

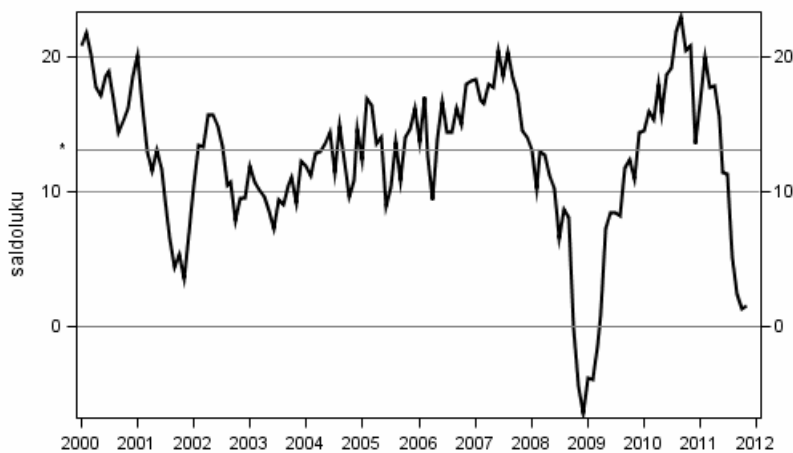
Kuluttajabarometri

2011, marraskuu

Kuluttajien luottamus ei enää heikentynyt marraskuussa

Kuluttajien luottamuksen keväällä alkanut heikkeneminen pysähtyi marraskuussa. Kuluttajien luottamusindikaattori oli marraskuussa 1,5, kun se oli lokakuussa 1,3 ja syyskuussa 2,3. Viime vuoden marraskuussa luottamusindikaattori sai arvon 20,8. Indikaattorin pitkän ajan keskiarvo on 13,1. Tiedot perustuvat Tilastokeskuksen kuluttajabarometriin, jota varten haastateltiin 1. - 18. marraskuuta 1 376 Suomessa asuvaa henkilöä.

Kuluttajien luottamusindikaattori



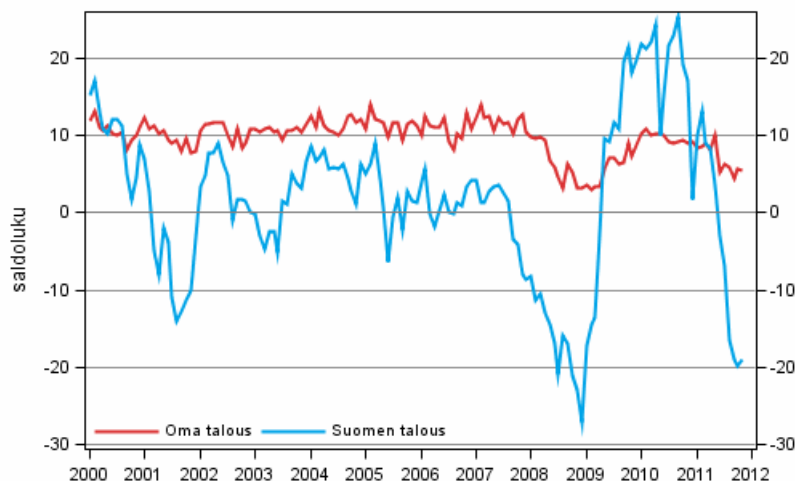
* keskiarvo 10/1995 - 11/2011

Kuluttajien luottamusindikaattorin kaikki neljä osatekijää pysyivät marraskuussa suunnilleen ennallaan edelliskuuhun verrattuna. Kuluttajien odotukset yleisestä talouskehityksestä eli Suomen taloudesta ja työttömyydestä olivat synkät. Arviot myös omasta taloudesta olivat marraskuussa heikot, mutta omiin säästämismahdollisuuksiin uskottiin vahvasti.

Marraskuussa työlliset kuluttajat kokivat jonkin verran myös omakohtaista työttömyyden uhkaa. Lisäksi kuluttajat pitivät säästämistä marraskuussa selvästi kannattavampana kuin kestotavaroiden ostamista tai varsinkaan lainanottoa.

Marraskuussa vain 15 prosenttia kuluttajista uskoi, että Suomen taloustilanne paranee seuraavan vuoden aikana. Kuluttajista 47 prosenttia puolestaan arvioi maamme talouden huononevan. Vastaavat osuudet olivat viime vuoden marraskuussa hyvin optimistiset 47 ja 13 prosenttia. Oman taloutensa kohentumiseen luotti marraskuussa 24 prosenttia kuluttajista ja 15 prosenttia pelkäsi taloutensa huononevan vuoden kuluessa. Vuosi sitten osuudet olivat 28 ja 12 prosenttia.

Kuluttajien odotukset omasta ja Suomen taloudesta vuoden kuluttua



Kuluttajista vain 11 prosenttia odotti marraskuussa, että työttömyys vähenee Suomessa seuraavan vuoden aikana, ja 60 prosenttia arvioi työttömyyden lisääntyvän. Vastaavat osuudet olivat vuosi sitten 36 ja 25 prosenttia.

Marraskuussa 13 prosenttia työllisistä uskoi työttömyyden uhan viime kuukausina vähentyneen omalla kohdallaan ja useampi eli 16 prosenttia arvioi uhan kasvaneen. Nämä osuudet olivat vuosi sitten 20 ja 14 prosenttia. Marraskuussa 49 prosenttia työllisistä arvioi työttömyyden uhan pysyneen ennallaan ja 22 prosenttia koki, ettei heillä ole lainkaan vaaraa joutua työttömäksi.

Kuluttajat ennustivat marraskuussa, että kuluttajahinnat nousevat 3,2 prosenttia seuraavien 12 kuukauden aikana. Inflaatio-odotuksen pitkän ajan keskiarvo on 2,2 prosenttia.

Marraskuussa 65 prosenttia kuluttajista piti ajankohtaa hyvänä säästämiseksi. Kotitalouksista 67 prosentilla oli jäänyt rahaa säästöön ja 79 prosenttia uskoi pystyvänsä säästämään seuraavan vuoden aikana.

