

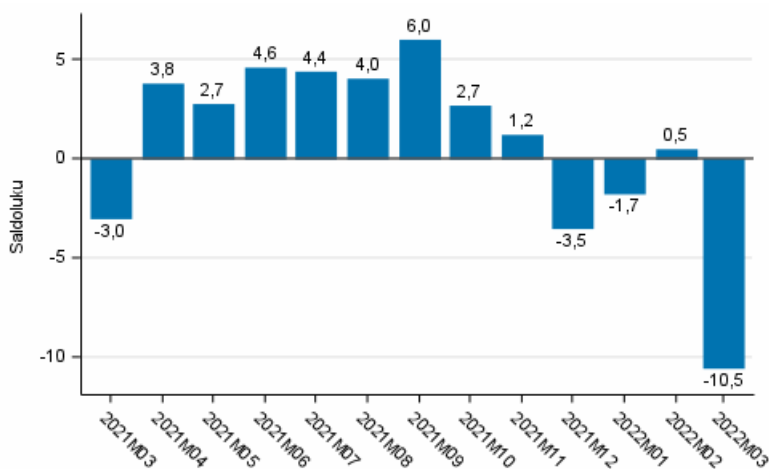
# Kuluttajien luottamus

2022, maaliskuu

## Kuluttajien luottamus romahti maaliskuussa

Kuluttajien luottamusindikaattorin saldoluku oli maaliskuussa -10,5, kun se helmikuussa oli 0,5 ja tammikuussa -1,7. Viime vuoden maaliskuussa luottamusindikaattori sai arvon -3,0. Indikaattorin pitkän ajan keskiarvo on -1,7. Kuluttajien luottamus on mittaushistoriassaan vuodesta 1995 alkaen ollut maaliskuuta heikommalla tasolla vain huhtikuussa 2020 ja vuoden 2008 lopulla. Tiedot perustuvat Tilastokeskuksen kuluttajien luottamustutkimukseen, johon vastasi 1.–20. maaliskuuta 1 014 Suomessa asuvaa henkilöä.

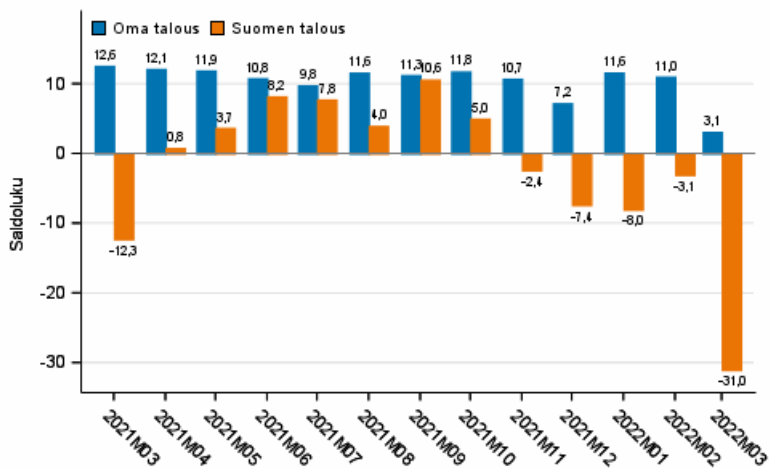
### Kuluttajien luottamusindikaattori



Kuluttajien luottamusindikaattorin kaikki neljä osatekijää heikkenivät maaliskuussa merkittävästi helmikuuhun verrattuna. Jyrkimmin romahti odotus Suomen taloudesta vuoden kuluttua. Myös viime vuoden maaliskuuhun nähden indikaattorin osatekijät laskivat selvästi lukuun ottamatta arviota oman talouden nykytilasta – tämä pysyi vuodessa suunnilleen ennallaan.

Maaliskuussa odotukset kuluttajan omasta ja varsinkin Suomen taloudesta olivat hyvin pessimistiset. Vuodesta 1995 lähtien odotus Suomen taloudesta on aiemmin ollut synkempi vain joulukuussa 2008. Maaliskuussa näkemys oman talouden nykytilasta oli pitkän ajan keskimääräisellä tasolla. Kuluttajien aikomukset ostaa kestokulutustavaroita seuraavan vuoden aikana olivat maaliskuussa suhteellisen vaisut.

## Kuluttajien odotukset omasta ja Suomen taloudesta vuoden kuluttua



Kuluttajien odotus myös yleisen työttömyystilanteen kehityksestä Suomessa heikkeni maaliskuussa rajusti mutta säilyi kuitenkin keskimääräisellä tasolla. Samaan aikaan työllisten eli palkansaajien ja yrittäjien omalle kohdalleen kokema työttömyyden tai lomautuksen uhka sen sijaan väheni aavistuksen.

Maaliskuussa kuluttajien arvio ja etenkin odotus inflaatiosta nousivat yhä enemmän pitkän ajan keskiarvojen yläpuolelle. Odotus inflaatiosta vuoden kuluttua oli maaliskuussa korkein koskaan mittaushistoriassaan 1995–2022.

Oman rahatilanteensa kuluttajat laskivat olevan entistäkin parempi maaliskuussa. Ajankohtaa pidettiin verrattain otollisena säästämiseksi, mutta erittäin huonona kestotavaroiden ostamiseksi ja varsinkin lainanotolle. Maaliskuussa aikoja lainanottoon ilmeni silti aiempien kuukausien tapaan hyvin yleisesti. Kuluttajat ennakoivat myös, että mahdollisuuksia säästämiseen on edelleen melko runsaasti seuraavan vuoden aikana.

Maaliskuussa kuluttajilla oli asunnon osto- tai rakentamisaikkeitä seuraavan vuoden ajalle yhä huomattavan paljon. Kodin peruskorjaamista ja auton ostoa koskevat suunnitelmat olivat maaliskuussa keskimääräisellä tasolla.

### Kuluttajien luottamus suuralueilla ja väestöryhmissä

Maaliskuussa luottamus talouteen oli, kuten tavallista, selvästi vahvinta pääkaupunkiseudulla (luottamusindikaattori -3,3). Heikointa luottamus oli Itä-Suomessa (-13,5). Väestöryhmistä opiskelijat olivat tällä kertaa optimistisimpia (-0,2). Kielteisimmän talouskehitystä arvioivat maaliskuussa eläkeläiset (-19,5).

Luottamus talouteen vähenee tavallisesti henkilön iän mukana, ja tulojen mukana usko vastaavasti yleensä lisääntyy. Miehet ovat taipuvaisia luottamaan talouteen enemmän kuin naiset. Tarkempaa tietoa on saatavilla [tietokantataulukoista](#).

### EU-tulokset

Kaikkien EU-maiden (kausitasoitettujen) kyselytulokset talousodotuksista julkaistaan kuukausittain Euroopan komission sivuilla: [Lehdistötiedotteet](#).

