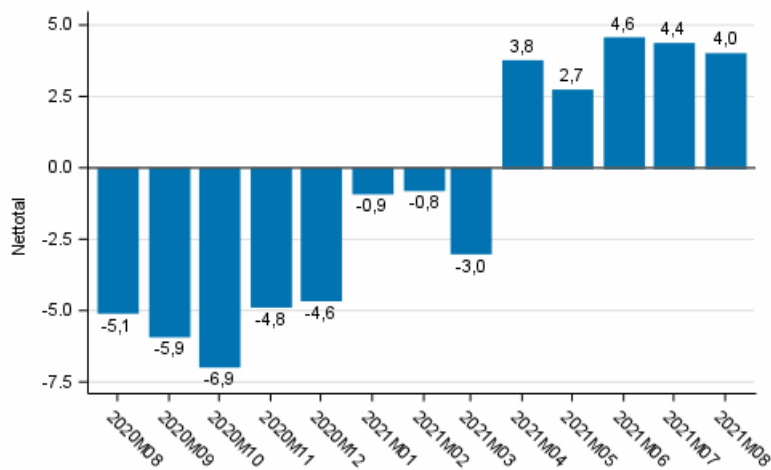
Konsumenternas förtroende

2021, augusti

Konsumenternas syn på den egna ekonomin allt ljusare i augusti

Konsumenternas förtroendeindikator var i augusti 4,0, medan den i juli var 4,4 och i juni 4,6. Förtroendet för ekonomin var fortfarande mycket starkt i augusti, eftersom förtroendeindikatorns långtidsmedelvärde är -1,7. Under motsvarande period i fjol fick indikatorn värdet -5,1. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 augusti av 971 personer bosatta i Finland.

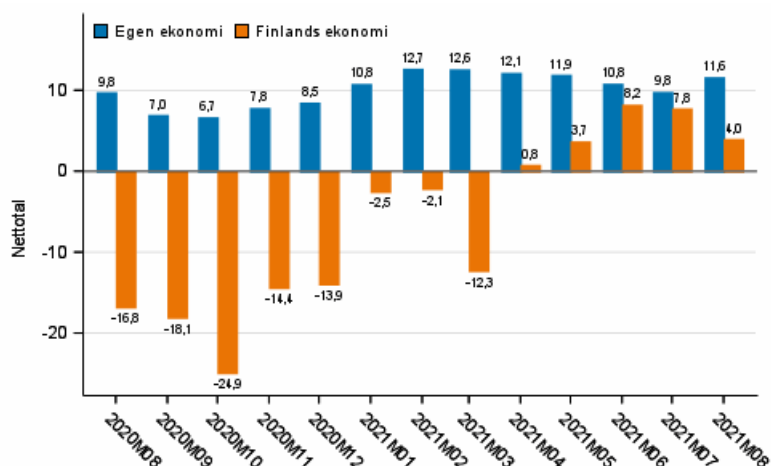
Konsumenternas förtroendeindikator



Av delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var synen på konsumentens nuvarande ekonomi i augusti den ljusaste i hela mätningshistorien 1995–2021. Också förväntningarna på den egna ekonomin om ett år var mycket optimistiska. Dessutom fanns det många planer på att använda pengar på kapitalvaror under de närmaste månaderna. Utsikterna för den framtida utvecklingen av Finlands allmänna ekonomi var också goda i augusti.

Jämfört med juli förbättrades förväntningarna på den egna ekonomin i augusti. Däremot försvagades förväntningarna på Finlands ekonomi på en månad. Uppskattningarna om den egna ekonomins nuläge och planerna på att använda pengar var ungefär oförändrade i augusti. Jämfört med augusti i fjol var alla delfaktorer nu rentav på en klart starkare nivå.

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



Också konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den allmänna arbetslöshetssituationen i Finland försvagades något i augusti, men var fortfarande ljusa. Detsamma gällde de sysselsattas, dvs. löntagarnas och företagarnas, syn på risken för att själva råka ut för arbetslöshet eller permittering vid tidpunkten för enkäten. I augusti var konsumenternas förväntningar om stegringen av konsumentpriserna, dvs. inflationen efter ett år, redan på väg att överskrida sitt långtidsmedelvärde.

