

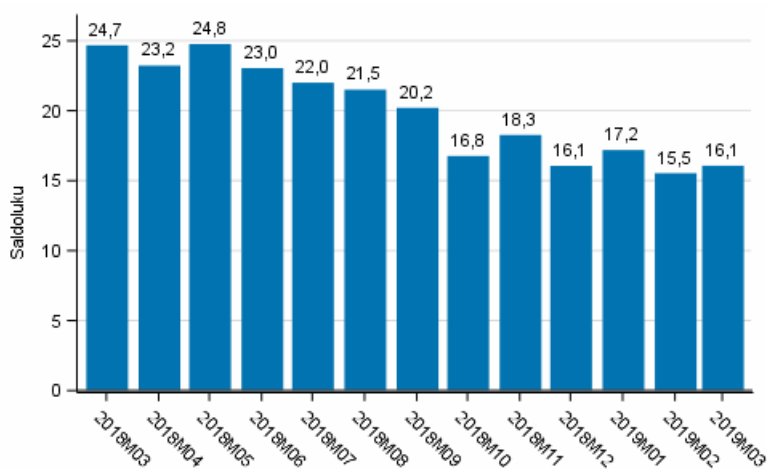
# Kuluttajabarometri

2019, maaliskuu

## Kuluttajien luottamus vakaalla tasolla

Kuluttajien luottamus talouteen vahvistui maaliskuussa ja on hyvällä tasolla. Kuluttajien luottamusindikaattori oli maaliskuussa 16,1 kun se helmikuussa oli 15,5 ja tammikuussa 17,2. Viime vuoden maaliskuussa luottamusindikaattori sai arvon 24,7. Indikaattorin pitkän ajan keskiarvo on 12,7. Tiedot perustuvat Tilastokeskuksen kuluttajabarometriin, jota varten haastateltiin 1.–19. maaliskuuta 1 205 Suomessa asuvaa henkilöä.

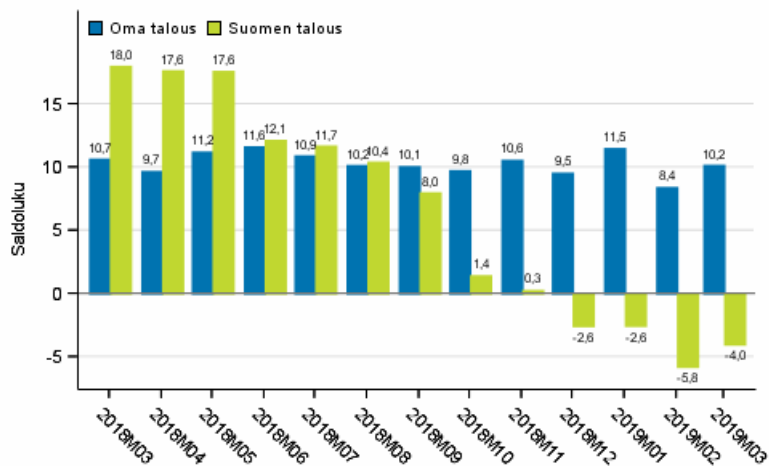
### Kuluttajien luottamusindikaattori



Luottamusindikaattorin neljästä osatekijästä kuluttajien odotus sekä omasta että Suomen taloudesta vahvistui maaliskuussa helmikuuhun verrattuna. Kuva omasta taloudesta oli hyvällä tasolla, kun taas näkemys Suomen talouden tulevaisuudesta oli vahvistumisesta huolimatta hieman pessimistinen. Arvio yleisestä työttömyyskehityksestä heikkeni hieman mutta oli edelleen luottavaisella tasolla. Odotukset omista säästämismahdollisuuksista pysyivät ennallaan ja olivat hyvin optimistiset.

Viime vuoden vastaavaan aikaan nähden ainoastaan näkemys säästämismahdollisuuksista parani maaliskuussa. Muut osatekijät omaa taloutta lukuun ottamatta heikkenivät vuodessa selvästi.

## Kuluttajien odotukset omasta ja Suomen taloudesta vuoden kuluttua



Kuluttajat arvioivat maaliskuussa kotitaloutensa rahatilanteen erittäin hyväksi. Työlliset kuluttajat kokivat, että työttömyyden uhka on omalla kohdalla edelleen vähentynyt selvästi. Ajankohtaa pidettiin otollisena säästämislle ja lainanotolle mutta ei erityisen hyvänä kestotavaroiden ostamiselle. Rahankäyttöaiheet vuoden sisällä kestotavaroihin heikkenivät maaliskuussa helmikuuhun ja viime vuoteen verrattuna.

### Kuluttajien luottamus suuralueilla ja väestöryhmissä

Maaliskuussa luottamus talouteen oli vahvinta Länsi-Suomessa (luottamusindikaattori 17,6) ja pääkaupunkiseudulla (17,1). Heikointa luottamus oli Itä-Suomessa (9,9). Väestöryhmistä ylempät toimihenkilöt (24,3) ja yrittäjät (24,2) olivat optimistisimpia. Kielteisimmän talouskehitystä arvioivat eläkeläiset (4,6) ja työttömät (9,9).

### EU-tulokset

Kaikkien EU-maiden (kausitasoitettujen) barometritulokset julkaistaan kuukausittain Euroopan komission sivuilla: [lehdistöiedotteet](#).

### Käsitteitä

Kysymyksen **saldoluku** saadaan vähentämällä vastausvaihtoehtoja painottaen myönteisten vastausten prosenttiosuudesta kielteisten vastausten prosenttiosuus (ks. [laatuseloste](#)). **Kuluttajien luottamusindikaattori** on sen osatekijöiden saldolukujen keskiarvo. Osatekijät ovat: oma talous, Suomen talous, yleinen työttömyys ja kotitalouden säästämismahdollisuudet (kaikki koskien seur. 12 kuukautta). Saldoluvut ja luottamusindikaattori voivat vaihdella -100:n ja +100:n välillä – mitä korkeampi (positiivinen) lukema, sitä valoisampi näkemys taloudesta.

### Kuluttajabarometriin monia muutoksia toukokuussa

Kuluttajabarometrin nimi, tiedonkeruutapa, otosasetelma ja tietosisältö muuttuvat toukokuusta lähtien. Muutoksista löytyy tarkempaa tietoa tilaston [verkkosivuilta](#).

# Sisällys

Katsaus.....	4
--------------	---

## Taulukot

### Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Kuluttajien näkemykset ja aikomukset.....	5
--	---

## Kuviot

### Liitekuviot

Liitekuvio 1. Kuluttajien luottamusindikaattori.....	7
Liitekuvio 2. Mikro- ja makrotalouden indikaattorit.....	7
Liitekuvio 3. Oma talous.....	7
Liitekuvio 4. Suomen talous.....	8
Liitekuvio 5. Inflaatio.....	8
Liitekuvio 6. Työttömyys.....	8
Liitekuvio 7. Ajankohdan otollisuus.....	9
Liitekuvio 8. Kotitalouden rahatilanne ja säästämismahdollisuudet.....	9
Liitekuvio 9. Kotitalouden lainanottoaikomus, 12 kk:n sisällä.....	9
Liitekuvio 10. Rahankäyttö kestotavaroihin, seur. 12 kk vs ed. 12 kk.....	10
Liitekuvio 11. Kotitalouden ostoaikomukset, 12 kk:n sisällä.....	10
Laatuseloste: Kuluttajabarometri.....	11

# Katsaus

## **Oma ja Suomen talous**

Maaliskuussa 21 prosenttia kuluttajista uskoi, että Suomen taloustilanne paranee seuraavan vuoden aikana. Kuluttajista 28 prosenttia puolestaan arvioi maamme talouden huononevan. Vastaavat osuudet olivat helmikuussa 21 ja 30 prosenttia ja viime vuoden maaliskuussa 45 ja 9 prosenttia.