Lainan ottamisen arvioi marraskuussa kannattavaksi 46 prosenttia kuluttajista. Vuosi sitten vastaava osuus oli 68 prosenttia. Marraskuussa keskimääräistä harvempi eli 11 prosenttia kotitalouksista suunnitteli ottavansa lainaa vuoden sisällä.

Kuluttajista 37 prosenttia piti marraskuussa kestotavaroiden ostamista kannattavana. Vastaava osuus oli vuosi sitten 49 prosenttia. Kulutusaikeet olivat marraskuussa maltillisia, mutta monet kotitaloudet suunnittelivat käyttävänsä rahaa esimerkiksi matkailuun tai kodintekniikan hankintaan seuraavan kuuden kuukauden aikana. Vuoden sisällä 15 prosenttia kotitalouksista aikoi joko melko tai hyvin varmasti ostaa auton ja 8 prosenttia asunnon. Vastaavat osuudet olivat viime vuoden marraskuussa 18 ja 8 prosenttia.

Kuluttajabarometrin perusjoukkoon kuuluu noin 4,1 miljoonaa henkilöä ja 2,5 miljoonaa kotitaloutta Suomessa. Tutkimuksen otoskoko on kuukausittain 2 200 henkilöä. Marraskuussa tutkimuksen vastauskato oli 37,5 prosenttia. Vastauskato sisältää tutkimuksesta kieltäytyneiden tai muuten estyneiden lisäksi henkilöitä, joita ei onnistuttu tavoittamaan.

Kuluttajien näkemykset taloudesta

| | Keskiarvo 10/1995- | Maksimi 10/1995- | Minimi 10/1995- | 11/2010 | 10/2011 | 11/2011 | Näkymä |
|--|-----------------------|---------------------|--------------------|---------|---------|---------|--------|
| A1 Kuluttajien luottamusindikaattori = (B2+B4+B7+D2)/4 | 13,1 | 22,9 | -6,5 | 20,8 | 1,3 | 1,5 | -- |
| B2 Oma talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku) | 9,0 | 14,1 | 2,3 | 8,9 | 5,6 | 5,4 | -- |
| D2 Kotitalouden säästämismahdollisuudet 12 kk:n sisällä (saldoluku) | 37,7 | 52,2 | 10,9 | 51,7 | 46,5 | 46,4 | + |
| B4 Suomen talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku) | 4,8 | 25,3 | -27,1 | 17,2 | -19,7 | -18,9 | -- |
| B7 Työttömyys Suomessa 12 kk:n kuluttua (saldoluku) | 0,9 | 27,6 | -51,1 | 5,3 | -27,4 | -26,7 | -- |
| B8 Työttömyyden uhka omalla kohdalla nyt (saldoluku) | 1,0 | 7,6 | -18,8 | 5,9 | -1,7 | -1,3 | - |
| B6 Inflaatio 12 kk:n kuluttua (prosenttia) | 2,2 | 4,6 | 0,6 | 2,8 | 3,3 | 3,2 | |
| C1 Ajankohdan otollisuus kestopavaroitten ostamiseen (saldoluku) | 20,7 | 41,8 | -14,2 | 24,6 | 2,8 | 1,7 | -- |
| C2 Ajankohdan otollisuus säästämiseen (saldoluku) | 11,5 | 36,8 | -19,6 | 21,0 | 17,9 | 19,5 | + |
| C3 Ajankohdan otollisuus lainanottoon (saldoluku) | 17,8 | 42,0 | -47,1 | 23,4 | -1,8 | -3,4 | -- |

Kysymyksen **saldoluku** saadaan vähentämällä vastausvaihtoehtoja painottaen myönteisten vastausten prosenttiosuudesta kielteisten vastausten prosenttiosuus. **Kuluttajien luottamusindikaattori** on sen osatekijöiden saldolukujen keskiarvo. Saldoluvut ja luottamusindikaattori voivat vaihdella -100:n ja +100:n välillä – mitä korkeampi (positiivinen) lukema, sitä valoisampi näkemys taloudesta.

Näkymä-sarakkeen selitykset: ++ Näkymä hyvin valoisa, + Näkymä valoisa, +/- Näkymä neutraali, - Näkymä huono, -- Näkymä hyvin huono. Saldoluvun poikkeamaa keskiarvosta verrattu keskihajontaan.

Kaikkien EU-maiden (kausitasoitettujen) barometritulokset julkaistaan myöhemmin EU:n komission sivuilla: European Commission, DG ECFIN, Business and Consumer Survey Results;
http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/index_en.htm

Sisällys

| | |
|---------------------------------------|---|
| 1. Kuluttajabarometrin menetelmä..... | 5 |
|---------------------------------------|---|

Taulukot

Liitetaulukot

| | |
|--|---|
| Liitetaulukko 1. Kuluttajien näkemykset ja aikomukset..... | 6 |
|--|---|

Kuviot

Liitekuviot

| | |
|---|----|
| Liitekuvio 1. Kuluttajien luottamusindikaattori..... | 8 |
| Liitekuvio 2. Kuluttajien mikro- ja makroindikaattorit..... | 8 |
| Liitekuvio 3. Oma talous..... | 8 |
| Liitekuvio 4. Suomen talous..... | 9 |
| Liitekuvio 5. Inflaatio..... | 9 |
| Liitekuvio 6. Työttömyys..... | 9 |
| Liitekuvio 7. Ajankohdan otollisuus..... | 10 |
| Liitekuvio 8. Kotitalouden rahatilanne..... | 10 |
| Liitekuvio 9. Kotitalouden lainanottoaikomus, tuleva 12 kk..... | 10 |
| Liitekuvio 10. Rahankäyttö kestopaveroihin, tuleva 12 kk vs mennyt 12 kk..... | 11 |
| Liitekuvio 11. Ostoaikomukset, tuleva 12 kk..... | 11 |
| Laatuseloste: Kuluttajabarometri..... | 12 |

1. Kuluttajabarometrin menetelmä

Kuluttajabarometri on puhelinhaastattelututkimus (survey), jonka avulla mitataan suomalaisten mielikuvia – arvioita ja odotuksia – yleisestä ja oman kotitalouden taloudellisesta kehityksestä sekä aikomuksia tehdä suuria hankintoja, säästää tai ottaa lainaa. Lisäksi tutkimuksella selvitetään nykyaikaisten koneiden ja laitteiden yleisyyttä kotitalouksissa.