Liksom under föregående månader uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen var utmärkt i augusti. 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 fortsättningsvis uppstår många möjligheter att spara under de kommande månaderna.

Liksom under de senaste månaderna hade väldigt många konsumenter i augusti planer på att ta lån inom ett år. Även påfallande många hade planer på att köpa bostad. Dessutom hade många planer på att renovera hemmet och många funderade i augusti också på att köpa bil under det följande året.

Konsumenternas förtroende efter strområde och befolkningsgrupp

I augusti var förtroendet för ekonomin, såsom tidigare, starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 9,1) och svagast i Östra Finland (0,0). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (11,9). I augusti var åter pensionärerna klart mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen (-6,7).

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 augusti ansåg 45 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och 24 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. 31 procent av konsumenterna, ansåg att den egna ekonomin i augusti är bättre än året innan. Motsvarande andelar var i juli 14 och 29 procent och för ett år sedan 22 och 24 procent.

I augusti trodde 38 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 27 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 41 och 24 procent och för ett år sedan i augusti dystra 23 och 46 procent.

I augusti litade 30 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och 11 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I juli var motsvarande andelar 28 och 11 procent och för ett år sedan 29 och 14 procent.

Arbetslöshet och inflation

I augusti litade 35 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 juli 38 och 28 procent och för ett år sedan dystra 17 och 60 procent.

I augusti antog 11 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 18 procent bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde 40 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. Månaden innan var dessa tre andelar 11, 16 och 47 procent och i augusti i fjol nedstämda 4, 33 och 35 procent.

Konsumenterna bedömde i augusti att konsumentpriserna stiger med 3,0 procent under de följande 12 månaderna. Inflationförväntningarna var för ett år sedan 2,5 procent. Långtidsmedelvärdet för inflationförväntningarna är 2,9 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 67 procent i augusti att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen bara 50 procent. Sextiofem procent av konsumenterna hade sparat i augusti och 78 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I augusti ansåg 60 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var god. Året innan var andelen 48 procent. I augusti planerade 19 procent av konsumenterna att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 16 procent.

Penninganvändning

Av konsumenterna ansåg 31 procent i augusti att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. Av konsumenterna avsåg 18 procent att öka och 28 procent att minska användningen av pengar på kapitalvaror under det följande året.

I augusti planerade 16 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. Påfallande många funderade på att köpa bostad inom ett år: 17 procent av konsumenterna. I augusti planerade dessutom rentav 22 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 planerna på att renovera hemmet 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 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 augusti 2021 erhöles svar från 971 personer. Av svaren 78 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 55,3 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-	08/2020	07/2021	08/2021	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-13,9	-5,1	4,4	4,0	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	9,3	-5,3	0,7	9,1	9,3	++
- Bättre (%)	.	.	.	23,5	29,4	30,7	
- Sämre (%)	.	.	.	21,8	14,5	15,1	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,1	13,5	1,2	9,8	9,8	11,6	++
- Bättre (%)	.	.	.	29,0	27,7	29,8	
- Sämre (%)	.	.	.	13,7	11,5	10,8	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,8	25,9	-66,5	-59,2	-16,6	-14,0	-
- Bättre (%)	.	.	.	2,2	23,1	23,7	
- Sämre (%)	.	.	.	85,8	46,2	44,7	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,0	20,3	-32,8	-16,8	7,8	4,0	+
- Bättre (%)	.	.	.	23,2	41,4	38,0	
- Sämre (%)	.	.	.	45,6	23,6	27,2	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,3	3,1	3,2	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,5	2,9	3,0	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,7	20,3	-59,5	-26,8	3,4	0,9	+
- Mindre (%)	.	.	.	16,7	37,9	34,6	
- Mera (%)	.	.	.	60,2	28,3	30,4	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,4	4,7	-26,6	-18,5	-2,9	-4,0	+
- Minskat (%)	.	.	.	4,4	10,7	11,3	
- Ökat (%)	.	.	.	32,9	15,9	18,4	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,5	43,5	-14,3	10,3	21,8	17,0	=
- Bra tid (%)	.	.	.	28,3	34,2	31,5	
- Dålig tid (%)	.	.	.	18,0	12,4	14,5	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,6	29,4	-28,5	3,4	20,4	22,2	++
- Bra tid (%)	.	.	.	49,9	65,1	67,0	
- Dålig tid (%)	.	.	.	48,7	34,0	32,1	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,5	31,7	-60,4	-1,6	12,0	12,5	+
- Bra tid (%)	.	.	.	47,8	60,1	59,5	
- Dålig tid (%)	.	.	.	50,2	38,4	38,6	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	22,0	33,1	6,4	30,3	33,1	33,0	++
- Sparar (%)	.	.	.	64,7	66,5	65,2	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	10,3	8,9	8,9	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,2	53,6	9,8	47,7	50,6	51,1	++
- Kan spara (%)	.	.	.	77,0	77,9	78,3	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	22,9	22,1	21,2	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,6	24,2	10,5	20,3	17,8	18,9	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,8	3,8	5,8	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	08/2020	07/2021	08/2021	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	.	.	.	14,5	14,0	13,1	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,1	-6,9	-26,7	-13,9	-9,2	-8,8	++
- Mera (%)	.	.	.	13,9	17,2	17,6	
- Mindre (%)	.	.	.	31,2	27,4	28,1	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,4	19,2	10,1	14,8	16,3	16,0	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	4,2	5,1	7,0	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	10,6	11,2	9,0	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,8	18,1	9,1	16,3	16,3	16,6	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,2	4,3	5,4	
- Eventuellt (%)	.	.	.	12,1	12,0	11,2	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,6	26,0	8,1	19,5	23,6	21,9	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	6,6	6,9	8,4	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	13,0	16,6	13,5	

