

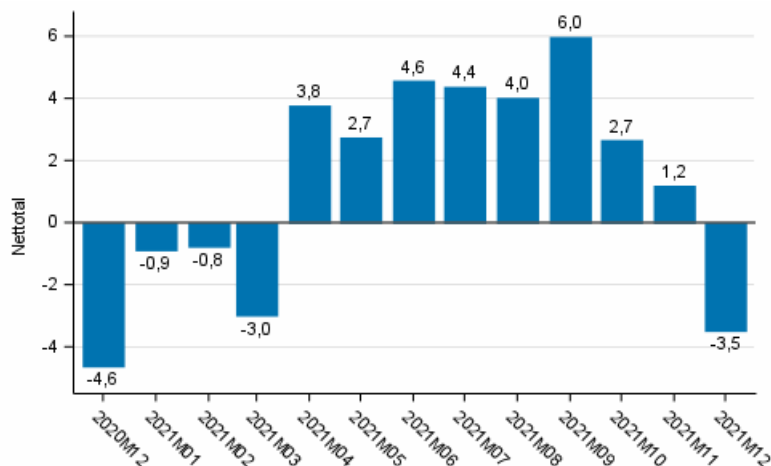
Konsumenternas förtroende

2021, december

Konsumenternas förtroende rejält på minus inför jul

Konsumenternas förtroendeindikator var i december -3,5, medan den i november var 1,2 och i oktober 2,7. I december i fjol fick förtroendeindikatorn värdet -4,6. Indikatorns långtidsmedelvärde är -1,7. Uppgifterna framgår av Statistikcentralens undersökning om konsumenternas förtroende som besvarades den 1–16 december av 913 personer bosatta i Finland.

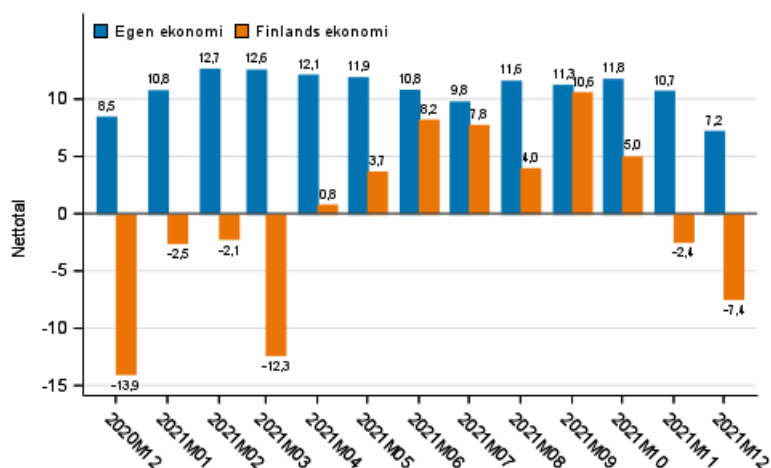
Konsumenternas förtroendeindikator



Alla de fyra delfaktorerna i konsumenternas förtroendeindikator försvagades tydligt i december jämfört med november. Jämfört med december året innan stärktes förväntningarna på Finlands ekonomi om ett år och de övriga delfaktorerna var ungefär oförändrade.

I december var förväntningarna på den egna ekonomin och i synnerhet på Finlands ekonomi försiktiga. Synen på den egna ekonomiska situationen i nuläget och planerna på att köpa kapitalvaror låg på samma nivå som långtidsmedelvärdet.

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



Även konsumenternas förväntningar på den allmänna arbetslöshetssituationens utveckling i Finland försvagades i december, men förblev relativt ljusa. Ungefär 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 december förblev konsumenternas uppskattningar och förväntningar på stegringen av konsumentpriserna, dvs. inflationen, oförändrade och tydligt högre än långtidsmedelvärdet.

Liksom under tidigare månader uppskattade konsumenterna att den egna penningssituationen var utmärkt i december. Konsumenterna ansåg fortfarande att tidpunkten var rätt gynnsam för att spara och relativt bra för att ta lån, men mycket dålig för att köpa kapitalvaror. Man förutspådde att det fortsättningsvis uppstår många möjligheter att spara under de kommande månaderna.