Oman taloutensa kohentumiseen luotti maaliskuussa 28 prosenttia kuluttajista ja 11 prosenttia pelkäsi taloutensa huononevan vuoden kuluessa. Kuukautta aiemmin osuudet olivat 26 ja 11 prosenttia ja vuosi sitten 28 ja 9 prosenttia.

## **Työttömyys ja inflaatio**

Kuluttajista 36 prosenttia odotti maaliskuussa, että työttömyys vähenee seuraavan vuoden aikana, ja 23 prosenttia arvioi työttömyyden lisääntyvän. Osuudet olivat helmikuussa 35 ja 21 prosenttia ja vuosi sitten 52 ja 14 prosenttia.

Maaliskuussa 32 prosenttia työllisistä koki, ettei heillä ole lainkaan vaaraa joutua työttömäksi. Työllisistä 19 prosenttia uskoi työttömyyden uhan viime kuukausina vähentyneen omalla kohdallaan ja 12 prosenttia arvioi uhan kasvaneen.

Kuluttajat arvioivat maaliskuussa, että kuluttajahinnat nousevat 1,9 prosenttia seuraavan 12 kuukauden aikana. Helmikuussa inflaatio-odotus oli 1,8 prosenttia ja sen pitkän ajan keskiarvo on 2,1 prosenttia.

## **Säästäminen ja lainanotto**

Kuluttajista 71 prosenttia piti maaliskuussa säästämistä kannattavana. Pitkän ajan keskimääräinen osuus on 59 prosenttia. Maaliskuussa 70 prosentilla kotitalouksista oli jäänyt rahaa säästöön ja peräti 80 prosenttia uskoi pystyvänsä säästämään seuraavan vuoden aikana. Näiden osuuksien pitkän ajan keskiarvot ovat 61 ja 75 prosenttia.

Maaliskuussa 66 prosenttia kuluttajista arvioi ajankohdan hyväksi lainan ottamiselle. Kotitalouksista 14 prosenttia harkitsi ottavansa lainaa vuoden sisällä.

## **Kestotavaroiden ostaminen**

Kuluttajista 39 prosenttia piti maaliskuussa ajankohtaa otollisena kestotavaroiden ostamiselle. Pitkän ajan keskimääräinen osuus on 45 prosenttia. Kuluttajista 19 prosenttia aikoi lisätä ja 34 prosenttia vähentää rahankäyttöä kestokulutukseen seuraavan vuoden aikana. Helmikuussa vastaavat osuudet olivat 21 ja 30 prosenttia.

Maaliskuussa 17 prosenttia kotitalouksista aikoi joko hyvin tai melko varmasti ostaa auton vuoden sisällä. Asunnon ostoa taas harkitsi seitsemän prosenttia kotitalouksista. Kotitalouksista 21 prosenttia suunnitteli käyttävänsä vuoden sisällä rahaa asuntonsa peruskorjaamiseen.

## **Tutkimuksen aineisto**

Kuluttajabarometrin otoskoko on 2 350 henkilöä kuukausittain. Otokseen poimitut ovat 15–84-vuotiaita. Maaliskuussa 2019 vastaukset saatiin 1 205 henkilöltä ja vastauskato oli siten 48,7 prosenttia. Vastauskato sisältää tutkimuksesta kieltäytyneiden tai muuten estyneiden lisäksi henkilöt, joita ei onnistuttu tavoittamaan, ja tässä myös mahdollisen ylipeiton (pysyvästi ulkomailla tai laitoshoidossa, kuolleet).

Tarkempaa tietoa [laatuselosteessa](#).

# Liitetaulukot

## Liitetaulukko 1. Kuluttajien näkemykset ja aikomukset

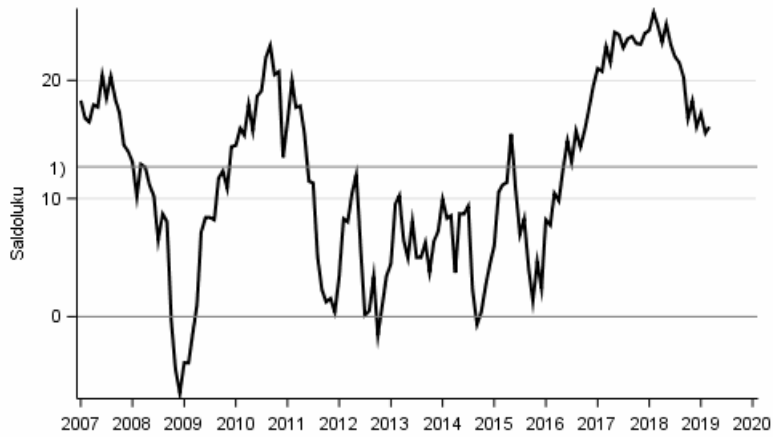
	Keskiarvo 10/1995-	Maksimi 10/1995-	Minimi 10/1995-	03/2018	02/2019	03/2019	Näkymä <sup>1)</sup>
A1 Kuluttajien luottamusindikaattori = (B2+B4+B7+D2)/4	12,7	25,8	-6,5	24,7	15,5	16,1	+
A2 Vanha luottamusindikaattori = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	6,9	20,6	-15,0	17,8	7,7	7,5	=
A3 Mikrotalouden indikaattori = (B2+D1+D2)/3	26,0	34,0	9,5	32,4	32,7	32,2	++
A4 Makrotalouden indikaattori = (B4+B7)/2	1,0	22,8	-39,1	18,7	0,7	1,1	=
B1 Oma talous nyt (saldoluku)	4,0	9,8	-4,0	6,2	7,5	8,0	++
- Parempi (%)	23,5	30,6	16,4	24,7	27,0	28,9	
- Huonompi (%)	16,4	22,7	11,4	15,2	14,8	15,9	
B2 Oma talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	8,5	14,1	2,3	10,7	8,4	10,2	+
- Parempi (%)	25,9	33,4	18,2	27,7	25,7	28,3	
- Huonompi (%)	11,3	17,7	6,6	9,4	11,4	11,1	
B3 Suomen talous nyt (saldoluku)	-1,0	29,5	-60,9	27,5	8,0	5,1	+
- Parempi (%)	28,1	62,1	2,0	58,3	31,4	29,3	
- Huonompi (%)	27,2	88,5	4,2	7,7	15,4	17,8	
B4 Suomen talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	4,2	25,3	-27,1	18,0	-5,8	-4,0	-
- Parempi (%)	32,0	57,3	11,6	44,9	19,1	20,7	
- Huonompi (%)	22,1	57,3	6,0	9,1	29,9	28,3	
B5 Inflaatio nyt (prosenttia)	2,2	5,8	-2,0	1,3	1,5	1,7	
B6 Inflaatio 12 kk:n kuluttua (prosenttia)	2,1	4,6	0,6	1,8	1,8	1,9	
B7 Työttömyys Suomessa 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	-2,3	27,6	-51,1	19,5	7,2	6,3	+
- Vähemmän (%)	31,2	60,8	6,4	51,9	35,2	35,8	
- Enemmän (%)	33,2	83,3	6,9	13,6	20,9	22,5	
B8 Työttömyyden uhka omalla kohdalla nyt (saldoluku)	-0,5	9,8	-18,8	6,1	6,2	6,0	++
- Vähentynyt (%)	13,5	20,4	5,3	18,4	19,2	18,6	
- Lisääntynyt (%)	16,6	31,9	7,9	12,2	11,7	11,9	
C1 Ajankohdan otollisuus kestotavaroiden ostamiseen (saldoluku)	18,8	41,8	-14,2	26,5	20,2	18,2	=
- Edullinen aika (%)	44,5	62,4	29,6	43,6	40,3	38,9	
- Epäedullinen aika (%)	25,7	45,7	15,2	17,2	20,1	20,6	
C2 Ajankohdan otollisuus säästämiseen (saldoluku)	11,5	36,8	-19,6	27,2	28,8	27,9	++
- Hyvä aika (%)	58,7	80,7	33,4	70,9	72,5	70,9	
- Huono aika (%)	35,8	58,5	15,5	23,1	22,5	24,1	
C3 Ajankohdan otollisuus lainanottoon (saldoluku)	18,6	42,0	-47,1	31,1	22,4	23,6	+
- Hyvä aika (%)	62,9	78,2	13,3	73,1	66,1	67,7	
- Huono aika (%)	30,0	83,4	12,1	18,2	26,2	25,0	
D1 Kotitalouden rahatilanne nyt (saldoluku)	29,1	37,3	14,7	36,1	37,2	34,7	++