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.

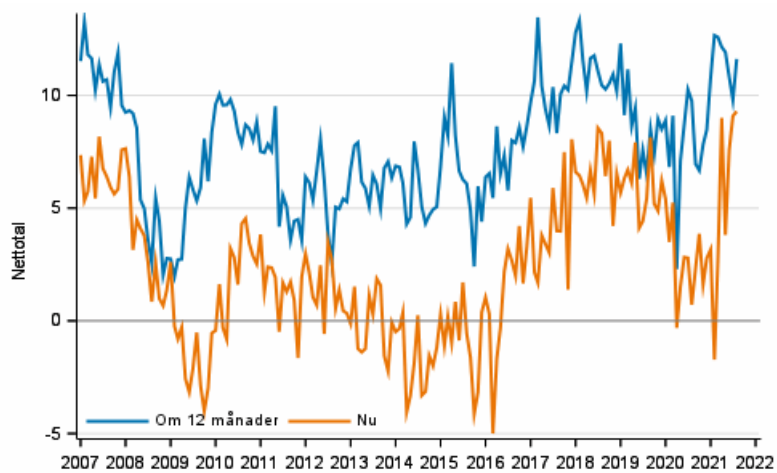
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

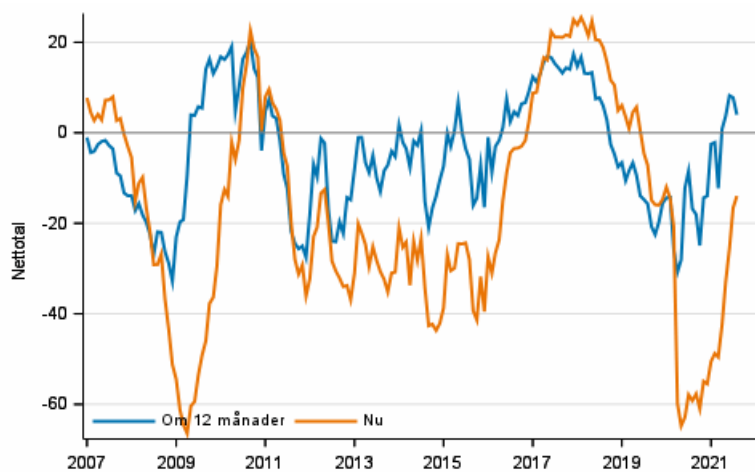


1) medeltal 10/1995 - 08/2021

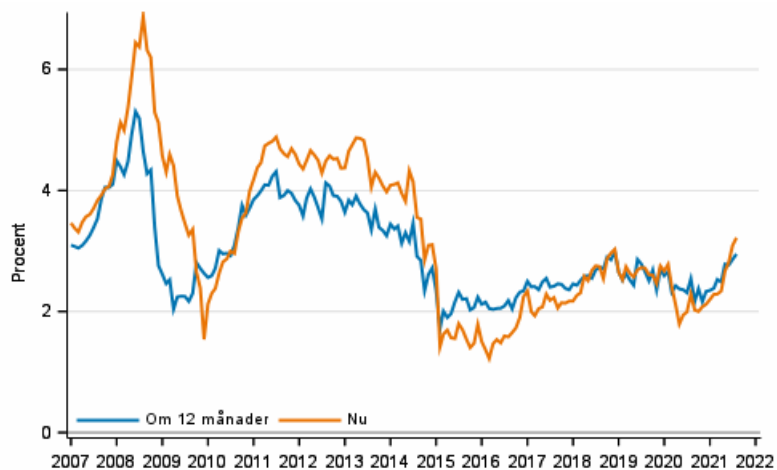