Ensimmäinen kuluttajabarometritutkimus tehtiin marraskuussa 1987. Vuoteen 1991 saakka se tehtiin kaksi kertaa vuodessa, touko- ja marraskuussa. Vuonna 1992 tutkimuskerrat nostettiin neljään: tutkimuskuukaudet olivat helmi-, touko-, elo- ja marraskuu. Lokakuusta 1995 alkaen kuluttajabarometrin tiedot on kerätty EU:n komission toimeksiannosta joka kuukausi.

Kuluttajabarometrin kohteena on kuukausittain kokonaan vaihtuva henkilöötos. Samaa otosta käytetään myös suomalaisten matkailututkimuksen ym. kyselyjen tiedonkeruussa. Kuluttajabarometrin otoskoko on kuukausittain 2 200 henkilöä. Vastauskadon ollessa nykyisin 30-35 prosenttia saadaan vastaukset joka kuukausi runsaalta 1 400 henkilöltä. Vastauskato sisältää tutkimuksesta kieltäytyneiden tai muuten estyneiden lisäksi henkilöt, joita ei onnistuttu tavoittamaan.

Kuluttajabarometrin haastattelut tehdään Tilastokeskuksen puhelinhaastattelu- eli CATI-keskuksesta joka kuukauden kahden-kolmen ensimmäisen viikon aikana. Tutkimusalueena on koko maa, ja kuluttajabarometrin vastaajat edustavat Suomen 15–74-vuotiasta väestöä iän, sukupuolen, asuinlänin ja äidinkielen suhteen.

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

Liitetaulukot

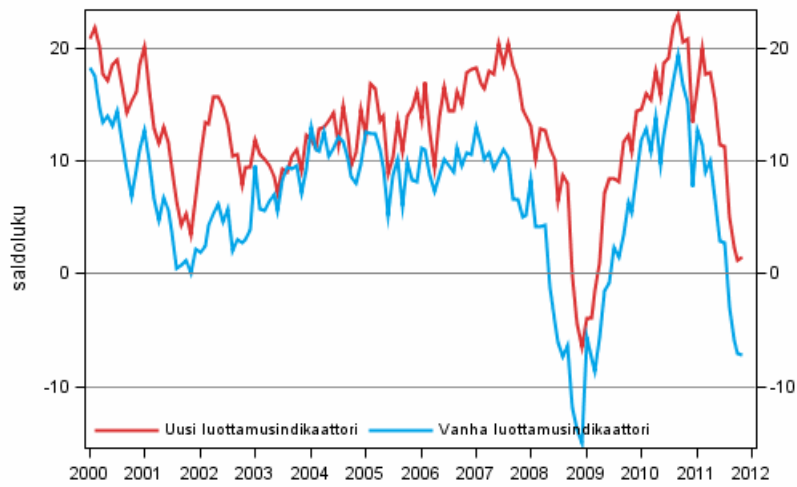
Liitetaulukko 1. Kuluttajien näkemykset ja aikomukset

| | Keskiarvo 10/1995- | Maksimi 10/1995- | Minimi 10/1995- | 11/2010 | 10/2011 | 11/2011 | Näkymä |
|---|-----------------------|---------------------|--------------------|---------|---------|---------|--------|
| A1 Kuluttajien luottamusindikaattori = (B2+B4+B7+D2)/4 | 13,1 | 22,9 | -6,5 | 20,8 | 1,3 | 1,5 | -- |
| A2 Vanha luottamusindikaattori = (B1+B2+B3+B4+C1)/5 | 8,3 | 19,4 | -15,0 | 15,2 | -7,0 | -7,1 | -- |
| A3 Mikrotalouden indikaattori = (B2+D1+D2)/3 | 24,7 | 33,4 | 9,5 | 31,6 | 28,2 | 28,1 | + |
| A4 Makrotalouden indikaattori = (B4+B7)/2 | 2,9 | 22,8 | -39,1 | 11,2 | -23,5 | -22,8 | -- |
| B1 Oma talous nyt (saldoluku) | 4,7 | 9,8 | -4,0 | 4,3 | 2,1 | 0,5 | -- |
| - Parempi (%) | 24,3 | 30,6 | 16,7 | 23,9 | 21,8 | 21,1 | |
| - Huonompi (%) | 15,7 | 22,7 | 11,4 | 16,9 | 18,0 | 19,9 | |
| B2 Oma talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku) | 9,0 | 14,1 | 2,3 | 8,9 | 5,6 | 5,4 | -- |
| - Parempi (%) | 26,2 | 33,4 | 18,2 | 27,7 | 22,6 | 24,1 | |
| - Huonompi (%) | 10,5 | 17,2 | 6,6 | 11,8 | 13,9 | 14,6 | |
| B3 Suomen talous nyt (saldoluku) | 2,5 | 29,5 | -60,9 | 21,0 | -25,7 | -24,4 | -- |
| - Parempi (%) | 30,0 | 62,1 | 2,0 | 55,4 | 11,2 | 10,2 | |
| - Huonompi (%) | 22,8 | 88,5 | 4,2 | 14,8 | 55,7 | 52,6 | |
| B4 Suomen talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku) | 4,8 | 25,3 | -27,1 | 17,2 | -19,7 | -18,9 | -- |
| - Parempi (%) | 31,5 | 57,3 | 11,6 | 46,6 | 15,0 | 15,0 | |
| - Huonompi (%) | 21,0 | 57,3 | 6,0 | 12,8 | 47,5 | 47,2 | |
| B5 Inflaatio nyt (prosenttia) | 2,2 | 5,8 | -2,0 | 2,6 | 3,6 | 3,7 | |
| B6 Inflaatio 12 kk:n kuluttua (prosenttia) | 2,2 | 4,6 | 0,6 | 2,8 | 3,3 | 3,2 | |
| B7 Työttömyys Suomessa 12 kk:n kuluttua (saldoluku) | 0,9 | 27,6 | -51,1 | 5,3 | -27,4 | -26,7 | -- |
| - Vähemmän (%) | 34,0 | 60,8 | 6,4 | 35,9 | 11,8 | 10,9 | |
| - Enemmän (%) | 29,8 | 83,3 | 6,9 | 24,8 | 61,1 | 59,5 | |
| B8 Työttömyyden uhka omalla kohdalla nyt (saldoluku) | 1,0 | 7,6 | -18,8 | 5,9 | -1,7 | -1,3 | - |
| - Vähentynyt (%) | 13,9 | 20,0 | 5,3 | 19,7 | 10,9 | 12,5 | |
| - Lisääntynyt (%) | 14,9 | 31,9 | 7,9 | 13,5 | 15,9 | 16,3 | |
| C1 Ajankohdan otollisuus kestotavaroiden ostamiseen (saldoluku) | 20,7 | 41,8 | -14,2 | 24,6 | 2,8 | 1,7 | -- |
| - Edullinen aika (%) | 45,5 | 62,4 | 29,6 | 48,8 | 38,4 | 37,3 | |
| - Epäedullinen aika (%) | 24,8 | 45,7 | 17,7 | 24,2 | 35,6 | 35,6 | |
| C2 Ajankohdan otollisuus säästämiseen (saldoluku) | 11,5 | 36,8 | -19,6 | 21,0 | 17,9 | 19,5 | + |
| - Hyvä aika (%) | 58,8 | 80,7 | 33,4 | 66,7 | 63,2 | 65,4 | |
| - Huono aika (%) | 35,3 | 58,5 | 15,5 | 28,5 | 32,9 | 31,1 | |
| C3 Ajankohdan otollisuus lainanottoon (saldoluku) | 17,8 | 42,0 | -47,1 | 23,4 | -1,8 | -3,4 | -- |
| - Hyvä aika (%) | 62,5 | 78,2 | 13,3 | 68,1 | 47,0 | 45,7 | |
| - Huono aika (%) | 30,1 | 83,4 | 12,1 | 25,9 | 47,4 | 49,5 | |
| D1 Kotitalouden rahatilanne nyt (saldoluku) | 27,5 | 35,1 | 14,7 | 34,1 | 32,4 | 32,6 | + |
| - Pystyy säästämään (%) | 58,1 | 70,0 | 38,6 | 67,3 | 67,4 | 67,3 | |