	Keskiarvo 10/1995-	Maksimi 10/1995-	Minimi 10/1995-	03/2018	02/2019	03/2019	Näkymä <sup>1)</sup>
- Pystyy säästämään (%)	60,5	72,2	38,6	70,4	72,2	69,6	
- Käyttää säästöjä tai velkaantuu (%)	6,8	10,1	4,5	6,1	6,7	8,0	
D2 Kotitalouden säästämismahdollisuudet 12 kk:n sisällä (saldoluku)	40,3	53,6	10,9	50,5	52,3	51,8	++
- Pystyy säästämään (%)	74,5	82,3	56,6	81,9	81,7	79,7	
- Ei pysty säästämään (%)	23,7	40,3	16,5	16,5	16,8	18,2	
D5 Kotitalouden lainanottoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista)	13,1	17,8	9,1	14,0	13,9	13,3	=
- Kyllä, varmasti (%)	5,6	8,5	3,1	6,8	6,5	6,5	
- Mahdollisesti (%)	7,5	11,4	5,0	7,1	7,4	6,8	
E1 Rahankäyttö kestotavaroihin, seuraava 12 kk vs edellinen 12 kk (saldoluku)	-8,9	-2,4	-18,2	-8,6	-7,2	-11,2	-
- Enemmän (%)	21,3	30,8	13,9	20,2	20,9	19,4	
- Vähemmän (%)	32,6	40,4	25,6	31,0	29,6	33,6	
E2 Auton ostoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista)	16,7	21,7	12,7	16,3	14,9	17,4	+
- Hyvin todennäköisesti (%)	8,5	12,1	5,1	8,8	7,6	7,8	
- Melko todennäköisesti (%)	8,2	10,4	5,3	7,6	7,3	9,6	
E4 Asunnon ostoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista)	7,0	11,3	4,1	6,0	9,1	7,1	=
- Kyllä, varmasti (%)	3,0	5,2	1,3	2,6	2,8	2,5	
- Mahdollisesti (%)	4,0	6,3	2,2	3,3	6,3	4,6	
E5 Asunnon peruskorjausaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista)	18,8	27,0	9,8	18,5	19,0	20,7	+
- Hyvin todennäköisesti (%)	12,4	19,0	5,0	11,7	11,7	12,2	
- Melko todennäköisesti (%)	6,4	9,1	3,2	6,8	7,3	8,5	

1) Näkymä: ++ hyvin valoisa, + valoisa, = neutraali, - huono, -- hyvin huono; saldoluvun poikkeamaa keskiarvosta verrattu keskihajontaan

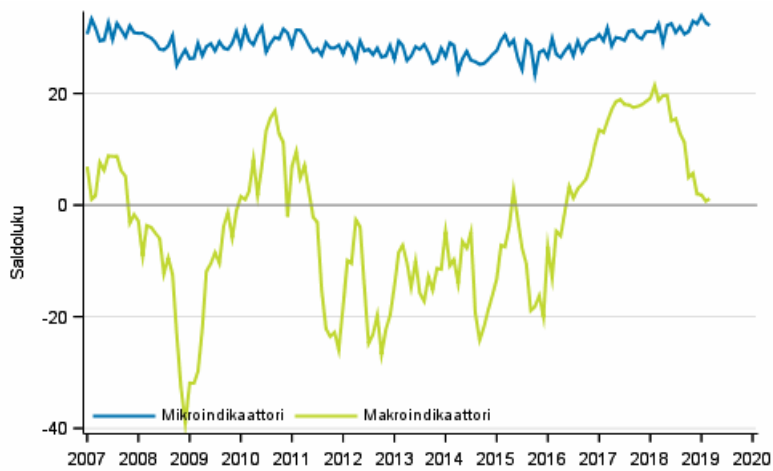
# Liitekuviot

**Liitekuvio 1. Kuluttajien luottamusindikaattori**

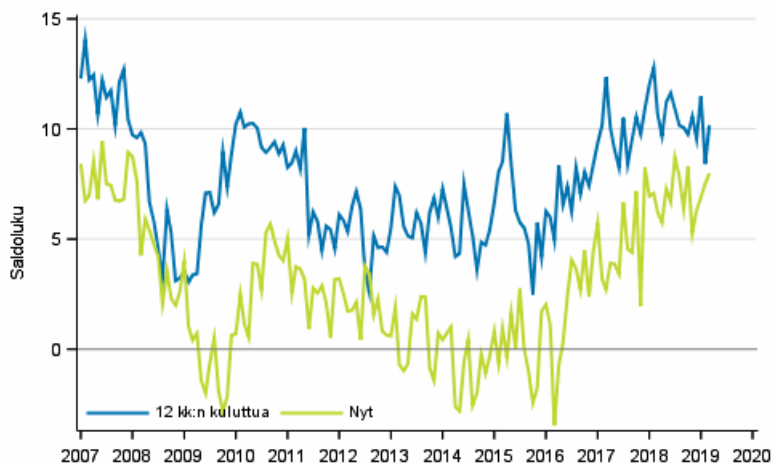


1) keskiarvo 10/1995 - 03/2019

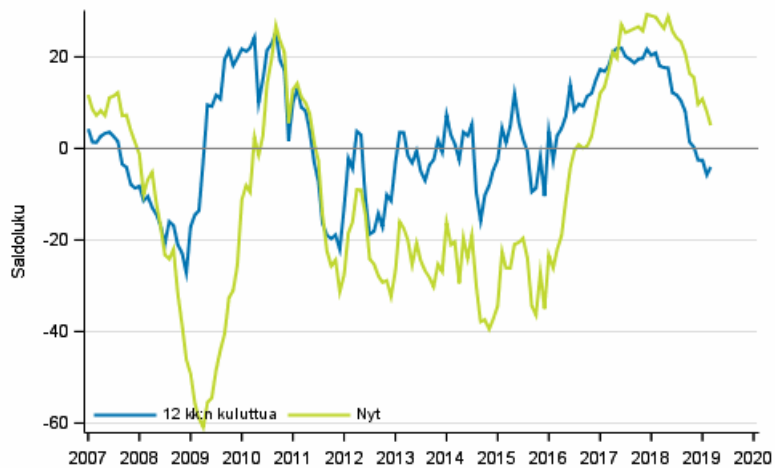
**Liitekuvio 2. Mikro- ja makrotalouden indikaattorit**