I december hade konsumenterna fortfarande rätt rikligt med planer på att köpa eller bygga bostad. Det fanns också väldigt många planer på grundläggande renovering av hemmet. Många funderade också på att köpa bil under det följande året. Liksom under de senaste månaderna var intresset för att ta lån mycket vanligt i december.

Konsumenternas förtroende efter storområde och befolkningsgrupp

I december var förtroendet för ekonomin, liksom tidigare, klart starkast i huvudstadsregionen (förtroendeindikatorn -0,1). Svagast var förtroendet denna gång i Östra Finland (-7,6). Av befolkningsgrupperna var högre tjänstemän i december de mest optimistiska (5,3). Mest pessimistiska när det gäller den ekonomiska utvecklingen var pensionärerna (-10,5).

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 december ansåg 45 procent av konsumenterna att Finlands ekonomi för närvarande är sämre än för ett år sedan och 23 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 december var starkare än året innan. Motsvarande andelar var i november 15 och 28 procent och för ett år sedan 20 och 24 procent.

I december antog inte längre mer än 25 procent av konsumenterna att den ekonomiska situationen i Finland blir bättre under det följande året. Av konsumenterna bedömde 34 procent för sin del att landets ekonomi försämras. Motsvarande andelar var månaden innan 29 och 29 procent och för ett år sedan i december 28 och 44 procent.

I december litade 27 procent av konsumenterna på att den egna ekonomin förbättras i fortsättningen och fler än tidigare, dvs. 15 procent, befarade att den egna ekonomin blir sämre inom ett år. I november var motsvarande andelar 29 och 11 procent och för ett år sedan 27 och 13 procent.

Arbetslöshet och inflation

I december litade färre än tidigare, dvs. 31 procent av konsumenterna, på att den allmänna arbetslösheten i Finland minskar under det följande året och 28 procent uppskattade att arbetslösheten ökar. Motsvarande andelar var i november 40 och 23 procent och för ett år sedan dystra 19 och 64 procent.

Av de sysselsatta antog 9 procent i december att risken för arbetslöshet eller permittering minskat för deras egen del under de senaste månaderna, medan 14 procent bedömde att risken ökat. Å andra sidan upplevde hela 47 procent av de sysselsatta att de inte alls är i farozonen att bli arbetslösa eller permitterade. En månad tidigare var dessa tre andelar 10, 13 och 48 procent och i december i fjol mycket nedstämda 5, 33 och 36 procent.

I december bedömde konsumenterna att konsumentpriserna har stigit med 3,9 procent från året innan och stiger med 3,6 procent under de följande 12 månaderna. Dessa inflationsbedömningar var för ett år sedan 2,1 och 2,3 procent och deras långtidsmedelvärden var 3,1 och 2,9 procent. I december tyckte 43 procent av konsumenterna att priserna har stigit mycket eller ganska mycket om ett år och rentav 73 procent av dem förutspådde priserna att stiga minst i samma takt också under de kommande månaderna. Motsvarande andelar var för ett år sedan i december 12 och 55 procent.

Sparande och låntagning

Av konsumenterna bedömde 61 procent i december att det är fördelaktigt att spara. Andelen var ännu i november 67 procent och för ett år sedan 55 procent. Sextiotre procent av konsumenterna hade sparat i december och 76 procent antog att de kan spara under det följande året.

I december ansåg 55 procent av konsumenterna att tidpunkten att ta lån var gynnsam. Året innan var andelen bara 45 procent. I december planerade 19 procent av konsumenterna att ta lån inom ett år. Den genomsnittliga andelen på lång sikt är 16 procent.

Penninganvändning

I december ansåg inte längre mer än 25 procent av konsumenterna att tidpunkten var gynnsam för att köpa kapitalvaror. För både en månad och ett år sedan var andelen 30 procent. Av konsumenterna avsåg 12 procent att öka och 33 procent att minska användningen av pengar på kapitalvaror under det följande året. De senare andelarna var i november 14 och 29 procent och för ett år sedan i december 13 och 34 procent.

