

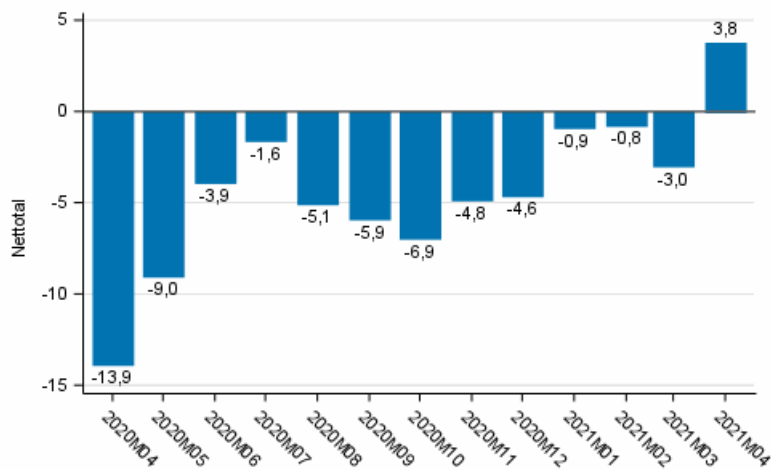
Konsumenternas förtroende

2021, april

Konsumenternas förtroende starkt och delvis rekordhög i april

Konsumenternas förtroendeindikator var i april 3,8 medan den i mars var -3,0 och i februari -0,8. Förtroendet för ekonomin har senast varit på samma nivå som i april eller starkare i maj 2018 (4,1). I april i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -13,9. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,8. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–19 april av 1 010 personer bosatta i Finland.

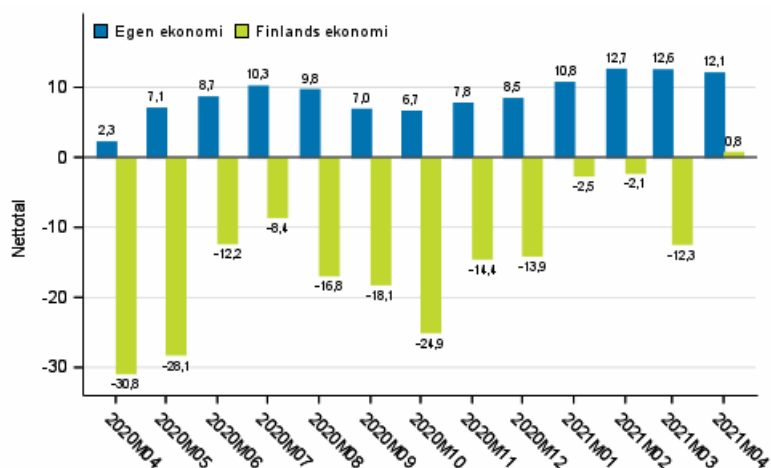
Konsumenternas förtroendeindikator



Av de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator var det bara förväntningen på den egna ekonomin om ett år som inte förbättrades i april jämfört med mars. Övriga delfaktorer förstärktes betydligt. Jämfört med april i fjol var alla fyra delfaktorerna nu på en klart bättre nivå.

Av delfaktorerna i förtroendeindikatorn var konsumenternas syn på den egna ekonomiska situationen i nuläget och planerna på att använda pengar på kapitalvaror under det följande året på den starkaste nivån i mätningshistorien 1995–2021 i april. Dessutom var också förväntningen på utvecklingen av den egna ekonomin mycket ljus. I april var även förväntningen på Finlands ekonomi om ett år optimistisk.

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



I april uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen är den bästa någonsin i mätningshistorien. Konsumenterna ansåg att tidpunkten var ytterst bra för att spara och hyfsad också för att ta lån och köpa kapitalvaror. Igen hade rekordmånga planer på att ta lån inom ett år. Liksom under de senaste månaderna hade konsumenterna i april påfallande många planer på att köpa bostad. Väldigt många funderade också på att renovera hemmet eller köpa bil under det följande året.