## Käsitteitä

Kysymyksen **saldoluku** saadaan vähentämällä vastausvaihtoehtoja painottaen myönteisten vastausten prosenttiosuudesta kielteisten vastausten prosenttiosuus (ks. [Laatuseloste](#)). **Kuluttajien luottamusindikaattori** (A1) on sen osatekijöiden saldolukujen keskiarvo. Luottamusindikaattorin neljä osatekijää ovat: kuluttajan oma talous nyt (B1), kuluttajan oma talous 12 kuukauden kuluttua (B2), Suomen talous 12 kuukauden kuluttua (B4) ja kuluttajan rahankäyttö kestotavaroihin seuraavan 12 kuukauden aikana verrattuna edelliseen 12 kuukauteen (E1). Saldoluvut ja luottamusindikaattori voivat vaihdella -100:n ja +100:n välillä – mitä korkeampi lukema, sitä valoisampi näkemys taloudesta.

# Sisällys

1. Vastausjakaumien tarkastelu.....	5
2. Tilaston aineisto.....	6

## Taulukot

### Liitetaulukot

Liitetaulukko 1. Kuluttajien näkemykset ja aiomukset.....	7
---	---

## Kuviot

### Liitekuviot

Liitekuvio 1. Kuluttajien luottamusindikaattori.....	9
Liitekuvio 2. Oma talous.....	9
Liitekuvio 3. Suomen talous.....	9
Liitekuvio 4. Inflaatio.....	10
Liitekuvio 5. Työttömyys.....	10
Liitekuvio 6. Ajankohdan otollisuus.....	10
Liitekuvio 7. Oma rahatilanne ja säästämismahdollisuudet.....	11
Liitekuvio 8. Lainanottoaikomus 12 kuukauden sisällä.....	11
Liitekuvio 9. Rahankäyttö kestopavaroihin seur. 12 kk verrattuna edell. 12 kk.....	11
Liitekuvio 10. Ostoaikomukset 12 kuukauden sisällä.....	12
Laatuseloste: Kuluttajien luottamus.....	13

# 1. Vastausjakaumien tarkastelu

## **Oma ja Suomen talous**

Maaliskuussa runsas puolet eli 58 prosenttia kuluttajista oli sitä mieltä, että Suomen talous on tällä hetkellä huonompi kuin vuosi sitten ja vain 13 prosenttia näki sen parempana. Kuluttajista 22 prosenttia arvioi, että oma talous on nyt huonompi kuin vuosi sitten. Hieman useampi eli 25 prosenttia kuluttajista piti omaa talouttaan maaliskuussa vuoden takaista vahvempana. Omaa taloutta koskevat osuudet olivat helmikuussa 19 ja 27 prosenttia ja vuosi sitten 19 ja 24 prosenttia.

Maaliskuussa vain 13 prosenttia kuluttajista uskoi, että Suomen taloustilanne paranee seuraavan vuoden aikana. Kuluttajista peräti 61 prosenttia puolestaan arvioi maamme talouden huononevan. Vastaavat osuudet olivat kuukautta aiemmin 30 ja 31 prosenttia ja viime vuoden maaliskuussa 27 ja 42 prosenttia.

Oman taloutensa kohentumiseen jatkossa luotti maaliskuussa 26 prosenttia kuluttajista, mutta jopa 21 prosenttia pelkäsi nyt taloutensa huononevan vuoden kuluessa. Helmikuussa vastaavat osuudet olivat 30 ja 13 prosenttia ja vuosi sitten hyvin valoisat 32 ja 11 prosenttia.

## **Työttömyys ja inflaatio**

Maaliskuussa vain 22 prosenttia kuluttajista odotti, että yleinen työttömyys Suomessa vähenee seuraavan vuoden aikana. Kuluttajista 40 prosenttia taas arvioi työttömyyden lisääntyvän. Vastaavat osuudet olivat helmikuussa 41 ja 25 prosenttia ja vuosi sitten synkät 20 ja 62 prosenttia.

Maaliskuussa 8 prosenttia työllisistä uskoi työttömyyden tai lomautuksen uhan viime kuukausina vähentyneen omalla kohdallaan ja 15 prosenttia arvioi uhan kasvaneen. Toisaalta lähes puolet eli 47 prosenttia työllisistä koki, ettei heillä ole lainkaan vaaraa joutua työttömäksi tai lomautetuksi. Kuukautta aiemmin nämä kolme osuutta olivat 6, 13 ja 52 prosenttia ja viime vuoden maaliskuussa hyvin apeat 5, 25 ja 38 prosenttia.

Kuluttajat arvioivat maaliskuussa, että kuluttajahinnat ovat nousseet 4,8 prosenttia vuoden takaisista ja nousevat jopa 5,4 prosenttia seuraavan 12 kuukauden aikana. Nämä inflaatioarviot olivat helmikuussa 4,4 ja 3,9 prosenttia ja vuosi sitten 2,3 ja 2,5 prosenttia. Niiden pitkän ajan keskiarvot ovat 3,1 ja 2,9 prosenttia.

Maaliskuussa yli puolet eli 58 prosenttia kuluttajista oli sitä mieltä, että kuluttajahinnat ovat nousseet vuodessa paljon tai melko paljon, ja peräti 89 prosenttia odotti hintojen nousevan vähintään samaa vauhtia myös tulevina kuukausina. Vastaavat osuudet olivat viime vuoden maaliskuussa 15 ja 63 prosenttia.

## **Säästäminen ja lainanotto**

Kuluttajista 55 prosenttia piti maaliskuussa säästämistä kannattavana. Rahaa oli jäänyt säästöön 66 prosentilla kuluttajista ja 78 prosenttia uskoi pystyvänsä säästämään seuraavan vuoden aikana.

Maaliskuussa enää vain 34 prosenttia kuluttajista arvioi ajankohdan hyväksi lainan ottamiselle. Vielä helmikuussa osuus oli 49 prosenttia. Kuitenkin 18 prosenttia kuluttajista edelleen suunnitteli ottavansa lainaa vuoden sisällä. Keskimääräinen osuus pitkällä ajalla on 16 prosenttia.

## **Rahankäyttö**

Maaliskuussa vain 21 prosenttia kuluttajista piti ajankohtaa otollisena kestopavaroitten ostamiselle. Osuus oli vuotta aiemmin 31 prosenttia. Kuluttajista 13 prosenttia aikoi lisätä ja 37 prosenttia vähentää rahankäyttöä kestopavaroitukseen seuraavan vuoden aikana. Jälkimmäiset osuudet olivat helmikuussa 15 ja 30 prosenttia ja viime vuoden maaliskuussa 15 ja 33 prosenttia.

Maaliskuussa 14 prosenttia kuluttajista aikoi joko varmasti tai mahdollisesti ostaa auton seuraavan 12 kuukauden aikana. Asunnon ostoa tai talon rakentamista harkitsi 17 prosenttia kuluttajista. Ja yhtä moni eli 17 prosenttia suunnitteli maaliskuussa käyttävänsä vuoden sisällä rahaa asuntonsa peruskorjaamiseen. Auton ostoaikeiden pitkän ajan keskiarvo on 14 prosenttia, asunnon 13 prosenttia ja peruskorjausaikeiden 18 prosenttia.