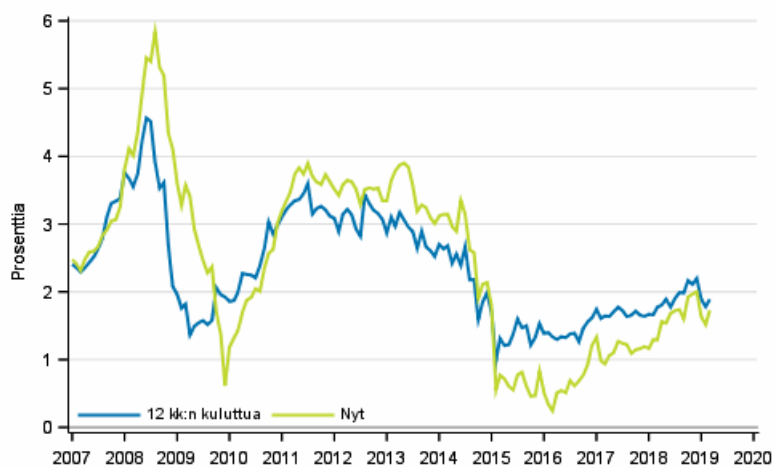
**Liitekuvio 3. Oma talous**



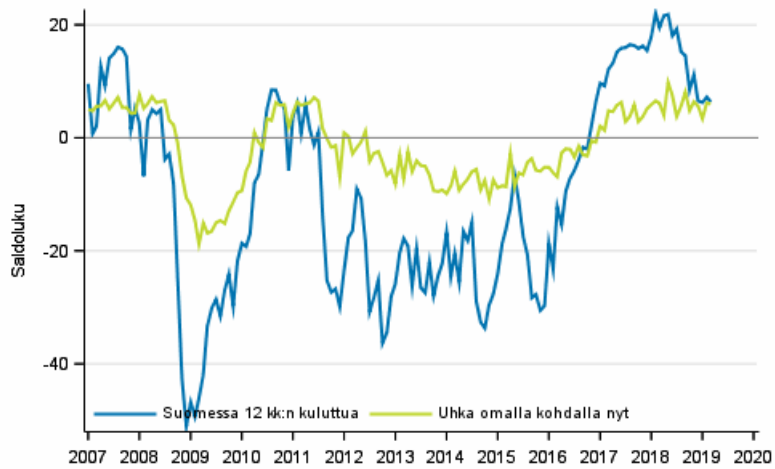
**Liitekuvio 4. Suomen talous**



**Liitekuvio 5. Inflaatio**

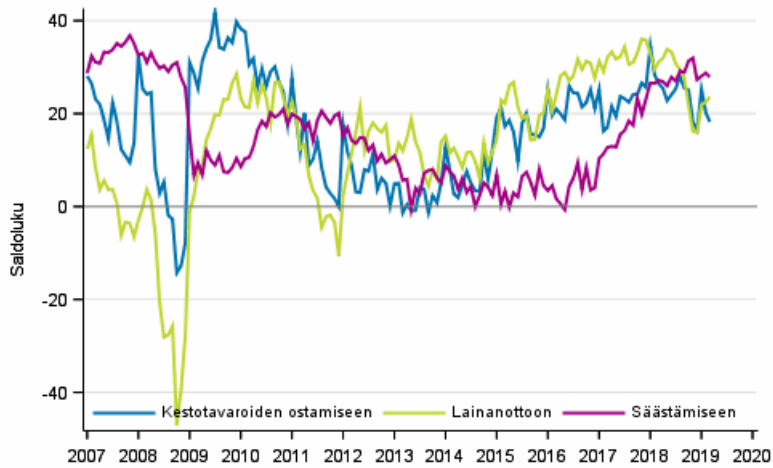


**Liitekuvio 6. Työttömyys**

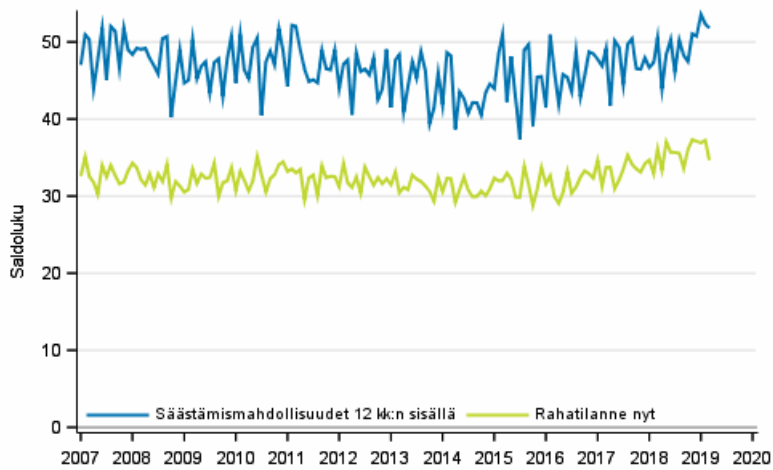




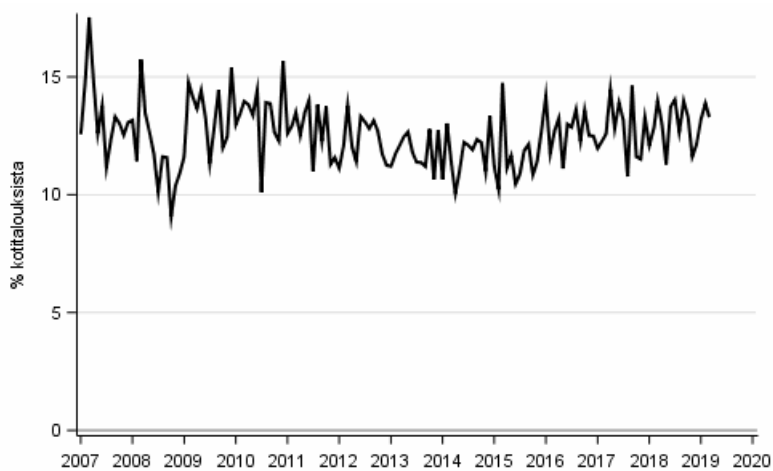
**Liitekuvio 7. Ajankohdan otollisuus**



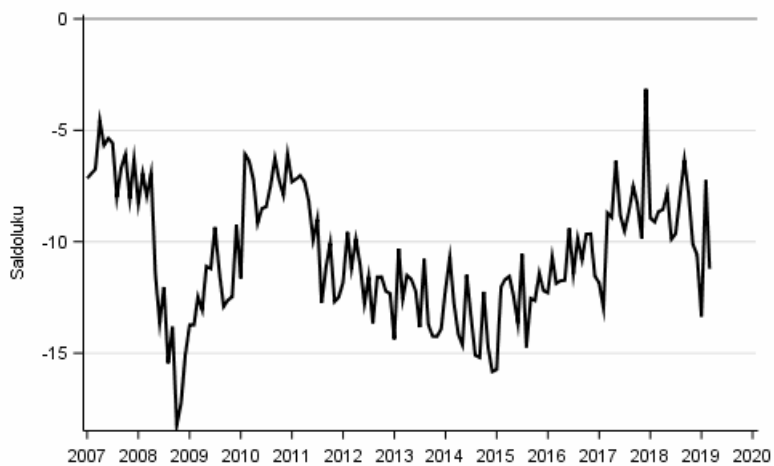
**Liitekuvio 8. Kotitalouden rahatilanne ja säästämismahdollisuudet**