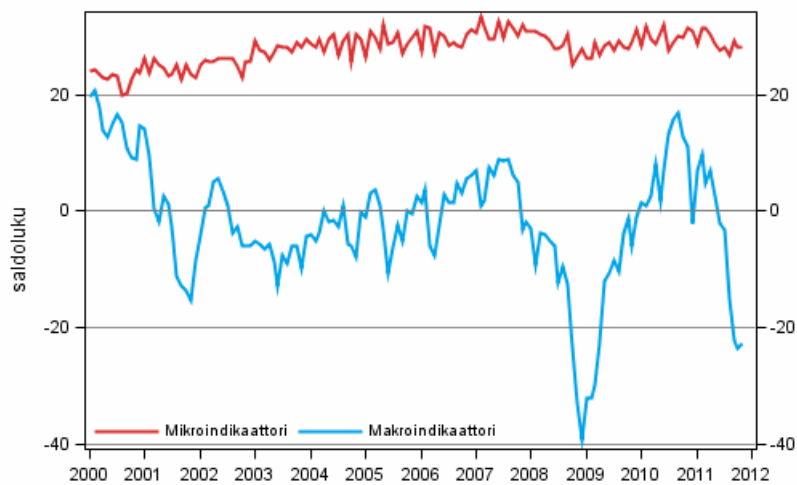
| | Keskiarvo 10/1995- | Maksimi 10/1995- | Minimi 10/1995- | 11/2010 | 10/2011 | 11/2011 | Näkymä |
|---|-----------------------|---------------------|--------------------|---------|---------|---------|--------|
| - Käyttää säästöjä tai velkaantuu (%) | 6,7 | 10,1 | 4,5 | 6,3 | 7,4 | 6,8 | |
| D2 Kotitalouden säästämismahdollisuudet 12 kk:n sisällä (saldoluku) | 37,7 | 52,2 | 10,9 | 51,7 | 46,5 | 46,4 | + |
| - Pystyy säästämään (%) | 72,8 | 82,3 | 56,6 | 81,7 | 79,2 | 79,0 | |
| - Ei pysty säästämään (%) | 25,1 | 40,3 | 16,5 | 17,6 | 19,9 | 19,9 | |
| D5 Kotitalouden lainanottoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista) | 13,5 | 17,8 | 9,1 | 12,3 | 13,7 | 11,3 | -- |
| - Kyllä, varmasti (%) | 5,6 | 8,5 | 3,1 | 5,9 | 6,1 | 5,3 | |
| - Mahdollisesti (%) | 7,8 | 11,4 | 5,2 | 6,4 | 7,6 | 6,0 | |
| E1 Rahankäyttö kestotavaroihin, seuraava 12 kk vs edellinen 12 kk (saldoluku) | -7,9 | -2,4 | -18,2 | -7,9 | -10,1 | -12,7 | -- |
| - Enemmän (%) | 22,8 | 30,8 | 14,3 | 21,3 | 18,8 | 16,6 | |
| - Vähemmän (%) | 32,4 | 40,4 | 26,5 | 31,2 | 33,2 | 35,2 | |
| E2 Auton ostoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista) | 17,5 | 21,7 | 14,2 | 18,4 | 19,2 | 15,0 | -- |
| - Hyvin todennäköisesti (%) | 9,1 | 12,1 | 6,3 | 9,0 | 10,0 | 6,7 | |
| - Melko todennäköisesti (%) | 8,4 | 10,4 | 6,2 | 9,4 | 9,2 | 8,3 | |
| E4 Asunnon ostoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista) | 7,1 | 11,3 | 4,1 | 8,3 | 8,2 | 8,0 | + |
| - Kyllä, varmasti (%) | 3,1 | 5,2 | 1,3 | 3,5 | 3,8 | 3,8 | |
| - Mahdollisesti (%) | 4,0 | 6,2 | 2,2 | 4,8 | 4,4 | 4,2 | |
| E5 Asunnon peruskorjaus aikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista) | 18,5 | 27,0 | 9,8 | 22,4 | 22,3 | 20,7 | + |
| - Hyvin todennäköisesti (%) | 12,1 | 19,0 | 5,0 | 15,3 | 15,9 | 15,4 | |
| - Melko todennäköisesti (%) | 6,4 | 9,1 | 3,2 | 7,2 | 6,3 | 5,2 | |