## 2. Tilaston aineisto

Kuluttajien luottamustutkimuksen otoskoko on kuukausittain noin 2 200 henkilöä. Otokseen poimitut ovat 18–74-vuotiaita. Tiedonkeruussa käytetään rotatoivaa paneeliasetelmaa: vastaajat osallistuvat tutkimukseen kaksi kertaa puolen vuoden sisällä, ja joka kuukausi puolet vastaajista on ensikertalaisia. Vastaaminen tapahtuu joko itse täytettävällä verkkolomakkeella tai puhelinhaastattelussa. Tarkempaa tietoa tutkimusmenetelmistä [Laatusesteessa](#).

Maaliskuussa 2022 vastaukset saatiin 1 014 henkilöltä. Vastauksista 78 prosenttia tuli verkkolomakkeelta (otoksesta verkkovastausten osuus 36 prosenttia). Tutkimuksen vastauskato oli 53,6 prosenttia. Vastauskato sisältää tutkimuksesta kieltäytyneiden tai muuten estyneiden lisäksi henkilöt, joita ei onnistuttu tavoittamaan, ja tässä myös mahdollisen ylipeiton (pysyvästi ulkomailla tai laitoshoidossa, kuolleet).

# Liitetaulukot

## Liitetaulukko 1. Kuluttajien näkemykset ja aikomukset<sup>1)</sup>

	Keskiarvo 10/1995-	Maksimi 10/1995-	Minimi 10/1995-	03/2021	02/2022	03/2022	Näkymä <sup>2)</sup>
A1 Kuluttajien luottamusindikaattori = (B1+B2+B4+E1)/4	-1,7	6,8	-13,9	-3,0	0,5	-10,5	--
B1 Oma talous nyt (saldoluku)	3,2	9,5	-5,3	2,7	6,2	2,9	=
- Parempi (%)	.	.	.	24,0	27,1	25,1	
- Huonompi (%)	.	.	.	18,5	19,2	22,4	
B2 Oma talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	8,2	13,5	1,2	12,6	11,0	3,1	--
- Parempi (%)	.	.	.	32,1	30,2	25,6	
- Huonompi (%)	.	.	.	11,1	12,9	21,1	
B3 Suomen talous nyt (saldoluku)	-8,0	25,9	-66,5	-49,6	-23,8	-28,6	-
- Parempi (%)	.	.	.	4,1	16,6	13,4	
- Huonompi (%)	.	.	.	77,3	52,3	58,0	
B4 Suomen talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	-2,1	20,3	-32,8	-12,3	-3,1	-31,0	--
- Parempi (%)	.	.	.	27,5	30,1	13,0	
- Huonompi (%)	.	.	.	42,0	30,7	60,6	
B5 Inflaatio nyt (prosenttia)	3,1	6,9	-2,7	2,3	4,4	4,8	
- Hinnat nousevat paljon tai melko paljon (%)	.	.	.	15,3	51,5	57,7	
- Hinnat ennallaan tai laskeneet (%)	.	.	.	33,5	6,8	3,8	
B6 Inflaatio 12 kk:n kuluttua (prosenttia)	2,9	5,4	1,7	2,5	3,9	5,4	
- Hinnat nousevat nopeammin tai samaa vauhtia (%)	.	.	.	63,2	71,1	88,9	
- Hinnat pysyvät ennallaan tai laskevat (%)	.	.	.	15,1	5,9	1,9	
B7 Työttömyys Suomessa 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	-10,4	20,3	-59,5	-28,5	6,4	-11,2	=
- Vähemmän (%)	.	.	.	20,3	40,6	22,4	
- Enemmän (%)	.	.	.	61,9	25,0	39,6	
B8 Työttömyyden uhka omalla kohdalla nyt (saldoluku)	-6,3	4,7	-26,6	-12,9	-4,3	-3,3	+
- Vähentynyt (%)	.	.	.	4,9	6,3	8,1	
- Lisääntynyt (%)	.	.	.	25,3	13,1	15,4	
C1 Ajankohdan otollisuus kestotavaroiden ostamiseen (saldoluku)	19,3	43,5	-14,3	13,3	9,7	-2,8	--
- Hyvä aika (%)	.	.	.	30,7	25,3	20,7	
- Huono aika (%)	.	.	.	17,3	15,6	23,5	
C2 Ajankohdan otollisuus säästämiseen (saldoluku)	4,9	29,4	-28,5	9,1	10,8	8,7	+
- Hyvä aika (%)	.	.	.	55,7	57,6	54,9	
- Huono aika (%)	.	.	.	42,6	41,1	44,5	
C3 Ajankohdan otollisuus lainanottoon (saldoluku)	7,4	31,7	-60,4	1,0	-0,1	-20,5	--
- Hyvä aika (%)	.	.	.	49,6	49,4	34,1	
- Huono aika (%)	.	.	.	48,0	48,6	64,9	
D1 Oma rahatilanne nyt (saldoluku)	22,2	33,1	6,4	31,2	32,0	32,3	++
- Rahaa jää säästöön (%)	.	.	.	63,8	64,7	65,5	
- Käyttää säästöjä tai velkaantuu (%)	.	.	.	10,2	9,9	9,0	
D2 Omat säästämismahdollisuudet 12 kk:n sisällä (saldoluku)	40,3	53,6	9,8	50,2	52,1	49,3	+

	Keskiarvo 10/1995-	Maksimi 10/1995-	Minimi 10/1995-	03/2021	02/2022	03/2022	Näkymä <sup>2)</sup>
- Pystyy säästämään (%)	.	.	.	77,4	79,2	77,5	
- Ei pysty säästämään (%)	.	.	.	21,9	20,6	22,2	
D5 Lainanottoaikomus 12 kk:n sisällä (% kuluttajista)	15,7	24,2	10,5	21,2	17,5	18,2	++
- Kyllä, varmasti (%)	.	.	.	5,8	3,8	4,9	
- Mahdollisesti (%)	.	.	.	15,4	13,7	13,3	
E1 Rahankäyttö kestotavaroihin, seur. 12 kk verr. edell. 12 kk (saldoluku)	-16,1	-6,9	-26,7	-14,9	-12,4	-17,1	-
- Enemmän (%)	.	.	.	15,0	14,7	12,8	
- Vähemmän (%)	.	.	.	33,2	30,5	37,0	
E2 Auton ostoaikomus 12 kk:n sisällä (% kuluttajista)	14,4	19,2	10,1	15,6	14,8	14,1	=
- Hyvin todennäköisesti (%)	.	.	.	5,1	5,6	4,0	
- Melko todennäköisesti (%)	.	.	.	10,5	9,2	10,2	
E4 Asunnon ostoaikomus 12 kk:n sisällä (% kuluttajista)	12,8	18,5	9,1	16,5	17,2	16,7	++
- Kyllä, varmasti (%)	.	.	.	5,4	4,8	6,2	
- Mahdollisesti (%)	.	.	.	11,1	12,4	10,5	
E5 Asunnon peruskorjausaikomus 12 kk:n sisällä (% kuluttajista)	17,6	26,0	8,1	21,5	18,3	16,9	=
- Hyvin todennäköisesti (%)	.	.	.	7,1	6,7	5,6	
- Melko todennäköisesti (%)	.	.	.	14,4	11,6	11,3	

1) Pitkän ajan keskiarvoa, maksimia ja minimiä ei ole esitettävissä vastausjakaumille.