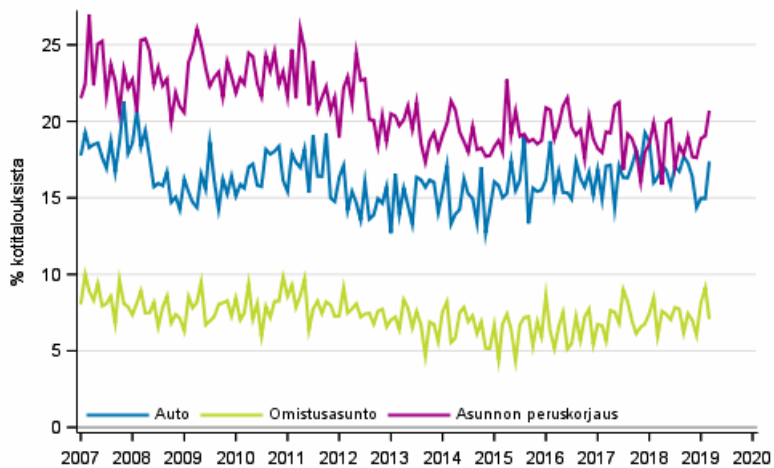
**Liitekuvio 9. Kotitalouden lainanottoaikomus, 12 kk:n sisällä**



**Liitekuvio 10. Rahankäyttö kestotavaroihin, seur. 12 kk vs ed. 12 kk**



**Liitekuvio 11. Kotitalouden ostoaikomukset, 12 kk:n sisällä**



# Laatuseloste: Kuluttajabarometri

## 1. Tilastotietojen relevanssi

Kuluttajabarometri on henkilötutkimukseen pohjautuva puhelinhaastattelututkimus (survey), jonka avulla mitataan suomalaisten kuluttajien mielikuvia, arvioita ja odotuksia oman kotitaloutensa ja Suomen yleisestä taloudellisesta kehityksestä. Sillä tutkitaan myös kotitalouksien aikomuksia tehdä suuria hankintoja, säästää, sijoittaa ja ottaa lainaa.

Ensimmäinen barometritutkimus tehtiin marraskuussa 1987. Aluksi tutkimus tehtiin kaksi kertaa vuodessa (touko- ja marraskuu), ja vuonna 1992 tutkimuskerrat nostettiin neljään (helmi-, touko-, elo- ja marraskuu). Lokakuusta 1995 alkaen kuluttajabarometrin tiedot on kerätty [Euroopan komission](#) toimeksiannosta, harmonisoimana ja osin rahoittamana joka kuukausi.

Kuluttajabarometrissa esitettävät kysymykset jakautuvat mielipidekysymyksiin ja tosiasiakysymyksiin. Kysymyksiin vastaaminen tapahtuu valmiiden vastausvaihtoehtojen avulla (kvalitatiivinen tutkimus; poikkeuksena inflaatiota koskevat prosenttiarvio-kysymykset).

### Kuluttajabarometrin keskeisten kysymysten sanamuodot ja vastausvaihtoehdot haastattelulomakkeella

Kysymys	Vastausvaihtoehdot					
B1. Millainen on oman kotitaloutesi taloudellinen tilanne nyt verrattuna tilanteeseen 12 kuukautta sitten?	paljon parempi	jonkin verran parempi	samanlainen	jonkin verran huonompi	paljon huonompi	ei osaa sanoa
B2. Millaisen arvioit kotitaloutesi taloudellisen tilanteen olevan 12 kuukauden kuluttua verrattuna tilanteeseen nyt?	paljon parempi	jonkin verran parempi	samanlainen	jonkin verran huonompi	paljon huonompi	ei osaa sanoa
B3. Millainen on mielestäsi Suomen taloudellinen tilanne nyt verrattuna tilanteeseen 12 kuukautta sitten?	paljon parempi	jonkin verran parempi	samanlainen	jonkin verran huonompi	paljon huonompi	ei osaa sanoa
B4. Millaisen arvioit Suomen taloudellisen tilanteen olevan 12 kuukauden kuluttua verrattuna tilanteeseen nyt?	paljon parempi	jonkin verran parempi	samanlainen	jonkin verran huonompi	paljon huonompi	ei osaa sanoa
B5. Kuinka monta prosenttia arvioit kuluttajahintojen muuttuneen viimeisen 12 kuukauden aikana?			__ , __ %			ei osaa sanoa
B6. Kuinka monta prosenttia arvioit kuluttajahintojen muuttuvan seuraavan 12 kuukauden aikana?			__ , __ %			ei osaa sanoa
B7. Miten paljon arvioit työttömiä olevan Suomessa 12 kuukauden kuluttua verrattuna tilanteeseen nyt?	paljon enemmän	jonkin verran enemmän	yhtä paljon	jonkin verran vähemmän	paljon vähemmän	ei osaa sanoa
B8. Miten on mielestäsi uhka työttömyydestä tai lomautuksesta muuttunut omalla kohdallasi viimeisen 12 kuukauden aikana?	lisääntynyt paljon	lisääntynyt hieman	pysynyt ennallaan	vähentynyt hieman	vähentynyt paljon	ei uhkaa/ ei osaa sanoa

Kysymys	Vastausvaihtoehdot					
C1. Jos ajattelet yleistä taloudellista tilannetta Suomessa, niin onko mielestäsi nyt edullinen aika ostaa kestokulutustavaroita, kuten huonekaluja, kodintekniikkaa, auto tms.?	edullinen aika		ei kumpikaan		epäedullinen aika	ei osaa sanoa
C2. Jos ajattelet yleistä taloudellista tilannetta Suomessa, niin onko mielestäsi nyt hyvä vai huono aika säästää?	erittäin hyvä aika	melko hyvä aika		melko huono aika	erittäin huono aika	ei osaa sanoa
C3. Jos ajattelet yleistä taloudellista tilannetta Suomessa, niin onko mielestäsi nyt hyvä vai huono aika ottaa lainaa?	erittäin hyvä aika	melko hyvä aika		melko huono aika	erittäin huono aika	ei osaa sanoa
D1. Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa parhaiten oman kotitaloutesi rahatilannetta tällä hetkellä?	säästöön jää paljon	säästöön jää hieman	rahat riittävät nipin napin	joutuu käyttämään säästöjä	velkaantuu	ei osaa sanoa
D2. Kuinka todennäköisesti kotitaloutesi pystyy säästämään rahaa seuraavan 12 kuukauden aikana?	hyvin todennäköisesti kyllä	melko todennäköisesti kyllä		melko todennäköisesti ei	hyvin todennäköisesti ei	ei osaa sanoa
D5. Aikooko kotitaloutesi ottaa lainaa seuraavan 12 kuukauden aikana?	kyllä, varmasti	mahdollisesti		luultavasti ei	ei	ei osaa sanoa
E1. Miten itse käytät rahaa kestokulutustavaroiden (huonekalut, kodintekniikka, auto yms.) hankintaan seuraavan 12 kuukauden aikana verrattuna viimeksi kuluneeseen 12 kuukauteen?	paljon enemmän	jonkin verran enemmän	saman verran	jonkin verran vähemmän	paljon vähemmän	ei osaa sanoa
E2. Kuinka todennäköisesti kotitaloutesi ostaa tai vaihtaa henkilöauton seuraavan 12 kuukauden aikana?	hyvin todennäköisesti kyllä	melko todennäköisesti kyllä		melko todennäköisesti ei	hyvin todennäköisesti ei	ei osaa sanoa
E4. Aikooko kotitaloutesi ostaa tai rakentaa asunnon seuraavan 12 kuukauden aikana (omaan tai jonkun perheenjäsenen käyttöön, loma-asunnoksi, vuokrattavaksi tms.)?	kyllä, varmasti	mahdollisesti		luultavasti ei	ei	ei osaa sanoa
E5. Kuinka todennäköisesti kotitaloutesi käyttää suuren summan rahaa asunnon peruskorjauksiin tai -parannuksiin seuraavan 12 kuukauden aikana?	hyvin todennäköisesti kyllä	melko todennäköisesti kyllä		melko todennäköisesti ei	hyvin todennäköisesti ei	ei osaa sanoa

Mielipidekysymyksissä vastausten prosenttijakaumasta johdetaan **saldoluku**, joka vastaa EU:n ‘balance figure’ -mittaria. Saldoluku luonnehtii vastaajien keskimääräistä mielipidettä tietynä ajankohtana. Saldolukujen tarkastelu aikasarjana kertoo mielialojen muutoksista ajankohdasta toiseen.