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



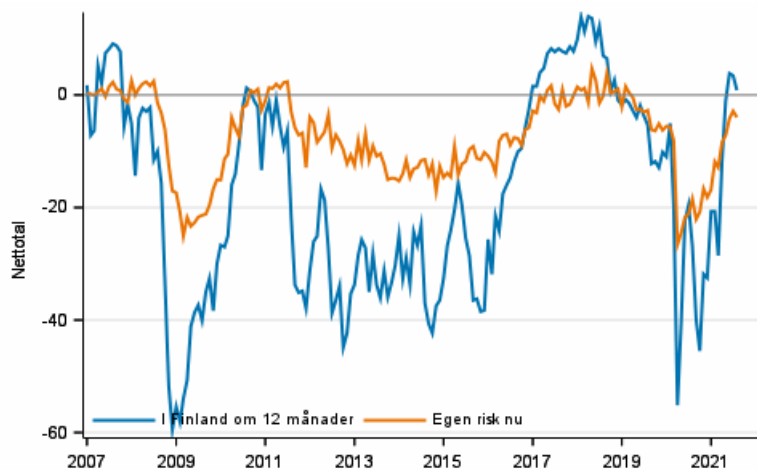
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



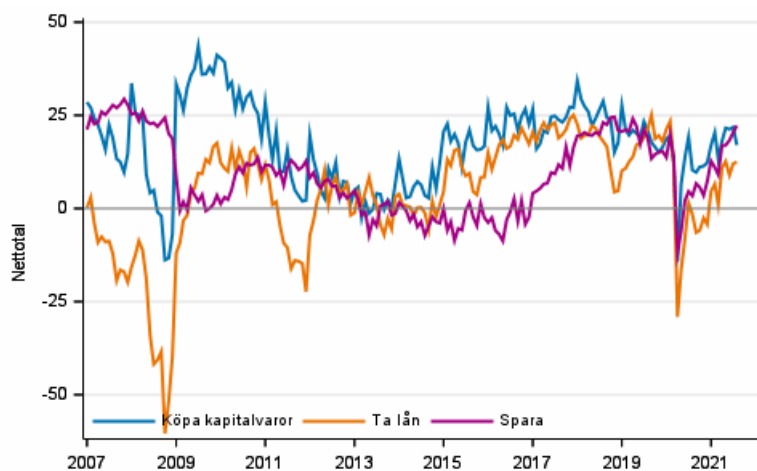
Figurbilaga 4. Inflation



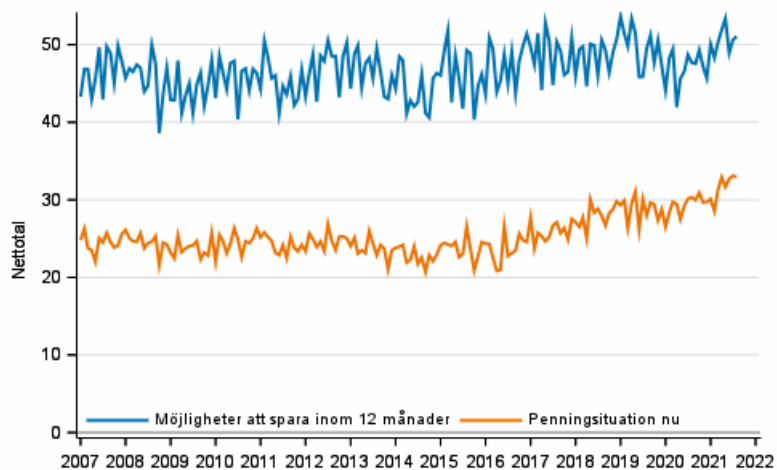
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