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



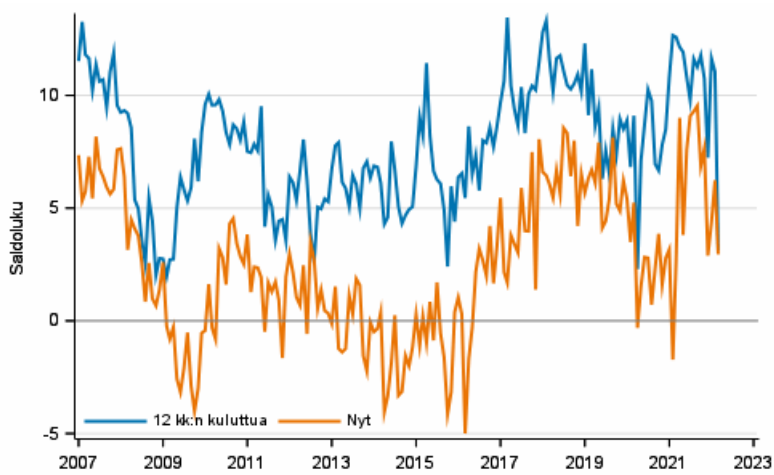
# Liitekuviot

**Liitekuvio 1. Kuluttajien luottamusindikaattori**

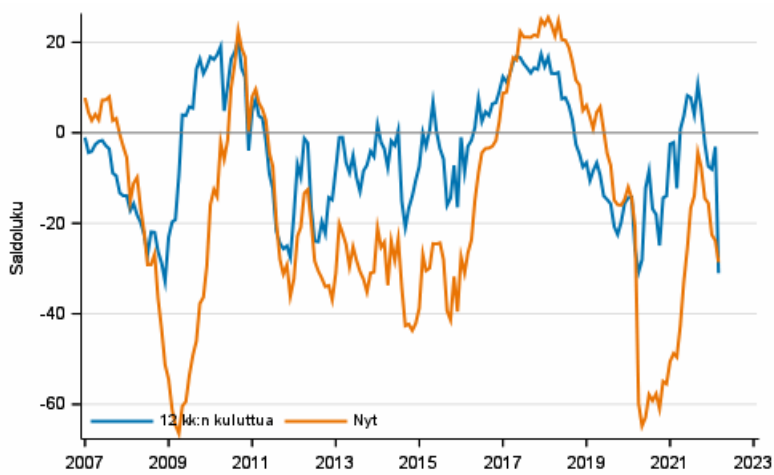


1) keskiarvo 10/1995 - 03/2022

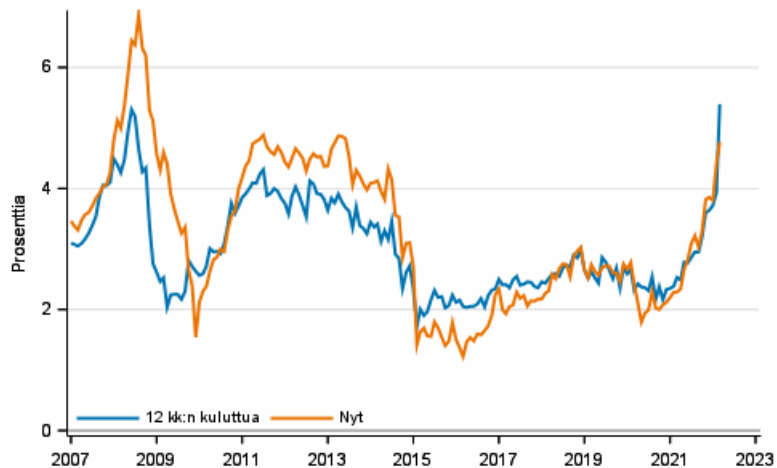
**Liitekuvio 2. Oma talous**



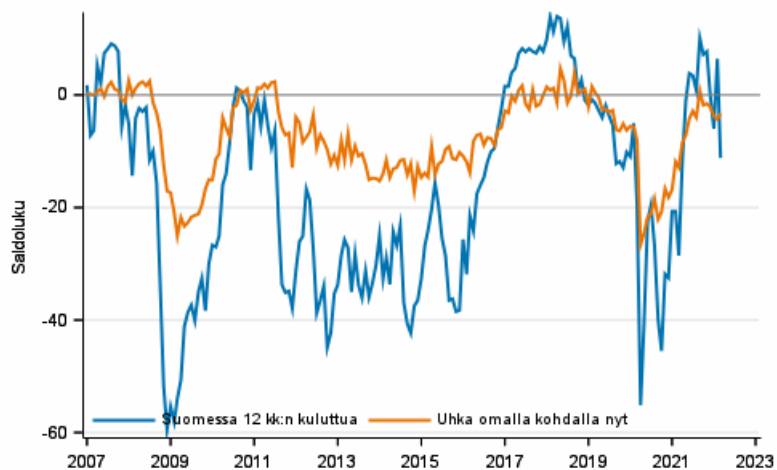
**Liitekuvio 3. Suomen talous**



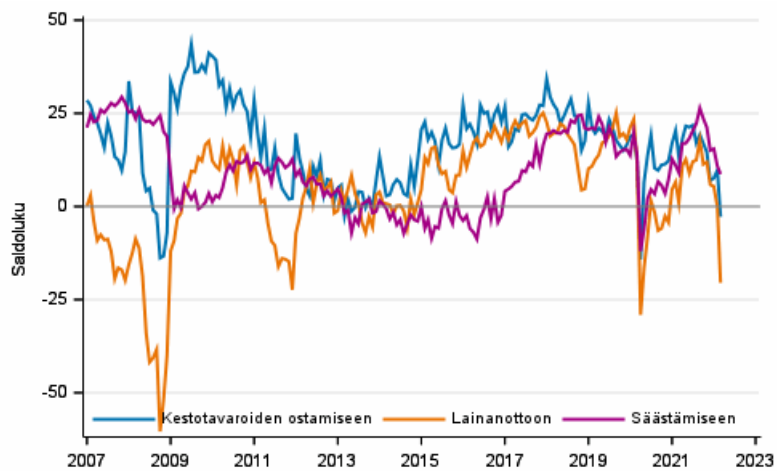
### Liitekuvio 4. Inflaatio



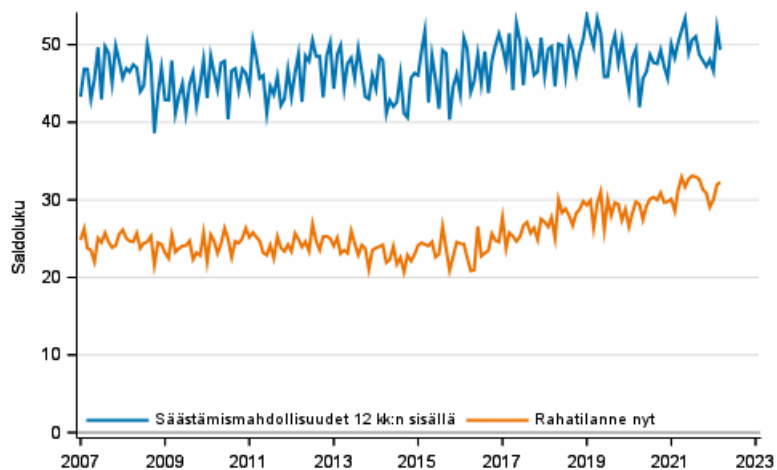
### Liitekuvio 5. Työttömyys



### Liitekuvio 6. Ajankohdan otollisuus



**Liitekuvio 7. Oma rahatilanne ja säästämismahdollisuudet**



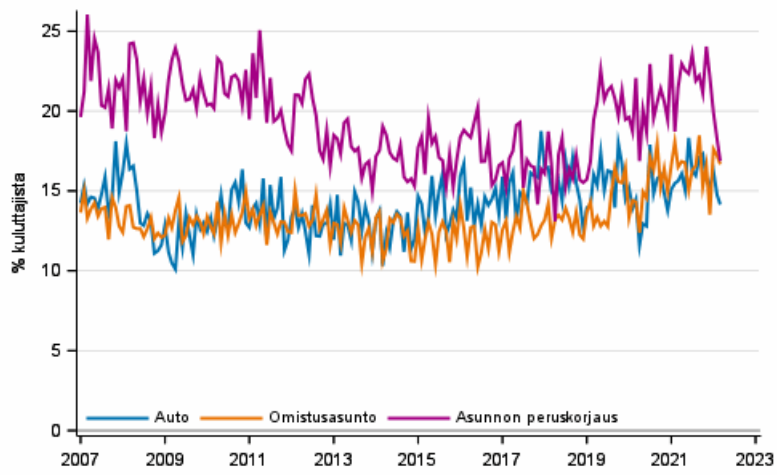
**Liitekuvio 8. Lainanottoaikomus 12 kuukauden sisällä**



**Liitekuvio 9. Rahankäyttö kestotavaroihin seur. 12 kk verrattuna edell. 12 kk**



**Liitekuvio 10. Ostoaikomukset 12 kuukauden sisällä**



# Laatuseloste: Kuluttajien luottamus

## 1. Tilastotietojen relevanssi

Kuluttajien luottamus -tilasto on henkilötantaan pohjautuva kyselytutkimus, joka tehdään ns. yhdistelmätiedonkeruumenetelmällä eli itse täytettävän verkkolomakkeen ja puhelinhaastattelujen avulla. Tutkimuksella kuvataan Suomessa asuvien kuluttajien talouteen liittyviä mielialoja eli arvioita ja odotuksia oman ja Suomen yleisen talouden kehityksestä. Sillä selvitetään myös kuluttajien aikomuksia tehdä hintavia hankintoja, säästää ja ottaa lainaa.

Kuluttajien luottamus -tilasto tunnettiin aiemmin nimellä kuluttajabarometri. Ensimmäinen barometritutkimus toteutettiin 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 tietoa kuluttajien luottamuksesta on kerätty [Euroopan komission](#) (talous- ja rahoitusyksikkö DG ECFIN) toimeksiannosta, harmonisoimana ja osin rahoittamana joka kuukausi.

Kuluttajien luottamustutkimuksessa esitettävät kysymykset jakautuvat etupäässä mielipidekysymyksiin mutta myös tosiasiakysymyksiin. Kysymyksiin vastaaminen tapahtuu valmiiden vastausvaihtoehtojen avulla (kvalitatiivinen tutkimus; poikkeuksena inflaatiota koskevat prosenttiarvio-kysymykset).