Liitekuviot

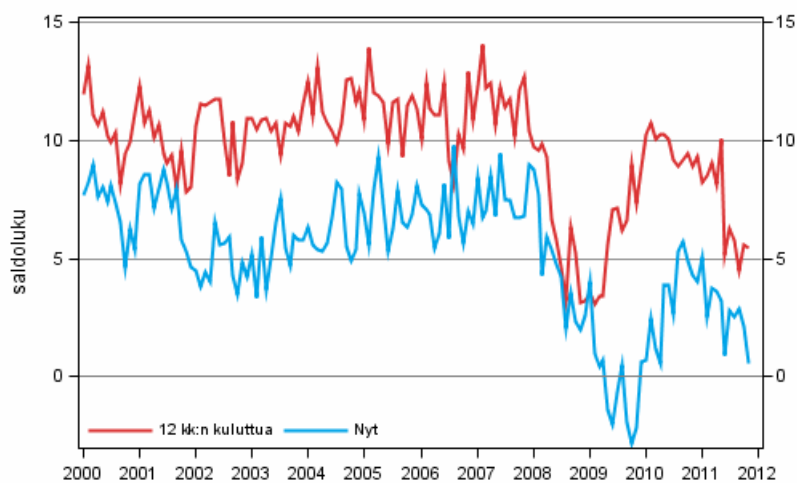
Liitekuvio 1. Kuluttajien luottamusindikaattori



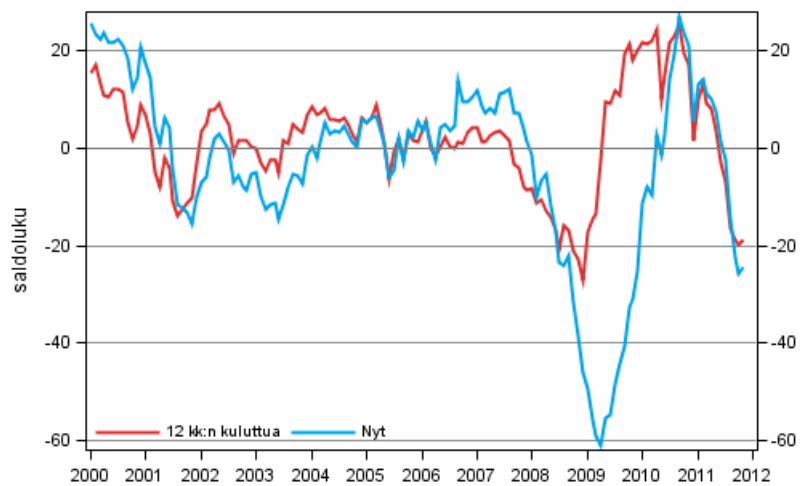
Liitekuvio 2. Kuluttajien mikro- ja makroindikaattorit