Saldoluku saadaan myönteisten ja kielteisten vastausosuuksien erotuksena painottamalla ääriavastauksia luvulla 1 ja maltillisempia vastauksia luvulla 0,5. Saldolukuun ei oteta mukaan keskimmäisiä eli neutraaleja mielipiteitä eikä ‘ei osaa sanoa’ -vastauksia. Saldoluku voi vaihdella -100:n ja +100:n välillä. Mitä korkeamman (positiivisen) arvon saldoluku saa, sitä valoisampi näkemys kuluttajilla on taloudesta.

## Saldoluvun laskenta kysymyksittäin

Kysymys	Saldoluku
B1-B4	(paljon parempi + 0,5 x jonkin verran parempi) - (paljon huonompi + 0,5 x jonkin verran huonompi)
B7	(paljon vähemmän + 0,5 x jonkin verran vähemmän) - (paljon enemmän + 0,5 x jonkin verran enemmän)
B8	(vähentynyt paljon + 0,5 x vähentynyt hieman) - (lisääntynyt paljon + 0,5 x lisääntynyt hieman)
C1	edullinen aika - epäedullinen aika
C2, C3	(erittäin hyvä aika + 0,5 x melko hyvä aika) - (erittäin huono aika + 0,5 x melko huono aika)
D1	(pystyy säästämään paljon + 0,5 x pystyy säästämään hieman) - (velkaantuu + 0,5 x joutuu käyttämään säästöjä)
D2	(hyvin todennäköisesti kyllä + 0,5 x melko todennäköisesti kyllä) - (hyvin todennäköisesti ei + 0,5 x melko todennäköisesti ei)
E1	(paljon enemmän + 0,5 x jonkin verran enemmän) - (paljon vähemmän + 0,5 x jonkin verran vähemmän)

Inflaatio-kysymysten (B5 ja B6) kohdalla prosenttivastauksista lasketaan kuluttajien arvioiden keskiarvo (mukaan itseisarvoltaan vain alle 15 prosentin arviot). Osto- ja lainanottoaikomusten (D5, E2, E4 ja E5) osalta summataan yhteen varman ja mahdollisen aikomuksen vastausosuudet.

**Kuluttajien luottamusindikaattori (A1)** tiivistää kuluttajien näkemykset taloudesta. Luottamusindikaattori on neljän saldoluvun aritmeettinen keskiarvo: oma talous, Suomen talous, yleinen työttömyys ja kotitalouden säästämismahdollisuudet (kaikki koskien seur. 12 kk). Tätä uutta EU-luottamusindikaattoria on mahdollista laskea taaksepäin lokakuuhun 1995 saakka. Vanhassa kuluttajien luottamusindikaattorissa (A2) viitenä osatekijänä ovat oman ja Suomen talouden menneet ja tuleva kehitys sekä kestotavaroiden ostamisen edullisuus haastatteluhetkellä.

**Mikrotalouden indikaattori (A3)** tiivistää kuluttajien näkemykset oman kotitaloutensa tilanteesta. Mikroindikaattori on seuraavien saldolukujen keskiarvo: oma talous (seur. 12 kk), kotitalouden rahatilanne (haast.hetkellä) ja säästämismahdollisuudet (seur. 12 kk).

**Makrotalouden indikaattori (A4)** tiivistää kuluttajien näkemykset yleisestä taloudesta Suomessa. Makroindikaattori on seuraavien saldolukujen keskiarvo: Suomen talous ja yleinen työttömyys (molemmat seur. 12 kk).

Kuluttajien luottamus- ym. indikaattorien sekä taloutta koskevien odotusten avulla on mahdollista ennakoida talouden kehitystä mikro- ja makrotasolla.

Kuluttajabarometri sisältää edellä mainittujen kysymysten lisäksi myös joukon kysymyksiä kotitalouksien kulutus-, säästö- ja lainanottoaikomuksista. Näistä kysymyksistä voidaan summata niiden kotitalouksien prosenttiosuudet, jotka varmasti tai mahdollisesti aikovat kuluttaa, säästää tai ottaa lainaa tietyn ajan kuluessa.

Kuluttajabarometrin luokittelutietoina ovat vastaajan sukupuoli, ikä, äidinkieli, koulutus, sosioekonominen asema ja asuinalue sekä kotitalouden koko, rakenne, tyyppi, bruttotulot ja asumismuoto.

## 2. Menetelmäkuvaus

Kuluttajabarometrin otannan ja haastattelulomakkeen suunnitteluun, tietojen jatkokäsittelyyn ja analysointiin, julkaisujen laadintaan ja tietopalveluun osallistuu päätoimisesti yksi henkilö ja osa-aikaisesti pari asiantuntijaa.

### Otanta ja tiedonkeruu

Kuluttajabarometrin tiedot kerättiin joulukuuhun 1999 saakka Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen yhteydessä. Tutkimuksessa käytettiin tuolloin rotatoivaa paneeliasetelmaa. Samalle henkilölle esitettiin kysymykset kolme kertaa puolen vuoden välein, ja kohdehenkilöistä oli joka kuukausi uusia noin kolmannes. Tilastokeskuksen tilastohaastattelijat tekivät haastattelut puhelimitse eri puolilla Suomea.

Tammikuusta 2000 alkaen kuluttajabarometrin kohteena on ollut kuukausittain kokonaan vaihtuva henkilöotos. Samaa otosta käytetään myös suomalaisten matkailu -tutkimuksen ym. kyselyjen tiedonkeruussa. Tutkimusalueena on koko maa. Haastattelut tehdään puhelimitse (CATI) Tilastokeskuksen puhelinhaastattelukeskuksesta ja maakunnissa tilastohaastattelijoiden toimesta. Vastaajat edustavat Suomen

15–84-vuotiaista väestöä iän, sukupuolen, asuinalueen ja äidinkielen suhteen. Tiedonkeruumenetelmän muutoksella oli jonkin verran vaikutusta kuluttajabarometrin vastausjakaumiin (ks. kohta 6).

Kuluttajabarometrin perusjoukkoon kuuluu 4,5 miljoonaa henkilöä ja heidän 2,7 miljoonaa kotitalouttaan Suomessa. Tammikuussa 2012 perusjoukkoa laajennettiin 75–84-vuotiailla henkilöillä (vaikutuksista tuloksiin ks. kohta 6). Tutkimuksen brutto-otoskoko on kuukausittain 2 350 henkilöä (aiemmin 2 200 henkilöä). Otos poimitaan Tilastokeskuksen väestötietokannasta systemaattista satunnaisotantaa (SYS) käyttäen. Kehikon lajittelujärjestys noudattaa maantieteellistä väestötiheyttä. Poiminta voidaan rinnastaa yksinkertaisen satunnaisotannan käyttöön sillä lisäyksellä, että otos on maantieteellisesti itsepainottuva.

Vastauskadon ollessa nykyisin yli 45 prosenttia saadaan vastaukset joka kuukausi noin 1 200 henkilöltä. Vastauskato käsittää tutkimuksesta kieltäytyneiden tai muuten estyneiden lisäksi henkilöt, joita ei onnistuttu tavoittamaan. Myös mahdollinen ylipeitto (kuolleet, ulkomaille muuttaneet ja pysyvästi laitoshoidossa olevat) sisältyy tässä vastauskattoon.