### Kuluttajien luottamuksen ilmiöaluetta koskevien kysymysten sanamuodot ja vastausvaihtoehdot tilaston verkkolomakkeella (järjestys eroaa lomakkeesta)

Kysymys	Vastausvaihtoehdot					
B1. Millainen on mielestäsi oma taloudellinen tilanteesi nyt, verrattuna tilanteeseen 12 kuukautta sitten?	paljon parempi	jonkin verran parempi	samanlainen	jonkin verran huonompi	paljon huonompi	en osaa sanoa
B2. Entä millaisen arvioit sen olevan 12 kuukauden kuluttua, verrattuna tilanteeseen nyt?	paljon parempi	jonkin verran parempi	samanlainen	jonkin verran huonompi	paljon huonompi	en osaa sanoa
B3. Millainen on sinun mielestäsi Suomen taloudellinen tilanne nyt, verrattuna tilanteeseen 12 kuukautta sitten?	paljon parempi	jonkin verran parempi	samanlainen	jonkin verran huonompi	paljon huonompi	en osaa sanoa
B4. Entä millaisen arvioit sen olevan 12 kuukauden kuluttua, verrattuna tilanteeseen nyt?	paljon parempi	jonkin verran parempi	samanlainen	jonkin verran huonompi	paljon huonompi	en osaa sanoa
B5. Kuinka paljon arvioit hintojen [nousseen / laskeneen] prosentteina viimeisen 12 kuukauden aikana? Voit antaa luvun yhden desimaalin tarkkuudella.			__ , _ %			en osaa sanoa
B6. Kuinka paljon arvioit hintojen [nousevan / laskevan] prosentteina seuraavan 12 kuukauden aikana? Voit antaa luvun yhden desimaalin tarkkuudella.			__ , _ %			en osaa sanoa
B7. Miten arvioit työttömien määrän muuttuvan Suomessa? Arveletko, että työttömiä on 12 kuukauden päästä:	paljon enemmän	jonkin verran enemmän	yhtä paljon	jonkin verran vähemmän	paljon vähemmän	en osaa sanoa
B8. Onko työttömyyden tai lomautuksen uhka omalla kohdallasi viimeisen 12 kuukauden aikana mielestäsi:	lisääntynyt paljon	lisääntynyt hieman	pysynyt ennallaan	vähentynyt hieman	vähentynyt paljon	ei uhkaa/ en osaa sanoa
C1. Jos ajattelet yleistä taloudellista tilannetta Suomessa, niin millainen aika mielestäsi nyt on ostaa kestokulutustavaroita, kuten huonekaluja, kodintekniikkaa tai auto?	hyvä aika		ei hyvä eikä huono aika		huono aika	en osaa sanoa