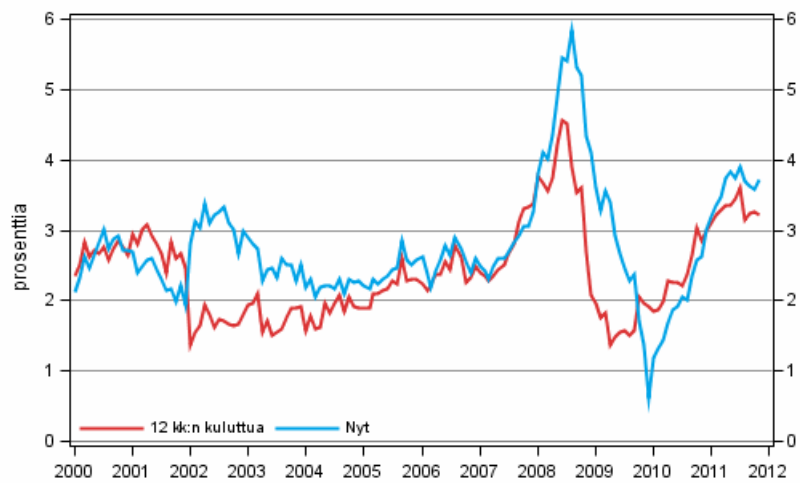
Liitekuvio 3. Oma talous



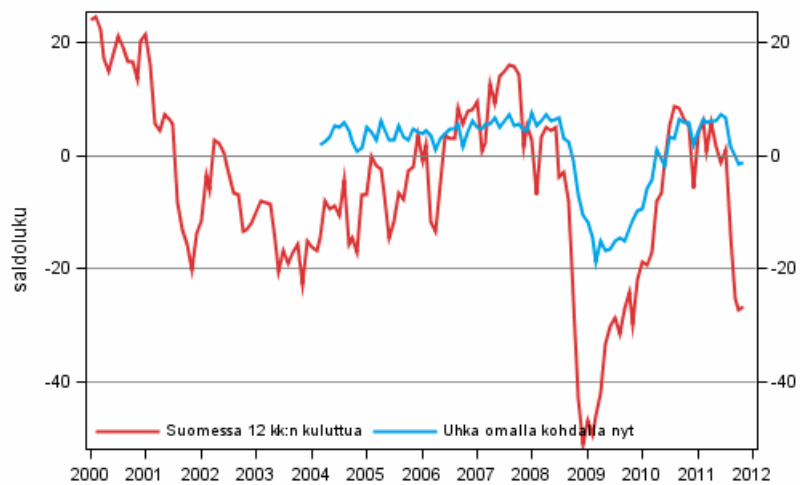
Liitekuvio 4. Suomen talous



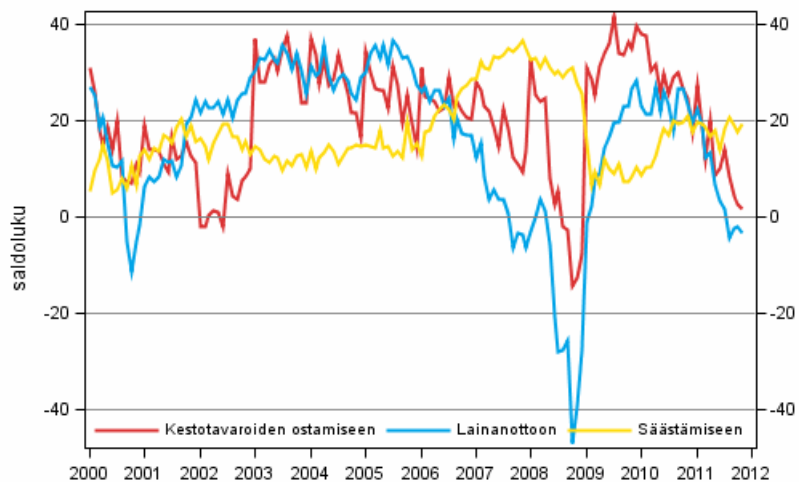
Liitekuvio 5. Inflaatio



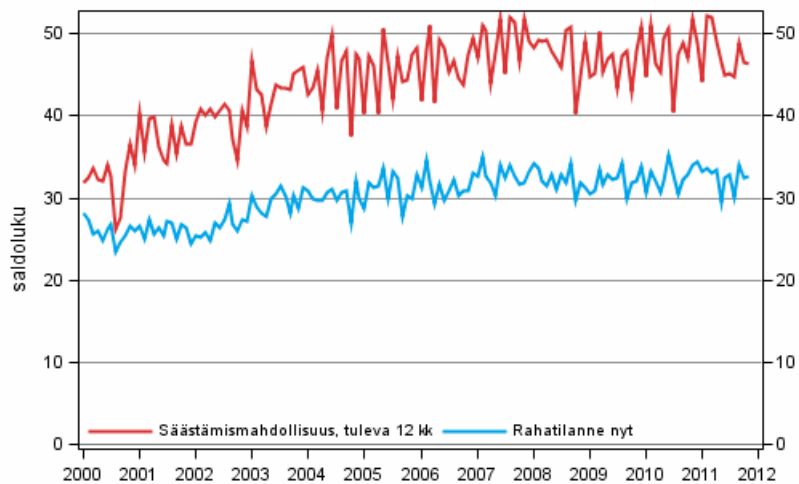
Liitekuvio 6. Työttömyys



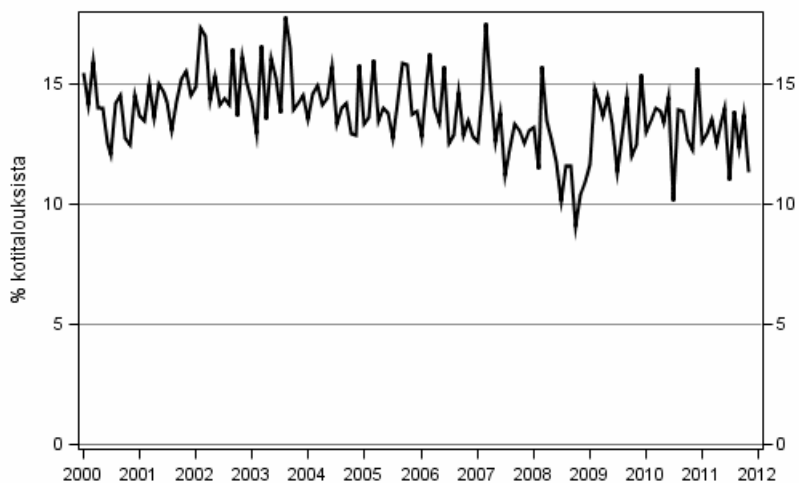
Liitekuvio 7. Ajankohdan otollisuus



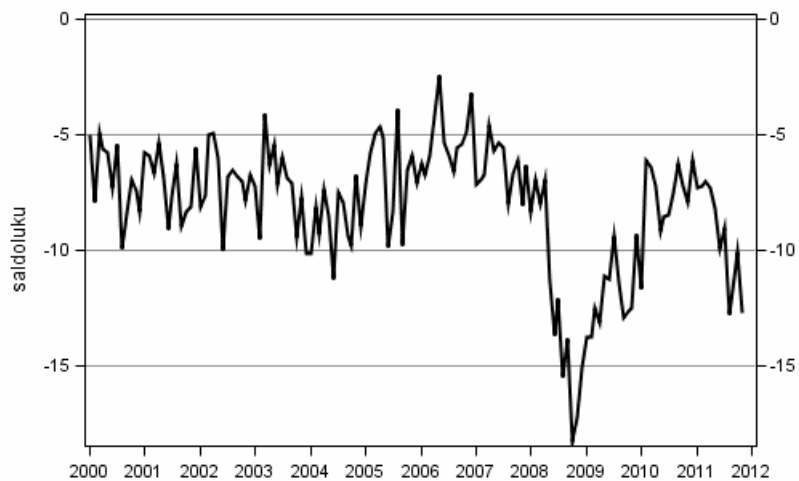
Liitekuvio 8. Kotitalouden rahatilanne



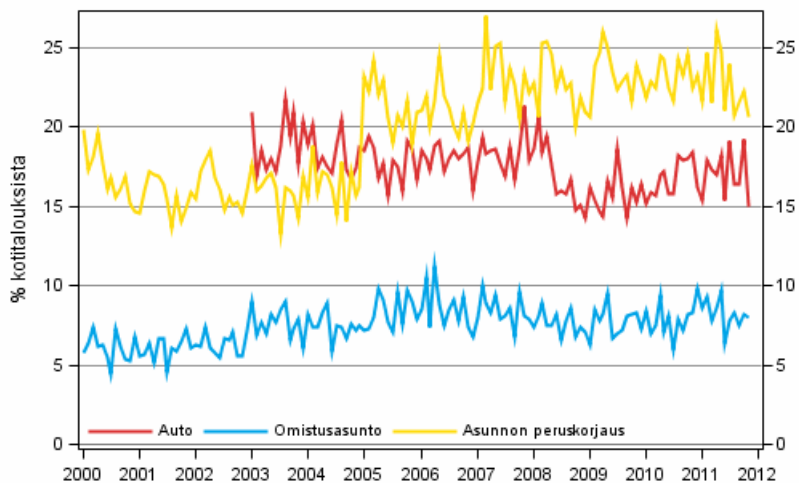
Liitekuvio 9. Kotitalouden lainanottoaikomus, tuleva 12 kk



Liitekuvio 10. Rahankäyttö kestotavaroihin, tuleva 12 kk vs mennyt 12 kk



Liitekuvio 11. Ostoaikomukset, tuleva 12 kk



Laatuseloste: Kuluttajabarometri

1. Tilastotietojen relevanssi

Kuluttajabarometri on henkilöotantaan 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. Lisäksi tutkimuksella selvitetään nykyaikaisten laitteiden yleisyyttä kotitalouksissa.