I december planerade 15 procent av konsumenterna att säkert eller eventuellt köpa bil under de följande 12 månaderna. Något färre än tidigare, dvs. 14 procent av konsumenterna, övervägde att köpa bostad eller bygga hus inom ett år. I december planerade rentav 22 procent av konsumenterna att inom ett år spendera pengar på renovering av bostaden. 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 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 december 2021 erhöles svar från 913 personer. Av svaren 77 procent kom från webblanketten. Bortfallet av svar var 58,1 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-	12/2020	11/2021	12/2021	Utsikter ²⁾
A1 Konsumenternas förtroendeindikator = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-13,9	-4,6	1,2	-3,5	-
B1 Egen ekonomi nu (nettotal)	3,2	9,5	-5,3	2,8	7,6	2,9	=
- Bättre (%)	.	.	.	24,0	27,9	24,0	
- Sämre (%)	.	.	.	19,5	15,2	19,2	
B2 Egen ekonomi om 12 månader (nettotal)	8,2	13,5	1,2	8,5	10,7	7,2	-
- Bättre (%)	.	.	.	27,2	29,1	27,1	
- Sämre (%)	.	.	.	13,0	11,5	14,7	
B3 Finlands ekonomi nu (nettotal)	-7,9	25,9	-66,5	-55,5	-14,5	-15,5	-
- Bättre (%)	.	.	.	2,2	24,0	22,7	
- Sämre (%)	.	.	.	83,9	44,5	45,4	
B4 Finlands ekonomi om 12 månader (nettotal)	-2,0	20,3	-32,8	-13,9	-2,4	-7,4	-
- Bättre (%)	.	.	.	28,1	28,7	24,5	
- Sämre (%)	.	.	.	43,5	29,0	33,8	
B5 Inflationen nu (procent)	3,1	6,9	-2,7	2,1	3,8	3,9	
- Priserna har stigit mycket eller ganska mycket (%)	.	.	.	11,6	43,3	43,0	
- Priserna har hållits desamma eller sjunkit (%)	.	.	.	41,8	8,5	9,5	
B6 Inflationen om 12 månader (procent)	2,9	5,3	1,7	2,3	3,6	3,6	
- Priserna stiger snabbare eller i samma takt (%)	.	.	.	55,0	75,6	73,0	
- Priserna hålls desamma eller sjunker (%)	.	.	.	21,6	6,2	6,0	
B7 Arbetslösheten i Finland om 12 månader (nettotal)	-10,5	20,3	-59,5	-32,5	7,7	-0,0	+
- Mindre (%)	.	.	.	18,7	39,5	31,3	
- Mera (%)	.	.	.	64,2	22,9	28,0	
B8 Egen arbetslöshetsrisk nu (nettotal)	-6,3	4,7	-26,6	-18,2	-1,5	-2,1	+
- Minskat (%)	.	.	.	5,1	9,7	8,6	
- Ökat (%)	.	.	.	32,6	13,3	13,5	
C1 Tidpunktens fördelaktighet för att köpa kapitalvaror (nettotal)	19,4	43,5	-14,3	12,3	14,6	7,0	--
- Bra tid (%)	.	.	.	29,9	30,1	24,9	
- Dålig tid (%)	.	.	.	17,6	15,6	17,9	
C2 Tidpunktens fördelaktighet för att spara (nettotal)	4,8	29,4	-28,5	7,2	21,2	15,1	+
- Bra tid (%)	.	.	.	54,5	67,4	61,2	
- Dålig tid (%)	.	.	.	43,8	31,5	37,8	
C3 Tidpunktens fördelaktighet för att ta lån (nettotal)	7,5	31,7	-60,4	-4,3	11,9	5,8	=
- Bra tid (%)	.	.	.	45,4	60,3	54,9	
- Dålig tid (%)	.	.	.	52,0	37,6	43,1	
D1 Egen penningssituation nu (nettotal)	22,1	33,1	6,4	29,7	30,9	29,1	++
- Sparar (%)	.	.	.	62,9	64,2	62,7	
- Använder besparingar eller skuldsätter sig (%)	.	.	.	9,5	11,0	11,0	
D2 Egna möjligheter att spara 12 månader framåt (nettotal)	40,3	53,6	9,8	45,7	47,2	48,1	+