Kysymys	Vastausvaihtoehdot					
C2. Jos ajattelet yleistä taloudellista tilannetta Suomessa, niin millainen aika mielestäsi nyt on säästää?	erittäin hyvä	melko hyvä		melko huono	erittäin huono	en osaa sanoa
C3. Jos ajattelet taas yleistä taloudellista tilannetta, niin millainen aika mielestäsi nyt on ottaa lainaa?	erittäin hyvä	melko hyvä		melko huono	erittäin huono	en osaa sanoa
D1. Mikä seuraavista vaihtoehdoista kuvaa parhaiten omaa rahatilannettasi tällä hetkellä?	säästöön jää paljon	säästöön jää hieman	rahat riittävät nipin napin	joudun käyttämään säästöjä	velkaannun tällä hetkellä	en osaa sanoa
D2. Kuinka todennäköistä on, että säästät rahaa seuraavan 12 kuukauden aikana? Myös velan lyhentäminen on säästämistä.	hyvin todennäköistä	melko todennäköistä		melko epätodennäköistä	hyvin epätodennäköistä	en osaa sanoa
D5. Aiotko ottaa lainaa seuraavan 12 kuukauden aikana?	kyllä, varmasti	mahdollisesti		luultavasti en	en	en osaa sanoa
E1. Verrattuna edelliseen 12 kuukauteen, miten aiot käyttää rahaa kestokulutustavaroiden hankintaan seuraavan 12 kuukauden aikana?	paljon enemmän	jonkin verran enemmän	saman verran	jonkin verran vähemmän	paljon vähemmän	en osaa sanoa
E2. Kuinka todennäköistä on, että käytät rahaa henkilöauton ostoon seuraavan 12 kuukauden aikana?	hyvin todennäköistä	melko todennäköistä		melko epätodennäköistä	hyvin epätodennäköistä	en osaa sanoa
E4. Aiotko käyttää rahaa asunnon ostoon tai talon rakentamiseen seuraavan 12 kuukauden aikana? Omaan tai jonkun perheenjäsenen käyttöön, loma-asunnoksi, vuokrattavaksi, myös rakenteilla oleva talo.	kyllä, varmasti	mahdollisesti		luultavasti en	en	en osaa sanoa
E5. Kuinka todennäköistä on, että käytät suuren summan rahaa asunnon korjauksiin tai parannuksiin seuraavan 12 kuukauden aikana? Esimerkiksi lämmitysjärjestelmän korjaus tai uusiminen, kylpyhuoneremontti, lattiarakenteiden uusiminen, rakennuksen laajentaminen.	hyvin todennäköistä	melko todennäköistä		melko epätodennäköistä	hyvin epätodennäköistä	en osaa sanoa

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

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

## Saldoluvun laskenta vastausosuuksista kysymyksittäin

Kysymys	Saldoluvun laskukaava
B1, B2, B3, B4	$(1 \times \text{paljon parempi} + 0,5 \times \text{jonkin verran parempi}) - (1 \times \text{paljon huonompi} + 0,5 \times \text{jonkin verran huonompi})$
B7	$(1 \times \text{paljon vähemmän} + 0,5 \times \text{jonkin verran vähemmän}) - (1 \times \text{paljon enemmän} + 0,5 \times \text{jonkin verran enemmän})$
B8	$(1 \times \text{vähentynyt paljon} + 0,5 \times \text{vähentynyt hieman}) - (1 \times \text{lisääntynyt paljon} + 0,5 \times \text{lisääntynyt hieman})$
C1	$(1 \times \text{hyvä aika}) - (1 \times \text{huono aika})$
C2, C3	$(1 \times \text{erittäin hyvä} + 0,5 \times \text{melko hyvä}) - (1 \times \text{erittäin huono} + 0,5 \times \text{melko huono})$
D1	$(1 \times \text{säästöön jää paljon} + 0,5 \times \text{säästöön jää hieman}) - (1 \times \text{velkaannun tällä hetkellä} + 0,5 \times \text{joudun käyttämään säästöjä})$
D2	$(1 \times \text{hyvin todennäköistä} + 0,5 \times \text{melko todennäköistä}) - (1 \times \text{hyvin epätodennäköistä} + 0,5 \times \text{melko epätodennäköistä})$
E1	$(1 \times \text{paljon enemmän} + 0,5 \times \text{jonkin verran enemmän}) - (1 \times \text{paljon vähemmän} + 0,5 \times \text{jonkin verran vähemmän})$

Inflaatio-kysymysten (B5, B6) kohdalla prosenttivastauksista lasketaan kuluttajien arvioiden keskiarvo (mukaan itseisarvoltaan vain alle 15 prosentin arviot). Osto- ja lainanottoaikomusten (D5, E2, E4, E5, E62–E69) osalta summataan yhteen varman ja mahdollisen aikomuksen vastausosuudet.

**Kuluttajien luottamusindikaattori (A1)** tiivistää kuluttajien näkemykset taloudesta. Luottamusindikaattori on neljän saldoluvun aritmeettinen keskiarvo: kuluttajan oma talous nyt (B1), kuluttajan oma talous 12 kuukauden kuluttua (B2), Suomen talous 12 kuukauden kuluttua (B4) ja kuluttajan rahankäyttö kestotavaroihin seuraavan 12 kuukauden aikana verrattuna edelliseen 12 kuukauteen (E1). Tämä uusi vuonna 2019 käyttöön otettu luottamusindikaattori on Euroopan komission talous- ja rahoitusyksikön (DG ECFIN) käyttämä ja suosittelema. Entisen pitkään käytetyn luottamusindikaattorin osatekijöitä olivat (kaikki koskien seur. 12 kk): oma talous (B2), Suomen talous (B4), yleinen työttömyys (B7) ja kotitalouden säästämismahdollisuudet (D2).

Kuluttajien luottamusindikaattorin ja taloutta koskevien odotusten avulla on mahdollista ennakoida talouden kehitystä mikro- ja makrotasolla. Uuden luottamusindikaattorin pitäisi DG ECFIN:n tekemän analyysin perusteella kuvata varsinkin yksityisen kulutuksen kehitystä entistä indikaattoria paremmin.

Kuluttajien luottamus -tilaston luokittelutietoina ovat käytössä vastaajan sukupuoli, ikäryhmä, koulutusaste, sosioekonominen asema, bruttotulot, asuinalue, asumismuoto ja kotitalouden koko.

## 2. Menetelmäkuvaus

Kuluttajien luottamus -tilaston otannan ja tiedonkeruulomakkeiden suunnitteluun, tietojen jatkokäsittelyyn ja analysointiin, julkaisujen laadintaan ja tietopalveluun osallistuu päätoimisesti yksi henkilö ja osa-aikaisesti muutamia asiantuntijoita.