Ensimmäinen barometritutkimus tehtiin marraskuussa 1987. Aluksi tutkimus tehtiin kaksi kertaa vuodessa, ja vuonna 1992 tutkimuskerrat nostettiin neljään. Lokakuusta 1995 alkaen kuluttajabarometrin tiedot on kerätty EU:n komission toimeksiannosta, harmonisoimana ja osin rahoittamana joka kuukausi.

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

Kuluttajabarometrin keskeisten kysymysten sanamuodot ja vastausvaihtoehdot haastattelulomakkeella

| Kysymys | Vastausvaihtoehdot | | | | | |
|---|--------------------|-----------------------|-------------------|------------------------|-------------------|----------------------------|
| B1. Millainen on oman kotitaloutenne taloudellinen tilanne nyt verrattuna tilanteeseen 12 kuukautta sitten? | paljon parempi | jonkin verran parempi | samanlainen | jonkin verran huonompi | paljon huonompi | ei osaa sanoa |
| B2. Millaisen arvioitte kotitaloutenne 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 mielestänne 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 arvioitte 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 arvioitte kuluttajahintojen muuttuneen viimeisten 12 kuukauden aikana? | | | __ / __ % | | | ei osaa sanoa |
| B6. Kuinka monta prosenttia arvioitte kuluttajahintojen muuttuvan seuraavien 12 kuukauden aikana? | | | __ / __ % | | | ei osaa sanoa |
| B7. Miten paljon arvioitte 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 mielestänne uhka työttömyydestä tai lomautuksesta muuttunut omalla kohdallanne viimeisten 12 kuukauden aikana? | lisääntynyt paljon | lisääntynyt hieman | pysynyt ennallaan | vähentynyt hieman | vähentynyt paljon | ei uhkaa/ ei osaa sanoa |

| Kysymys | Vastausvaihtoehdot | | | | | |
|---|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---------------------------------|--------------------------|---------------|
| C1. Jos ajattelette yleistä taloudellista tilannetta Suomessa, niin onko mielestänne nyt edullinen aika ostaa kestokulutustavaroita, kuten huonekaluja, kodintekniikkaa, auto tms.? | edullinen aika | | ei kumpikaan | | epäedullinen aika | ei osaa sanoa |
| C2. Jos ajattelette yleistä taloudellista tilannetta Suomessa, niin onko mielestänne nyt hyvä vai huono aika säästää? | erittäin hyvä aika | melko hyvä aika | | melko huono aika | erittäin huono aika | ei osaa sanoa |
| C3. Jos ajattelette yleistä taloudellista tilannetta Suomessa, niin onko mielestänne 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 kotitaloutenne rahatilannetta tällä hetkellä? | pystymme säästämään paljon | pystymme säästämään hieman | rahat riittävät nipin napin | joudumme käyttämään säästöjamme | velkaannumme | ei osaa sanoa |
| D2. Kuinka todennäköisesti kotitaloutenne pystyy säästämään rahaa seuraavien 12 kuukauden aikana? | hyvin todennäköisesti kyllä | melko todennäköisesti kyllä | | melko todennäköisesti ei | hyvin todennäköisesti ei | ei osaa sanoa |
| D5. Aikooko kotitaloutenne ottaa lainaa seuraavien 12 kuukauden aikana? | kyllä, varmasti | mahdollisesti | | luultavasti ei | ei | ei osaa sanoa |
| E1. Miten käytätte rahaa kestokulutustavaroiden (huonekalut, kodintekniikka, auto yms.) hankintaan seuraavien 12 kuukauden aikana verrattuna viimeksi kuluneisiin 12 kuukauteen? | paljon enemmän | jonkin verran enemmän | saman verran | jonkin verran vähemmän | paljon vähemmän | ei osaa sanoa |
| E2. Kuinka todennäköisesti kotitaloutenne ostaa tai vaihtaa henkilöauton seuraavien 12 kuukauden aikana? | hyvin todennäköisesti kyllä | melko todennäköisesti kyllä | | melko todennäköisesti ei | hyvin todennäköisesti ei | ei osaa sanoa |
| E4. Aikooko kotitaloutenne ostaa tai rakentaa asunnon seuraavien 12 kuukauden aikana (omaan tai jonkun perheenjäsenen käyttöön, loma-asunnoksi, vuokrattavaksi tms.)? | kyllä, varmasti | mahdollisesti | | luultavasti ei | ei | ei osaa sanoa |
| E5. Kuinka todennäköisesti kotitaloutenne käyttää suuren summan rahaa asunnon peruskorjauksiin tai -parannuksiin seuraavien 12 kuukauden aikana? | hyvin todennäköisesti kyllä | melko todennäköisesti kyllä | | melko todennäköisesti ei | hyvin todennäköisesti ei | ei osaa sanoa |

Mielipidekysymyksissä vastausten prosentijakaumasta 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 | (pystymme säästämään paljon + 0,5 x pystymme säästämään hieman) - (velkaannumme + 0,5 x joudumme käyttämään säästöjämme) |
| 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 ja Suomen talous, työttömyys sekä kotitalouden säästämismahdollisuudet (kaikki 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 mennyt 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 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-, sijoitus- ja lainanottoaikomuksista useisiin eri kohteisiin. Näistä kysymyksistä voidaan summata niiden kotitalouksien prosenttiosuudet, jotka varmasti tai mahdollisesti aikovat kuluttaa, säästää, sijoittaa tai ottaa lainaa tietyn ajan kuluessa.