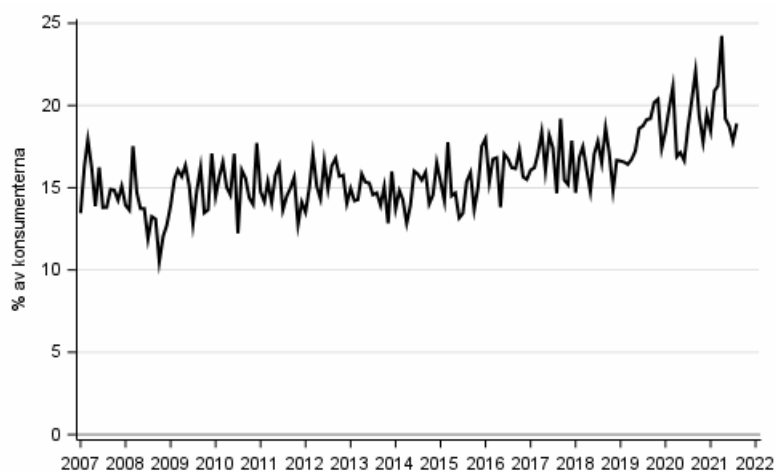
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



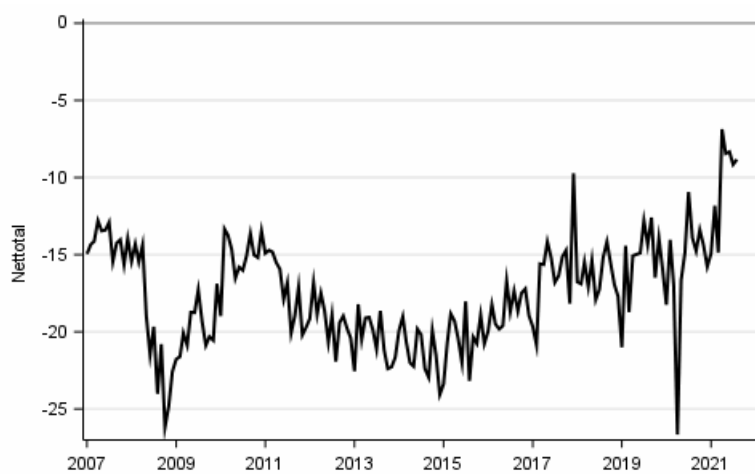
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



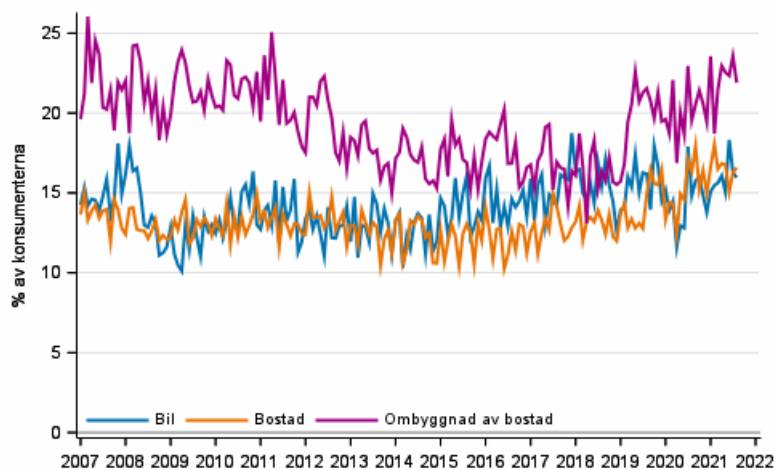
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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, augusti. Statistikcentralen