Också konsumenternas förväntningar på utvecklingen av den allmänna arbetslöshetssituationen i Finland blev något ljusare i april. Detsamma gällde de sysselsattas, dvs. löntagarnas och företagarnas, uppskattning av 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 april och under långtidsmedelvärdet.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I april var förtroendet för ekonomin starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn 9,8) och svagast i Östra Finland (-1,4). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän de mest optimistiska (11,0). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-4,8). När det gäller företagen fick förtroendeindikatorn i april värdet 7,2.

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

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 april ansåg 71 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och bara 7 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. 29 procent av konsumenterna, ansåg att den egna ekonomin i april var starkare än året innan. Andelarna som gäller den egna ekonomin var i mars 19 och 24 procent och för ett år sedan 21 och 20 procent.

I april trodde redan 38 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 32 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 27 och 42 procent och för ett år sedan i april 27 och 61 procent.

I april litade 29 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras och bara 10 procent befarade att den blir sämre inom ett år. I mars var motsvarande andelar 32 och 11 procent och för ett år sedan 24 och 21 procent.

Arbetslöshet och inflation

I april litade redan 31 procent av konsumenterna på att den allmänna arbetslösheten minskar i Finland under det följande året och 46 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i mars 20 och 62 procent och för ett år sedan 10 och 82 procent.

I april antog 9 procent av de sysselsatta att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 22 procent åter bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde 44 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 38 procent och i april i fjol 2, 41 och 33 procent.

I april bedömde konsumenterna att konsumentpriserna stiger med 2,5 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 62 procent i april att det är fördelaktigt att spara. För ett år sedan var andelen bara 40 procent. Sextiofem procent av konsumenterna hade sparat i april och 79 procent trodde att de kan spara under det följande året.

I april ansåg 57 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var gynnsam. Året innan var andelen bara 28 procent. Fler än någonsin tidigare, dvs. 24 procent av konsumenterna, planerade i april att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 15 procent.

Penninganvändning

Av konsumenterna ansåg 33 procent i april att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. För ett år sedan var andelen bara 20 procent. Av konsumenterna avsåg 19 procent att öka och 28 procent att minska användningen av pengar på kapitalvarukonsumtion under det följande året.

I april planerade fler än vanligt, dvs. 16 procent av konsumenterna, att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. I april funderade beaktansvärt många på att köpa bostad inom ett år: 17 procent av konsumenterna. Långtidsmedelvärdet för detta är 13 procent. I april planerade dessutom rentav 23 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 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 april 2021 erhöles svar från 1 010 personer. Av svaren 77 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 53,6 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 viktkoefficienter. 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-	04/2020	03/2021	04/2021	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,8	6,8	-13,9	-13,9	-3,0	3,8	++
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,1	9,0	-5,3	-0,3	2,7	9,0	++
- Bättre (%)	.	.	.	20,2	24,0	28,6	
- Sämre (%)	.	.	.	20,8	18,5	15,2	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,1	13,5	1,2	2,3	12,6	12,1	++
- Bättre (%)	.	.	.	23,6	32,1	28,7	
- Sämre (%)	.	.	.	20,6	11,1	9,7	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,7	25,9	-66,5	-59,8	-49,6	-42,5	--
- Bättre (%)	.	.	.	4,0	4,1	7,2	
- Sämre (%)	.	.	.	82,5	77,3	70,8	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,1	20,3	-32,8	-30,8	-12,3	0,8	+
- Bättre (%)	.	.	.	27,1	27,5	38,2	
- Sämre (%)	.	.	.	61,0	42,0	31,9	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,1	2,3	2,3	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,4	2,5	2,5	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,9	20,3	-59,5	-55,1	-28,5	-11,7	=
- Mindre (%)	.	.	.	10,2	20,3	30,5	
- Mera (%)	.	.	.	82,0	61,9	45,9	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,5	4,7	-26,6	-26,6	-12,9	-8,4	-
- Minskat (%)	.	.	.	2,3	4,9	8,6	
- Ökat (%)	.	.	.	41,3	25,3	21,5	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,5	43,5	-14,3	-14,3	13,3	18,1	=
- Bra tid (%)	.	.	.	20,4	30,7	32,9	
- Dålig tid (%)	.	.	.	34,7	17,3	14,8	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,4	29,4	-28,5	-12,0	9,1	17,0	++
- Bra tid (%)	.	.	.	39,7	55,7	62,5	
- Dålig tid (%)	.	.	.	59,2	42,6	36,1	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,4	31,7	-60,4	-29,1	1,0	10,9	=
- Bra tid (%)	.	.	.	28,1	49,6	57,5	
- Dålig tid (%)	.	.	.	69,8	48,0	41,2	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	21,8	32,9	6,4	29,4	31,2	32,9	++
- Sparar (%)	.	.	.	62,4	63,8	65,3	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	10,6	10,2	9,9	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,0	53,6	9,8	41,9	50,2	51,9	++
- Kan spara (%)	.	.	.	73,9	77,4	78,9	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	25,6	21,9	20,6	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,5	24,2	10,5	16,9	21,2	24,2	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	3,8	5,8	6,5	