Tutkimuksella mitataan myös eri sijoituskohteiden sekä erilaisten laitteiden ja yhteyksien yleisyyttä kotitalouksissa. Tulokset julkaistaan prosenttiosuuksina kotitalouksista.

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, analysointiin, julkaisujen laadintaan, tietopalveluun ja markkinointiin osallistuu päätoimisesti kaksi ja sivutoimisesti kolme henkilöä.

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 kenttähaastattelijat tekivät haastattelut puhelimitse eri puolilla Suomea.

Tammikuusta 2000 alkaen kuluttajabarometrin kohteena on ollut kuukausittain kokonaan vaihtuva henkilöotos. Samaa otosta käytetään myös suomalaisten matkailututkimuksen ym. kyselyjen tiedonkeruussa. Kaikki haastattelut tehdään keskitetysti Tilastokeskuksen puhelinhaastattelu- eli CATI-keskuksesta, noin 35 haastattelijan toimesta. Tutkimusalueena on koko maa, ja vastaajat edustavat Suomen 15–74-vuotiasta väestöä iän, sukupuolen, asuinläänin ja äidinkielen suhteen. Tiedonkeruumenetelmän muutoksella oli jonkin verran vaikutusta kuluttajabarometrin vastausjakaumiin (ks. kohta 6).

Kuluttajabarometrin perusjoukkoon kuuluu noin 4,1 miljoonaa henkilöä ja 2,5 miljoonaa kotitaloutta Suomessa. Tutkimuksen brutto-otoskoko on kuukausittain 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 noin 35 prosenttia saadaan vastaukset joka kuukausi runsaalta 1 400 henkilöltä. Vastauskato käsittää tutkimuksesta kieltäytyneiden tai muuten estyneiden lisäksi henkilöt, joita ei onnistuttu tavoittamaan.

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

Tilastokeskuksesta lähetetään kuukausittain pari viikkoa ennen puhelinyhteydenottoa jokaiselle otoshenkilölle tutkimuksen saatekirje, jossa esitellään lyhyesti tutkimuksen sisältö ja tarkoitus. Puhelinnumerojen haku tapahtuu pääasiassa ostetun hakupalvelun välityksellä, mutta haastattelijat täydentävät sitä lopuksi lisähakujen avulla. Kohdehenkilöitä, joille ei löydetä puhelinnumeroa, pyydetään kohdekirjeessä ottamaan itse puhelinyhteyts 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). Prosessi 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 va-littujen taustamuuttujien (suuralue, henkilön ikäryhmä ja sukupuoli) estimoidut reunajakaumat vastaavat koko perusjoukosta saatuja reunajakaumia eli väestörakennetta. 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.

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.

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-, säästämis- 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. Myöhemmin Suomen Pankissa on selvitetty inflaatio-odotusten toimivuutta (Kuismanen & Spolander 1995, Pursiainen 1999, Kangassalo & Takala 2005). Vuonna 1997 tehtiin kattava luotettavuus selvitys kymmenen vuotta toimineesta kuluttajabarometrissa Helsingin CIRET-konferenssiin (Djerf & Takala). Syksyn 2010 CIRET-konferenssiin valmistui jälleen paperi kuluttajabarometrissa ja sen indikaattorien osuvuudesta (Kangasniemi, Kangassalo & Takala).

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

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

4. Julkaistujen tietojen ajantasaisuus ja oikea-aikaisuus

Kuluttajabarometrin kuukausitulokset ilmestyvät hyvin nopeasti, vain noin viikko haastattelujen päättymisen jälkeen tutkimuskuukauden 27. päivänä (viikonlopun tai pyhän sattuessa seuraavana työpäivänä). Maakunnittaiset barometritulokset (aikasarjat) ajetaan neljännesvuosittain kolmen kuukauden yhdistetystä aineistosta ja julkaistaan vuosineljänneistä seuraavan kuukauden tietojen yhteydessä. Kaikki tiedot ovat julkaistaessa tarkistettuja ja lopullisia.

5. Tietojen saatavuus ja läpinäkyvyys

Kuluttajabarometrin tulokset julkaistaan Tilastokeskuksen ”Tulot ja kulutus” -aihealueella internetissä tiedotteina ja pdf-julkaisuina suomeksi, ruotsiksi ja englanniksi (Uusimmat tilastojulkistukset):

1. Noin viikko haastattelujen päättymisestä ilmestyvät kuukausitiedote ja -julkaisu sekä tietokantataulukot (StatFin ja ASTIKA), joissa esitetään koko maata koskevat tiedot (aikasarjoina).
2. Kuukausittain laaditaan myös taulukkojulkaisu, jossa esitetään yksityiskohtaista tietoa kysymysten vastausjakaumista eri taustamuuttujien mukaan.
3. Neljännesvuosittain julkaistaan maakunnittaisia barometritietoja (aikasarjoja) tietokantataulukkoina.

Kuluttajabarometrin tarkat julkaisuajat: <http://tilastokeskus.fi/til/kbar/tjulk.html>.

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

EU:n komission DG ECFIN julkaisee kuukausittain kaikkien EU-maiden barometritulokset (kausitasoitettuina) osoitteessa: http://ec.europa.eu/economy_finance/db_indicators/surveys/index_en.htm.

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 (kvalitatiiviset arviot ja odotukset taloudesta) ole suoraan yhteydessä tai vertailtavissa muihin tilastoihin. Kuitenkin tutkimuksen sijoituskohde- ja laiteyleisyyskysymykset ovat tietyin varauksin vertailukelpoisia ja täydentäviä suhteessa Tilastokeskuksen harvemmin toteutettaviin isoihin haastattelututkimuksiin (kulutustutkimus, varallisuustutkimus).

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.

7. Selkeys ja eheys/yhtenäisyys

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

Koska kuluttajabarometrin päätarkoituksena on talouden 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

Pertti Kangassalo (09) 1734 3598

Tara Junes (09) 1734 3484

Vastaava tilastojohtaja:

Ari Tyrkkö

kuluttaja.barometri@tilastokeskus.fi

www.tilastokeskus.fi

Lähde: Kuluttajabarometri 2011, marraskuu. Tilastokeskus