	Medeltal 10/1995-	Maxvärde 10/1995-	Minvärde 10/1995-	12/2020	11/2021	12/2021	Utsikter ²⁾
- Kan spara (%)	.	.	.	75,7	75,8	76,4	
- Kan inte spara (%)	.	.	.	24,0	23,6	23,1	
D5 Avsikt att ta lån inom 12 månader (% av konsumenterna)	15,6	24,2	10,5	19,5	19,4	19,5	++
- Ja, säkert (%)	.	.	.	5,1	4,5	6,6	
- Eventuellt (%)	.	.	.	14,4	14,9	12,9	
E1 Köp av kapitalvaror 12 mån. framåt jämfört med 12 mån. bakåt (netttotal)	-16,1	-6,9	-26,7	-15,8	-11,2	-16,6	=
- Mera (%)	.	.	.	13,4	14,4	12,1	
- Mindre (%)	.	.	.	33,7	29,4	33,1	
E2 Avsikt att köpa en bil (% av konsumenterna)	14,4	19,2	10,1	13,8	15,7	15,3	+
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	4,0	3,8	5,0	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	9,8	11,9	10,3	
E4 Avsikt att köpa en bostad (% av konsumenterna)	12,8	18,5	9,1	15,0	16,6	13,5	+
- Ja, säkert (%)	.	.	.	3,9	4,5	4,0	
- Eventuellt (%)	.	.	.	11,1	12,1	9,5	
E5 Avsikt att använda pengar för bostadsombyggnad (% av konsumenterna)	17,6	26,0	8,1	19,4	24,0	22,1	++
- Mycket sannolikt (%)	.	.	.	6,8	7,9	7,8	
- Ganska sannolikt (%)	.	.	.	12,7	16,1	14,3	

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.