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	04/2020	03/2021	04/2021	Utsikter ²⁾
- Eventuellt (%)	.	.	.	13,1	15,4	17,7	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (nettotal)	-16,2	-6,9	-26,7	-26,7	-14,9	-6,9	++
- Mera (%)	.	.	.	9,2	15,0	19,5	
- Mindre (%)	.	.	.	45,5	33,2	27,8	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,3	19,2	10,1	11,6	15,6	16,1	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	3,1	5,1	5,2	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	8,5	10,5	10,8	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,7	18,1	9,1	12,4	16,5	16,8	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	4,0	5,4	5,7	
- Eventuellt (%)	.	.	.	8,4	11,1	11,2	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,5	26,0	8,1	16,9	21,5	23,0	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	5,5	7,1	9,7	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	11,4	14,4	13,2	

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.

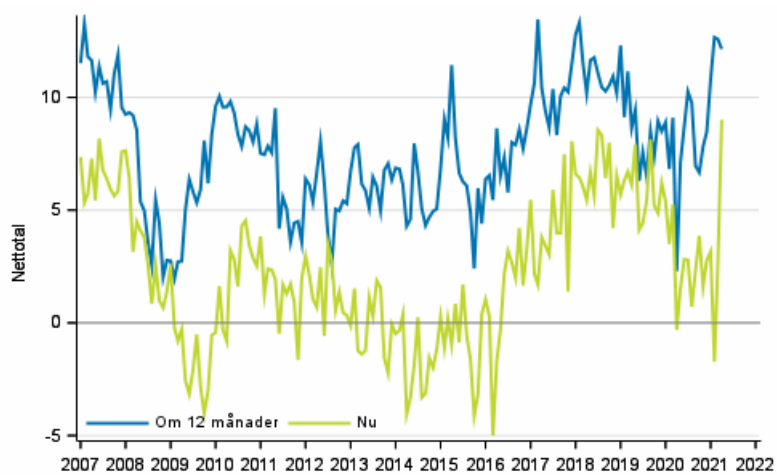
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