### Otanta ja tiedonkeruu

Kuluttajien luottamus -tilaston perusjoukkoon kuuluu 3,9 miljoonaa 18–74-vuotiasta Suomessa asuvaa henkilöä. Tilaston tiedonkeruussa käytetään rotatoivaa paneeliasetelmaa: jokainen vastaaja osallistuu tutkimukseen kaksi kertaa puolen vuoden sisällä. Tutkimuksen otoskoko on kuukausittain 2 200 henkilöä, joista puolet eli 1 100 on aina uusia osallistujia. 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. Tutkimusalueena on koko maa. Tietojen hankinta tapahtuu ns. yhdistelmä tiedonkeruumenetelmällä eli itse täytettävän verkkolomakkeen ja puhelinhaastattelujen avulla. Vastaajat edustavat Suomen 18–74-vuotiasta väestöä iän, sukupuolen, asuinalueen ja äidinkielen suhteen.

Tutkimuksen vastauskadon hipoessa nykyisin 50 prosenttia saadaan vastaukset joka kuukausi noin 1 100 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 kuluttajien luottamus -tilaston sisällön osalta. Haastattelijoiden on työssään apuna tutkimuksen ohjeisto ja mahdollisuus saada lisäopastusta työnohjaajilta ja esimiehiltä sekä tilaston tutkijoilta. Haastattelijapalautteen avulla kyselylomakkeita voidaan päivittää ja hioa entistä paremmiksi.

Tilastokeskuksesta lähetetään kuukausittain juuri ennen tiedonkeruun alkua jokaiselle otoshenkilölle tutkimuksen saatekirje, jossa esitellään lyhyesti tutkimuksen sisältö ja tarkoitus. Myös sähköpostia käytetään tavoittelussa ja informoinnissa. Puhelinnumerojen haku tapahtuu pääasiassa ostetun hakupalvelun välityksellä, mutta haastattelijat täydentävät sitä lopuksi lisähakujen avulla. Vastaajat voivat ottaa itsekin yhteyttä puhelimitse tai sähköpostitse Tilastokeskukseen esimerkiksi sopivan haastatteluajan löytämiseksi.

Tiedonkeruu aloitetaan kuukauden ensimmäisenä työpäivänä, ja se vie runsaat kaksi viikkoa. Ensin alkaa verkkovastaaminen ja muutaman päivän päästä puhelinhaastattelut. Verkkolomake on auki koko keruujakson ajan. Valtaosa, yli 70 prosenttia vastauksista tulee kuukausittain verkkolomakkeelta. Valmis yhdistetty keruuaineisto tarkistetaan, editoidaan ja painotetaan välittömästi SAS-, Excel- ja Calmar-sovellusten avulla. EU:n komissiolle (DG ECFIN) tulokset lähetetään sähköpostitse noin kymmenen päivää ennen tutkimuskuukauden loppua. Tilastokeskus julkaisee tulokset Suomessa kuukauden 27. päivänä (viikonlopun tai pyhän sattuessa seuraavana työpäivänä). Kuluttajien luottamus -tilaston tuotantoprosessi on jatkuva, sillä uusi tiedonkeruu alkaa pian edellisen kuukauden tietojen tultua julkisuuteen.

Kuluttajien luottamus -tilaston edeltäjän kuluttajabarometrin tiedot kerättiin vuosina 1987–1999 Tilastokeskuksen työvoimatutkimuksen yhteydessä. Perusjoukon muodosti 15–74-vuotias väestö. Tutkimuksessa käytettiin rotatoivaa paneeliasetelmaa. Myöhemmin vuodesta 2000 huhtikuuhun 2019 saakka kuluttajabarometrin kohteena oli kuukausittain kokonaan vaihtuva otos. Samaa otosta käytettiin myös suomalaisten matkailu -tutkimuksen ym. kyselyjen tiedonkeruussa. Vuonna 2012 perusjoukkoa laajennettiin 75–84-vuotiailla henkilöillä. Kuluttajabarometrin tiedonkeruu tehtiin yksinomaan puhelinhaastatteluilla.

### **Painotus**

Kaikki kuluttajien luottamus -tilaston vastaustiedot korotetaan perusjoukon tasolle painokertoimien avulla. Painotus korjaa vastauksien vaikutuksia ja parantaa tietojen tilastollista tarkkuutta. Painokertoimet muodostetaan käyttämällä hyväksi kunkin havainnon todennäköisyyttä sisältyä otokseen.

Viime vaiheessa painokertoimet saadaan kalibrointimenetelmällä (Calmar) niin, että valittujen taustamuuttujien, henkilön sukupuolen, ikäryhmän, koulutusasteen ja asuinalueen estimoidut reunajakaumat vastaavat koko perusjoukosta saatuja reunajakaumia eli väestörakennetta (koulutusaste lisättiin mukaan uudelleenpainotuksessa jo vuodesta 2000 lähtien). Painot muodostuvat perusjoukon solufrekvenssien ja otosfrekvenssien suhteena. Pienistä tai nolliksi jääneistä solufrekvensseistä ei tarvitse välittää. Menetelmää voidaan kutsua myös ”epätäydelliseksi jälkiositukseksi”. Painojen kalibrointi tehdään ”automaattisesti” yhtenä osana tulosten käsittelyohjelmia (SAS).

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.

Tilastokeskus ei tee kausitasoitusta julkaisemilleen kuluttajien luottamuksen 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. Otantatutkimuksella kerättyihin tietoihin sisältyy aina tilastollista epätarkkuutta, jota kuitenkin painotuksella vähennetään (ks. edellä kohta 2).



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 päätösten toteutumista. Kuluttajien työttömyys- ja inflaatio-odotukset ovat olleet varsin osuvia.

Kuluttajien luottamuksesta (kuluttajabarometrissa) on tehty Suomessa muutama luotettavuustutkimus. Kari Djerf analysoi tutkimuksen alkuvaiheessa (1989 ja 1990) eräiden ostoaikomustietojen toimivuutta sekä osuvuutta makrotaloudellisten mittareiden kanssa. 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). Sittenmin Tara Junes (2014) on tehnyt [vertailuja](#) kuluttajien luottamuksen ja yksityisen kulutuksen sarjojen välillä Suomessa ja muutamissa muissa EU-maissa. Kesällä 2020 Suomen Pankki julkaisi [artikkelin](#) (Lindblad & Silvo) kuluttajien luottamuksen ennakointikyvystä talouden käännteiden suhteen. Lisäksi Suomen Pankissa on useaan otteeseen selvitetty inflaatio-odotusten toimivuutta (Kuismanen & Spolander 1995, Pursiainen 1999, Kangassalo & Takala 2005, Paloviita ym. 2019 ja 2021).

Pertti Kangassalo ja Veijo Notkola analysoivat vastauskadon rakenteen muutosta tiedonkeruutavan vaihtuessa vuonna 1999–2000 (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 vastaussuosuuksia ja näihin vaikuttavia tekijöitä (Junes & Kangassalo).