Tilastokeskuksen haastattelijat koulutetaan työsuhteen alkaessa sekä haastattelutekniikan että kuluttajabarometrin sisällön osalta. Haastattelijoilla on työssään apuna kuluttajabarometrin ohjeisto ja mahdollisuus saada lisäopastusta työnohjaajilta ja esimiehiltä sekä kuluttajabarometrin tutkijoilta. Haastattelijapalautteen avulla kyselylomaketta voidaan päivittää ja hioa entistä paremmaksi.

Tilastokeskuksesta lähetetään kuukausittain muutama päivä ennen puhelinyhteydenottoa jokaiselle otoshenkilölle tutkimuksen saatekirje, jossa esitellään lyhyesti tutkimuksen sisältö ja tarkoitus. Myös sähköpostia käytetään informoinnissa. Puhelinnumerojen haku tapahtuu pääasiassa ostetun hakupalvelun välityksellä, mutta haastattelijat täydentävät sitä lopuksi lisähakujen avulla. Kohdehenkilöitä, joille ei löydetä puhelinnumeroa, pyydetään ottamaan itse yhteyttä puhelimitse tai sähköpostitse Tilastokeskukseen.

Haastattelut aloitetaan kuukauden ensimmäisenä työpäivänä, ja ne vievät runsaat kaksi viikkoa. Valmis Blaise-haastatteluaineisto tarkistetaan, editoidaan ja painotetaan välittömästi SAS-, Excel- ja Calmar-ohjelmistojen avulla. Tulokset lähetetään EU:n komissiolle sähköpostitse noin kymmenen päivää ennen tutkimuskuukauden loppua. Tilastokeskus julkaisee tulokset Suomessa kuukauden 27. päivänä (viikonlopun tai pyhän sattuessa seuraavana työpäivänä). Kuluttajabarometrin tuotantoprosessi on jatkuva, sillä uudet haastattelut alkavat pian edellisen kuukauden tietojen tultua julkisuuteen.

## **Painotus**

Kaikki kuluttajabarometrin vastaustiedot korotetaan perusjoukon tasolle painokertoimien avulla. Painotus korjaa vastauskadon vaikutuksia ja parantaa tietojen tilastollista tarkkuutta. Painokertoimet muodostetaan käyttämällä hyväksi kunkin havainnon todennäköisyyttä sisältyä otokseen.

Suurin osa kuluttajabarometrin mittareista on henkilöihin kohdistuvia. Niiden osalta tulokset estimoidaan henkilöpainojen avulla. Henkilöpainot saadaan kalibrointimenetelmällä (Calmar) niin, että valittujen taustamuuttujien (suuralue, henkilön ikäryhmä ja sukupuoli) estimoidut reunajakaumat vastaavat koko perusjoukosta saatua reunajakaumia eli väestörakennetta. Painot muodostuvat perusjoukon solufrekvenssien ja otosfrekvenssien suhteenä. Pienistä tai nolliksi jääneistä solufrekvensseistä ei tarvitse välittää. Menetelmää voidaan kutsua myös ”epätäydelliseksi jälkiositukseksi”. Painojen kalibrointi tehdään ”automaattisesti” yhtenä osana tulosten käsittelyohjelmia.

Osa kuluttajabarometrin muuttujista mittaa kotitalouskohtaisia asioita. Nämä tulokset saadaan kotitalouskohtaisten painojen avulla. Painorakennetta laskettaessa käytetään hyväksi Tilastokeskuksen tulonjakotilaston kotitalouksien rakennetta (”benchmarking”-menetelmä). Varsinainen painotus tehdään jälkiosittamalla ja lopuksi kalibroimalla (reunamuuttujina suuralue ja kotitalouden jäsenlukumäärät ikäryhmittäin).

Painotuksen vaikutus mielialamittareiden arvoihin on yleensä vähäinen kolmesta syystä: Ensinnäkin tutkimuksen otanta-asetelma (SYS) tuottaa itsepainottuvan otoksen. Toiseksi kato on pysynyt melko tasaisena eri väestöryhmissä, joten se ei ole kovin paljon vinouttanut aineistoa. Ja kolmanneksi mielipiteitä koskevien kysymysten ja niistä laskettujen indikaattorien korrelaatio on heikko painotuksessa käytettyjen muuttujien kanssa. Voidaan sanoa, että mielipiteet hajoavat suhteellisen paljon eri väestöryhmissä. Kotitalouskohtaisissa tiedoissa kuitenkin ilmenee näkyvämpiä eroja painotettujen ja painottamattomien tulosten välillä.

Tilastokeskus ei tee kausitasoitusta julkaisemilleen kuluttajabarometrin aikasarjoille (vrt. Euroopan komissio, kohta 5).

### 3. Tietojen oikeellisuus ja tarkkuus

Mielialamittareiden luotettavuuden arviointi ei ole yksiselitteistä. Kuluttajien odotuksia koskevan informaation merkitys on kuitenkin yleisesti tunnustettu, ja kuluttajien mielialamittareita on käytetty pitkään ennakoivien talousindikaattorien osina ja talouden ennustemalleissa.

Kuluttajien luottamusindikaattori on ollut laajasti käytössä Suomessa, kun on haluttu ennakoida kuluttajien toimintaa. Se on korreloinut vahvasti yksityisen kulutuksen ja bruttokansantuotteen (bkt) muutosten kanssa. Myös suorat osto-, säästämisen- ja lainanottoaikomuksia koskevat kysymykset ovat ennakoineet hyvin kotitalouksien päätösten toteutumista. Kuluttajien työttömyys- ja inflaatio-odotukset ovat olleet varsin osuvia.

Kuluttajabarometrissa on tehty Suomessa muutama luotettavuustutkimus. Kari Djerf analysoi tutkimuksen alkuvaiheessa (1989 ja 1990) eräiden ostoaikomustietojen toimivuutta sekä osuvuutta makrotaloudellisten mittareiden kanssa. Suomen Pankissa on selvitetty inflaatio-odotusten toimivuutta (Kuismanen & Spolander 1995, Pursiainen 1999, Kangassalo & Takala 2005). Vuonna [1997](#) tuotettiin kattava luotettavuusselvitys kymmenen vuotta toimineesta kuluttajabarometrissa Helsingin CIRET-konferenssiin (Djerf & Takala). Syksyn 2010 CIRET-konferenssiin valmistui jälleen paperi kuluttajabarometrissa ja sen indikaattorien osuvuudesta (Kangasniemi, Kangassalo & Takala). Sittemmin Tara Junes (2014) on tehnyt [vertailuja](#) kuluttajien luottamuksen ja yksityisen kulutuksen sarjojen välillä Suomessa ja muutamissa muissa EU-maissa.

Keskitettyyn tiedonkeruuseen siirtymisen jälkeen Pertti Kangassalo ja Veijo Notkola analysoivat vastauskadon rakennetta vanhassa ja uudessa menetelmässä (CIRET 2000). Myöhemmin tutkittiin laajemminkin menetelmämuutoksen vaikutuksia kuluttajabarometrin tuloksiin (Kangassalo & Heiskanen 2001; ks. kohdat 2 ja 6).

Vuonna 2013 selvitettiin EU:n komission toimeksiannosta (Task force on quality of BCS data) kaikkien EU-maiden kuluttajabarometriin vastausosuuksia ja näihin vaikuttavia tekijöitä (Junes & Kangassalo).

Otantatutkimuksella kerättiin tietoihin sisältyy aina tilastollista epätarkkuutta, jota kuitenkin painotuksella vähennetään (ks. edellä kohta 2).