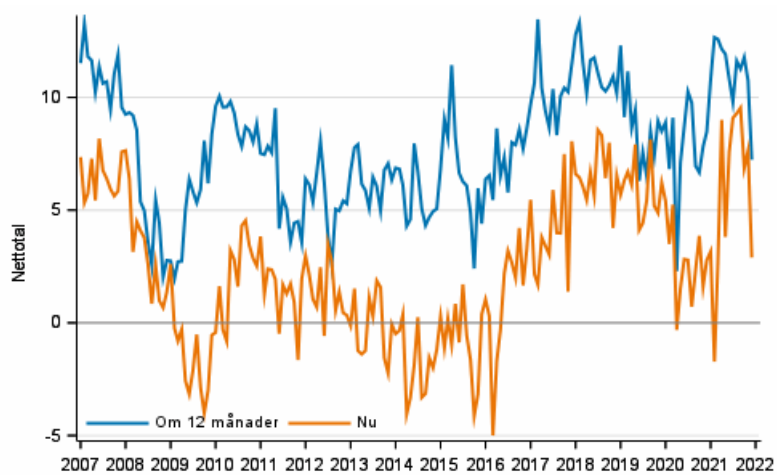
Figurbilagor

Figurbilaga 1. Konsumenternas förtroendeindikator

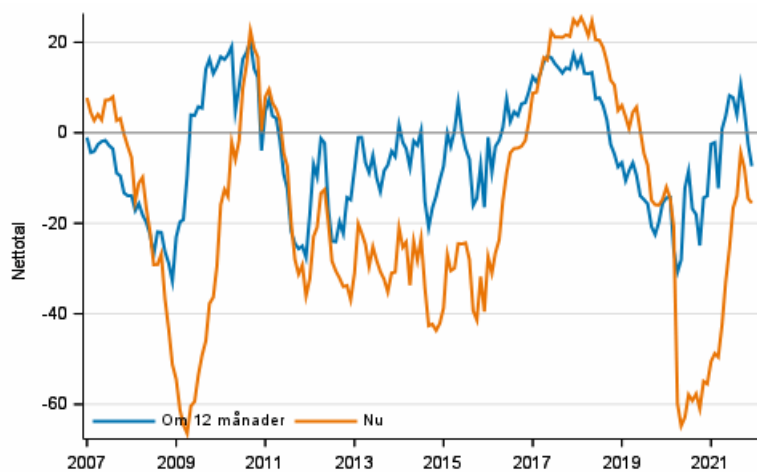


1) medeltal 10/1995 - 12/2021

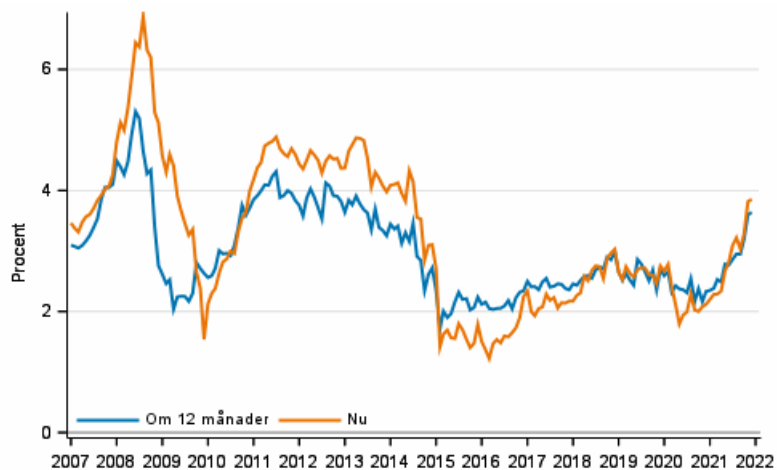
Figurbilaga 2. Egen ekonomi



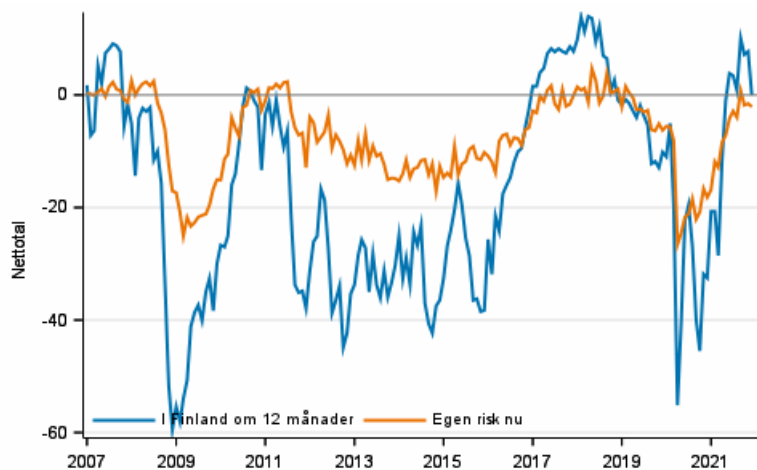
Figurbilaga 3. Finlands ekonomi



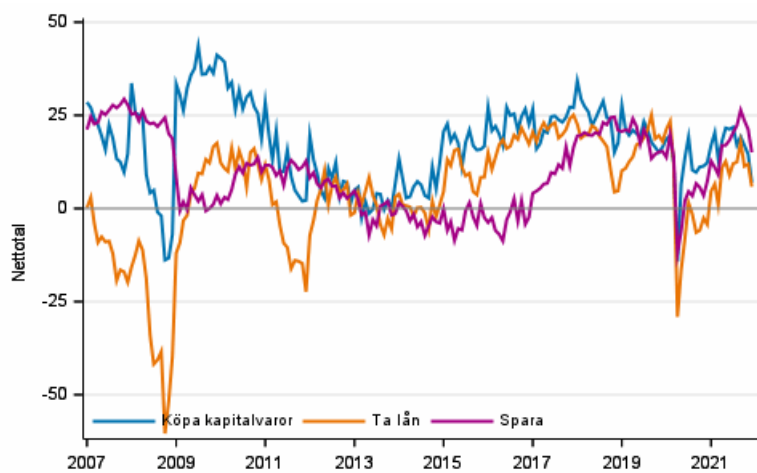
Figurbilaga 4. Inflation



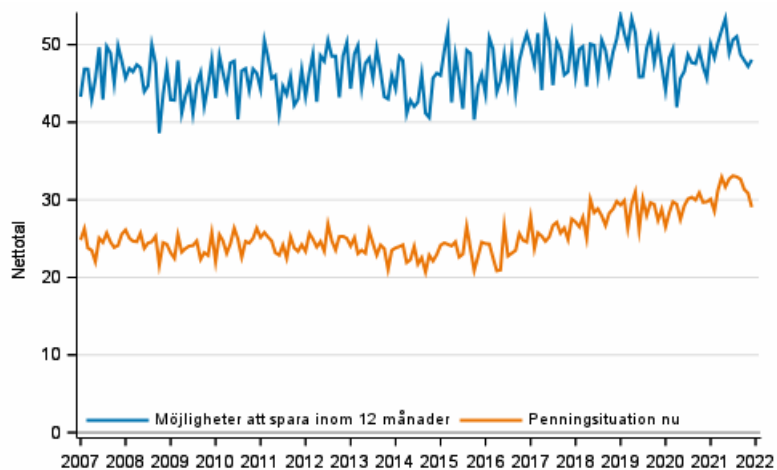