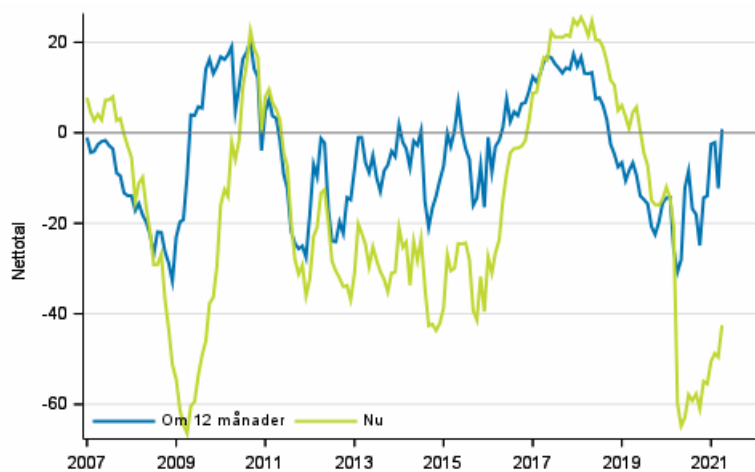


1) medeltal 10/1995 - 04/2021

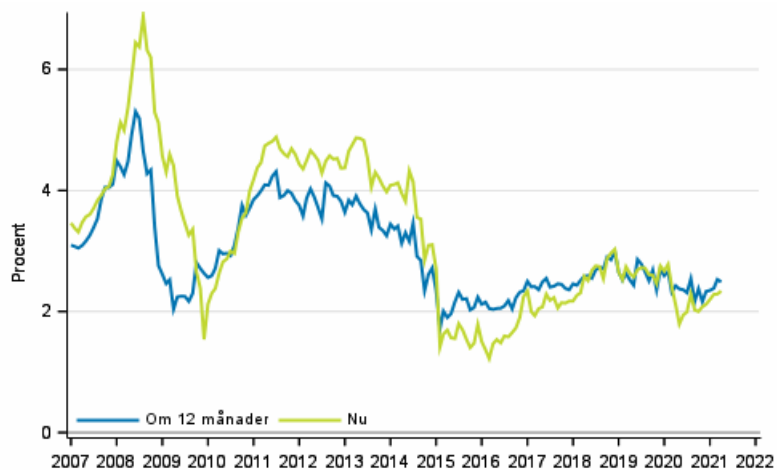
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



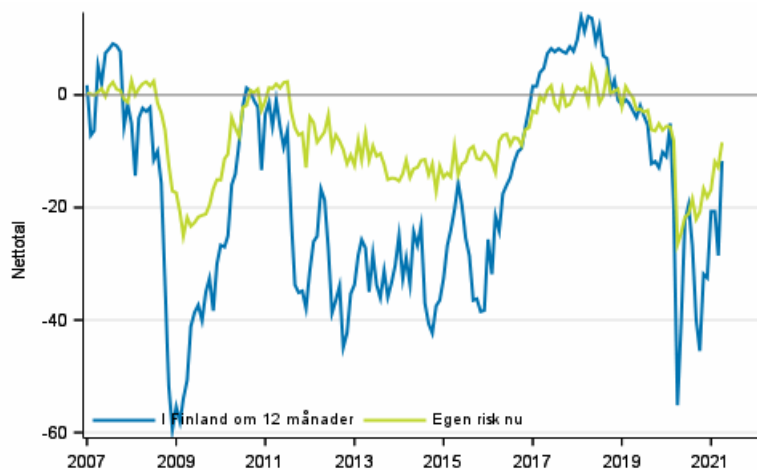
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



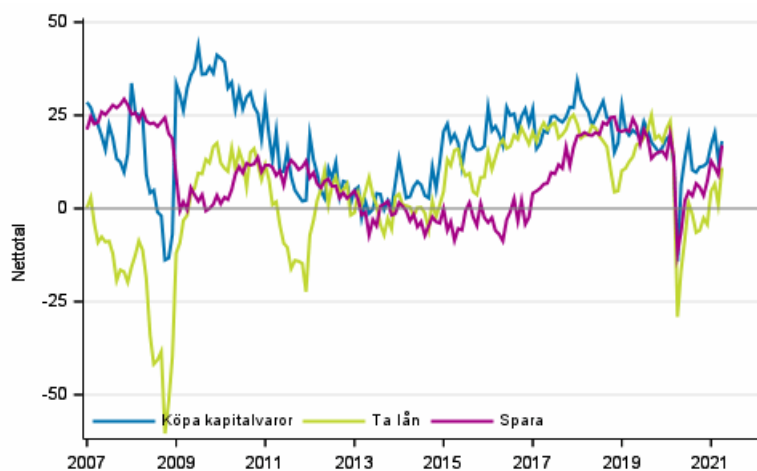
Figurbilaga 4. Inflation



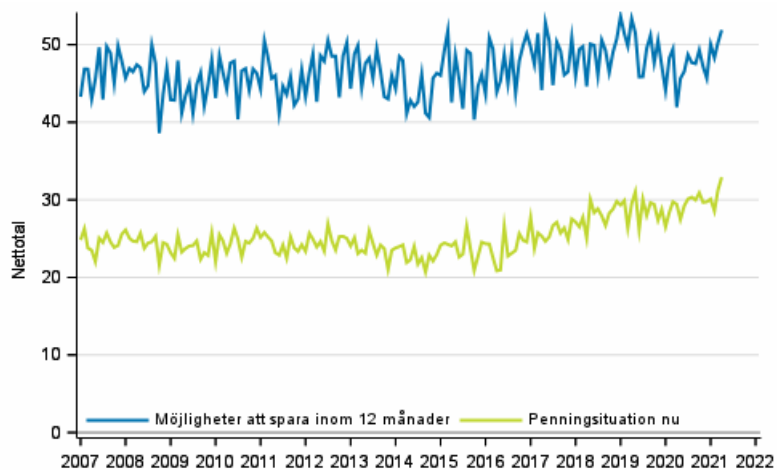
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