### 4. Julkaistujen tietojen ajantasaisuus ja oikea-aikaisuus

Kuluttajabarometrin kuukausitulokset ilmestyvät nopeasti, vain noin viikko haastattelujen päättymisen jälkeen tutkimuskuukauden 27. päivänä (viikonlopun tai pyhän sattuessa seuraavana työpäivänä). Vuodesta 2015 alkaen on jokaisen kuukausijulkistuksen yhteydessä ollut saatavilla myös suuralueittaisia aikasarjatietoja. Vuoteen 2014 asti tuotetut maakunnittaiset barometritulokset (aikasarjat) ajettiin neljännesvuosittain kolmen kuukauden yhdistetystä aineistosta ja julkaistiin vuosineljännestä seuraavan kuukauden tietojen ohessa. Vuoden 2018 loppuun asti kerättiin helmi-, touko-, elo- ja marraskuussa kotitalouksien laiteomistustietoja ja ne julkaistiin aina seuraavan kuukauden julkistuksen yhteydessä. Kaikki kuluttajabarometrin tulokset ovat julkistettaessa tarkistettuja ja lopullisia.

### 5. Tietojen saatavuus ja läpinäkyvyys

Kuluttajabarometrin [tulokset](#) julkaistaan Tilastokeskuksen verkkosivuilla (Uusimmat tilastotiedot tai Avainluvut) tiedotteina ja pdf-julkaisuina suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi (Tulot ja kulutus -aihealue):

1. Joka kuukausi noin viikko haastattelujen päättymisestä ilmestyvät kuukausitiedote ja -julkaisu sekä tietokantataulukot (StatFin), joissa esitetään koko maata ja suuralueita koskevat tiedot (aikasarjoina).
2. Kuukausittain laaditaan myös taulukkojulkaisu, jossa esitetään yksityiskohtaista tietoa kysymysten vastausjakaumista eri taustamuuttujien mukaan.
3. Vuoteen 2018 saakka julkaistiin maalisi-, kesä-, syys- ja joulukuussa laiteomistustietoja ja vuoteen 2014 asti neljännesvuosittaisia maakunnittaisia barometritietoja tietokantataulukoina (aikasarjoja).

Kuluttajabarometrin tarkat [julkaisuajat](#) löytyvät Tilastokeskuksen sivuilta.

Tiedotteiden ja julkaisujen lisäksi Tilastokeskuksesta on tilattavissa kuluttajabarometrin muuta kuvio- ja taulukkomateriaalia. Barometriaineistoa voidaan myös räätälöidä asiakkaan tarpeiden mukaan.

Tilastokeskuksen sivuilta löytyy tutkimukseen liittyviä [artikkeleita](#) ja muita [kirjoituksia](#).

Euroopan komission talous- ja rahoitusyksikkö DG ECFIN julkaisee kuukausittain [kaikkien](#) EU-maiden barometritulokset (kausitasoitettuina). DG ECFIN:n sivuilta löytyvät myös eri suhdannebarometrien pitkät aikasarjat, metatiedot ym. informaatiota komission survey-ohjelmasta.

## 6. Tietojen vertailukelpoisuus

Kuluttajabarometrin kysymykset ovat aina olleet suurimmaksi osaksi vertailukelpoiset vastaavien kansainvälisten tutkimusten kanssa. Lokakuussa 1995 kuluttajabarometrin mielipidekysymykset yhdenmukaistettiin EU-maiden harmonisoidun kuluttajasurveyn (Consumer Survey) 15 kysymyksen kanssa (nykyisin 17 EU-kysymystä). Suomen omat barometrikysymykset ovat muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta olleet mukana samanlaisina tutkimuksen alusta, marraskuusta 1987 lähtien.

Kuluttajabarometrin sisältö poikkeaa paljon muiden tilastojen tiedoista ja käsitteistä eikä valtaosa sen tiedoista (subjektiiviset/kvalitatiiviset arviot ja odotukset taloudesta) ole suoraan yhteydessä tai vertailtavissa muihin tilastoihin. Kuitenkin tutkimuksen (jo lopetetut) laiteyleisyys- ja sijoituskohdekysymykset ovat tietyin varauksin vertailukelpoisia ja täydentäviä suhteessa Tilastokeskuksen harvemmin toteutettaviin isoihin haastattelututkimuksiin (mm. [kulutustutkimus](#), [varallisuustutkimus](#), [väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö](#)).

Toisaalta kuluttajabarometrin tarkoitus on tarjota väline talouskehityksen ennakkointiin, joten tuloksia ja aikasarjoja vertaillaan aina kansantalouden ym. kehitystä kuvaaviin tilastoihin (mm. [kansantalouden tilinpito](#), [tuotannon](#) suhdannekuvaaja, [työvoimatutkimus](#), [kuluttajahintaindeksi](#), [pankkitilastot](#)).

Tiedonkeruumenetelmän muutoksella tammikuussa 2000 oli jonkin verran vaikutusta kuluttajabarometrin vastausjakaumiin. Syksyllä 1999 toteutetun koetutkimuksen perusteella tulokset koskien kuluttajien arvioita kotitaloutensa rahatilanteesta sekä kestotavaroiden ostamisen ja säästämisen edullisuudesta muuttuivat hieman myönteisemmiksi uuden menetelmän seurauksena.

Myöhemmin perusjoukon laajennuksen 75–84-vuotiailla henkilöillä arvioidaan heikentäneen kuluttajien luottamusindikaattorin arvoa runsaalla yhdellä yksiköllä tammikuusta 2012 alkaen. Pääasiassa tämä on johtunut yhden osatekijän, kotitalouden säästämismahdollisuuksien saldoluvun laskusta. Perusjoukon laajennus on lisäksi vaikuttanut jonkin verran kodintekniikan omistusta koskeviin tuloksiin.

## 7. Selkeys ja eheys/yhtenäisyys

Kuluttajabarometri on ainoa säännöllisesti (kuukausittain) toteutettava kuluttajien mielialoja ja aikomuksia selvittävä tutkimus Suomessa. Tutkimus tehdään tärkeimpien kysymystensä osalta täsmälleen samanlaisena kaikissa EU-maissa (ks. edellä kohdat 5 ja 6).

Koska kuluttajabarometrin päätarkoituksena on kansantalouden ja yksityisen kulutuksen muutossuuntien ennakoiminen, tutkimus pyritään toteuttamaan menetelmiensä ja kysymystensä osalta ajassa mahdollisimman muuttumattomana. Näin on Suomessakin turvattu katkeamattomat kuukausittaiset aikasarjat vuodesta 1995 alkaen.



### Lisätietoja

Tuomas Parikka 029 551 3276

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Vastaava tilastojohtaja:

Jari Tarkoma

[kuluttaja.barometri@tilastokeskus.fi](mailto:kuluttaja.barometri@tilastokeskus.fi)

[www.tilastokeskus.fi](http://www.tilastokeskus.fi)

Lähde: Kuluttajabarometri 2019, maaliskuu. Tilastokeskus

Asiakaspalaute: [www.tilastokeskus.fi/palaute](http://www.tilastokeskus.fi/palaute)

---

Tietopalvelu ja viestintä, Tilastokeskus  
puh. 029 551 2220  
[www.tilastokeskus.fi](http://www.tilastokeskus.fi)

Julkaisutilaukset, Edita Publishing Oy  
puh. 020 450 05  
[asiakaspalvelu.publishing@edita.fi](mailto:asiakaspalvelu.publishing@edita.fi)  
[www.editapublishing.fi](http://www.editapublishing.fi)

ISSN 1796-0479  
= Suomen virallinen tilasto  
ISSN 1796-864X (pdf)