Figurbilaga 5. Arbetslöshet



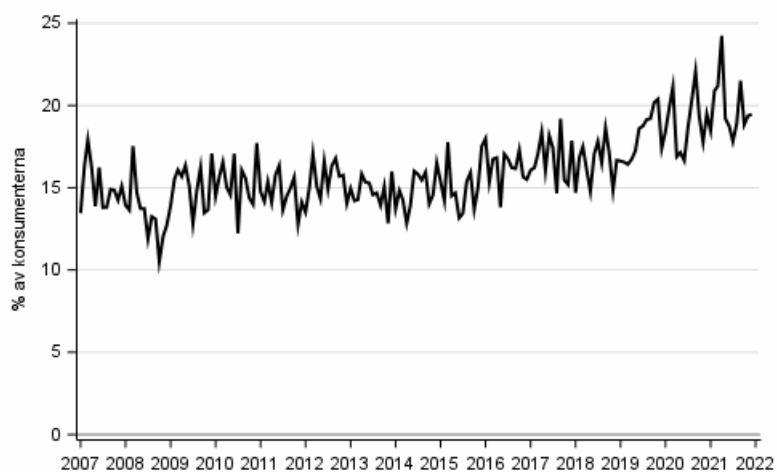
Figurbilaga 6. Tidpunktens fördelaktighet för att



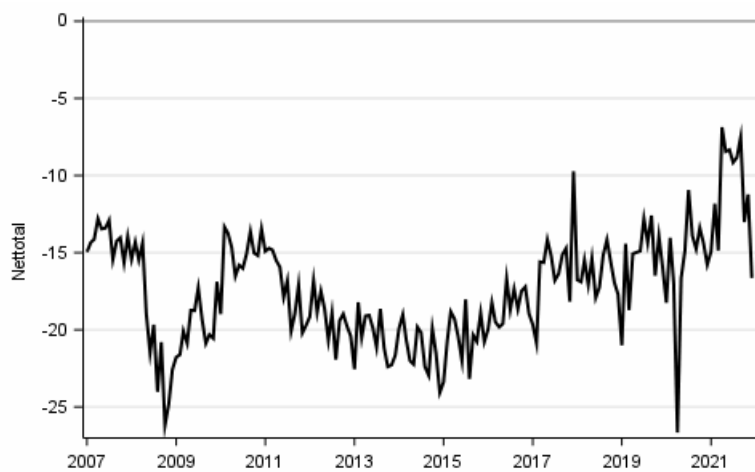
Figurbilaga 7. Egen penningssituation och möjligheter att spara



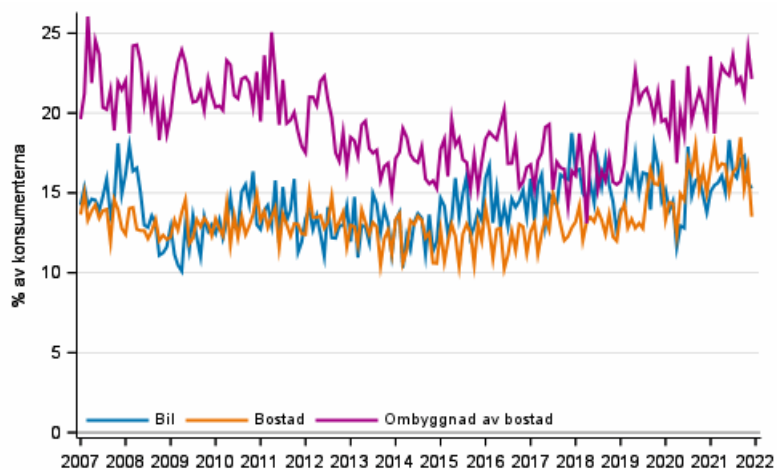
Figurbilaga 8. Avsikt att ta lån inom 12 månader



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, december. Statistikcentralen