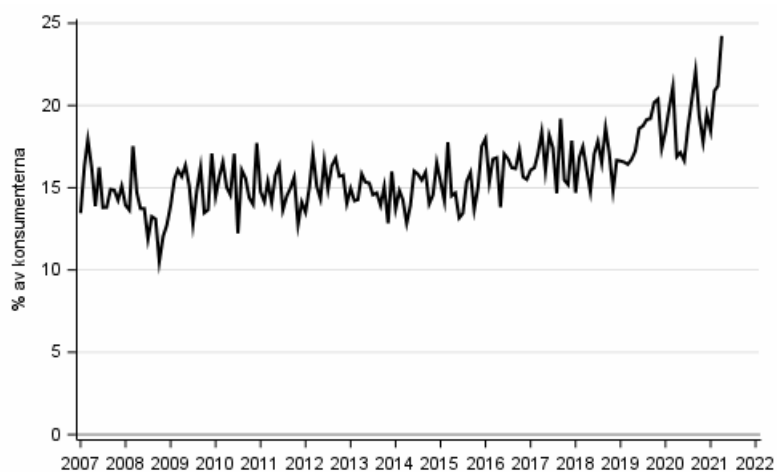
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



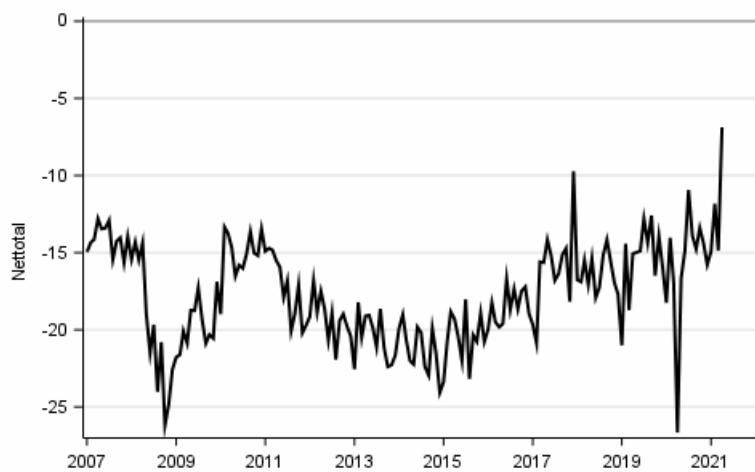
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



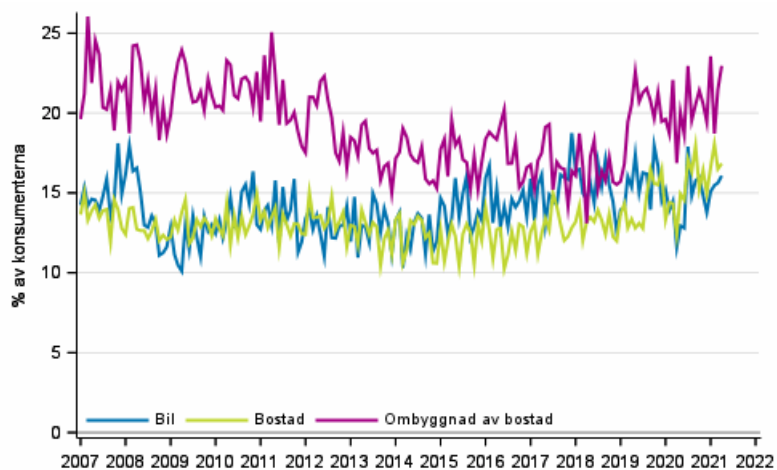
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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, april. Statistikcentralen