Keväällä 2019 kuluttajien luottamustutkimuksen tiedonkeruutapa vaihtui pelkistä puhelinhaastattelusta ns. yhdistelmätiedonkeruuseen eli itse täytettävään verkkolomakkeeseen ja puhelinhaastatteluihin (ks. kohta 2). Tästä seurasi kysymyksittäin erisuuruista vaikutusta tutkimustuloksiin. Tara Junes ja Tuomas Parikka kirjoittivat [kuvausta](#) muutoksen vaikutuksista ja aikasarjojen tasokorjauksesta tammikuun 2020 Kuluttajien luottamus -julkaisuun.

## 4. Julkaistujen tietojen ajantasaisuus ja oikea-aikaisuus

Kuluttajien luottamus -tilaston kuukausitulokset ilmestyvät nopeasti, vain noin viikko tiedonkeruun päättymisen jälkeen tutkimuskuukauden 27. päivänä (viikonlopun tai pyhän sattuessa seuraavana työpäivänä). Vuodesta 2015 alkaen on jokaisen kuukausijulkistuksen yhteydessä ollut saatavilla myös suuralueittaisia aikasarjatietoja. Myös sukupuolen, ikäryhmän ja koulutusasteen mukaisia tietokantataulukkoja (aikasarjoja) julkaistaan toukokuusta 2019 lähtien. Vuoteen 2014 asti tuotetut maakunnittaiset barometritulokset (aikasarjat) ajettiin neljännesvuosittain kolmen kuukauden yhdistetystä aineistosta ja julkaistiin vuosineljänneistä 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 kuluttajien luottamus -tilaston tulokset ovat julkistettaessa tarkistettuja ja lopullisia.

## 5. Tietojen saatavuus ja läpinäkyvyys

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

1. Joka kuukausi noin viikko tiedonkeruun päättymisestä ilmestyvät kuukausitiedote ja -julkaisu sekä tietokantataulukot (StatFin), joissa esitetään koko maata ja luokitellut eri väestöryhmiä ja suuralueita koskevat tiedot aikasarjoina.
2. Vuoteen 2019 asti laadittiin kuukausittain myös taulukkojulkaisu, jossa esitettiin yksityiskohtaista tietoa kysymysten vastausjakaumista eri taustamuuttujien mukaan.
3. Vuoteen 2018 saakka julkaistiin maalisi-, kesä-, syys- ja joulukuussa laiteomistustietoja ja vuoteen 2014 asti neljännesvuosittaisia maakunnittaisia tietoja tietokantataulukkoina (aikasarjoja).

Kuluttajien luottamus -tilaston tarkat [julkaisuajat](#) löytyvät Tilastokeskuksen sivuilta.

Tiedotteiden ja julkaisujen lisäksi Tilastokeskuksesta on tilattavissa kuluttajien luottamuksen muuta kuvio- ja taulukkomateriaalia. Tilaston aineistoa voidaan myös räätälöidä asiakkaan tarpeiden mukaan.

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

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

## 6. Tietojen vertailukelpoisuus

Kuluttajien luottamus -tilaston (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 18 EU-kysymystä). Jotkin Suomen omat kysymykset ovat olleet mukana samanlaisina tutkimuksen alusta, marraskuusta 1987 lähtien.

Kuluttajien luottamus -tilaston 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 olivat tietyin varauksin vertailukelpoisia ja täydentäviä suhteessa Tilastokeskuksen harvemmin toteutettaviin isoihin kyselytutkimuksiin (mm. [kulutustutkimus](#), [varallisuustutkimus](#), [väestön tieto- ja viestintätekniikan käyttö](#)).

Toisaalta kuluttajien luottamus -tilaston tarkoitus on tarjota väline talouskehityksen ennakointiin, joten tuloksia ja aikasarjoja vertaillaan aina kansantalouden ym. kehitystä kuvaaviin tilastoihin (mm. [kansantalouden tilinpito](#), [tuotannon](#) suhdannekuvaaja, [työvoimatutkimus](#), [kuluttajahintaindeksi](#), [pankkitalastot](#)).

Tiedonkeruumenetelmien muutoksilla on aina vähintään jonkin verran vaikutusta tilaston vastausjakaumiin. Vuoden 2000 menetelmämuutoksen seurauksena tulokset koskien kuluttajien arvioita kotitaloutensa rahatilanteesta sekä kestotavaroiden ostamisen ja säästämisen edullisuudesta muuttuivat hieman myönteisemmiksi. Myöhemmin perusjoukon laajennuksen 75–84-vuotiailla henkilöillä arvioidaan heikentäneen aavistuksen kuluttajien luottamusindikaattorin arvoa tammikuusta 2012 alkaen.

Merkittävin muutos kuluttajien luottamus -tilaston menetelmissä tapahtui toukokuussa 2019. Tällöin siirryttiin ns. yhdistelmä tiedonkeruuseen (itse täytettävä verkkolomake ja puhelinhaastattelut) ja paneeliasetelmaan. Lisäksi perusjoukkoa supistettiin 18–74-vuotiaisiin, painotusta uudistettiin, tietosisältöä kevennettiin huomattavasti ja kaikista kysymyksistä tehtiin henkilökohtaisia eli vain vastaajaa itseään koskevia (aiemmin monet kysymykset olivat koko kotitalouteen kohdistuvia). Näillä muutoksilla oli odotetusti kysymyksestä riippuen vaihtelevan suuruista yhteisvaikutusta tutkimustuloksiin.

Helmi-huhtikuussa 2019 toteutetun rinnakkaiskeruun ja vaikutusten huolellisen analyysin perusteella pystyttiin kuitenkin tasokorjaamaan tilaston aikasarjoja taaksepäin, alkuvaiheessa tammikuuhun 2018 ja myöhemmin kuukausittaisen tiedonkeruun käynnistymiseen eli vuoteen 1995 saakka. Näin säilytettiin tilaston tietojen ainakin osittainen vertailukelpoisuus ajassa edelleen kohtuullisen luotettavana. [Kuvausta](#) tiedonkeruumuutoksen vaikutuksista ja aikasarjojen tasokorjauksesta löytyy tammikuun 2020 Kuluttajien luottamus -julkaisusta.

## 7. Selkeys ja eheys/yhtenäisyys

Kuluttajien luottamustilasto 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 kuluttajien luottamuksen päätarkoituksena on kansantalouden ja yksityisen kulutuksen muutossuuntien ennakoiminen, tutkimus pyritään toteuttamaan menetelmiensä ja kysymystensä osalta ajassa mahdollisimman muuttumattomana. Näin on Suomessakin joitakin poikkeusvaiheita lukuun ottamatta turvattu katkeamattomat kuukausittaiset aikasarjat vuodesta 1995 alkaen.



### Lisätietoja

Pertti Kangassalo 029 551 3598

Tara Junes 029 551 3322

Vastaava osastopäällikkö:

Hannele Orjala

[kuluttajien.luottamus@stat.fi](mailto:kuluttajien.luottamus@stat.fi)

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

Lähde: Kuluttajien luottamus 2022, maaliskuu. Tilastokeskus

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