

Kuluttajabarometri

2011, toukokuu

Kuluttajien luottamus heikentynyt - omaan talouteen uskotaan

Kuluttajien luottamusindikaattori oli toukokuussa 15,4, kun se huhtikuussa oli 17,8 ja maaliskuussa 17,7. Toukokuussa luottamus talouteen oli kuitenkin samalla tasolla kuin vuotta aikaisemmin ja hieman vahvempi kuin pitkällä ajalla keskimäärin. Tiedot perustuvat Tilastokeskuksen kuluttajabarometriin, jota varten haastateltiin 2. - 19. toukokuuta 1 461 Suomessa asuvaa henkilöä.

Kuluttajien luottamusindikaattori



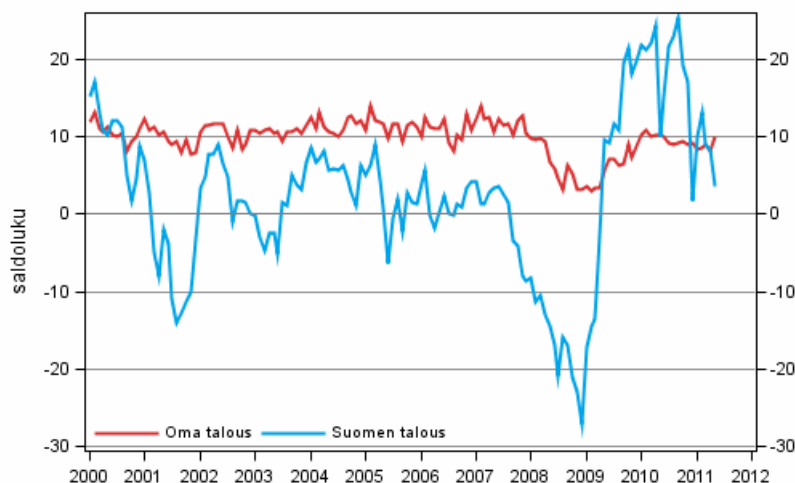
* keskiarvo 10/1995 - 05/2011

Kuluttajien luottamusindikaattorin neljästä osatekijästä vain odotukset kuluttajan omasta taloudesta paranivat hieman toukokuussa edelliskuuhun verrattuna. Muut osatekijät heikkenivät. Näkemykset omista säästämismahdollisuuksista olivat kuitenkin edelleen valoisat. Sen sijaan kuluttajien arviot Suomen taloudesta ja työttömyyskehityksestä laskivat toukokuussa jopa pitkän ajan keskimääräistä huonommiksi. Omakohtaista työttömyyden uhkaa ei juuri koettu. Toukokuussa kuluttajat arvelivat hintojen nousevan nopeasti ja pitivät säästämistä kannattavana lainanoton ja kestotavaroiden ostamisen sijasta.

Toukokuussa 32 prosenttia kuluttajista uskoi, että Suomen taloustilanne paranee seuraavan vuoden aikana. Kuluttajista 24 prosenttia puolestaan arvioi maamme talouden huononevan. Vastaavat osuudet olivat huhtikuussa 36 ja 19 prosenttia ja viime vuoden toukokuussa 43 ja 21 prosenttia. Oman taloutensa

kohentumiseen luotti toukokuussa 29 prosenttia kuluttajista ja 13 prosenttia pelkäsi taloutensa huononevan vuoden kuluessa. Kuukautta aikaisemmin osuudet olivat 27 ja 12 prosenttia.

Kuluttajien odotukset omasta ja Suomen taloudesta vuoden kuluttua



Kuluttajista 34 prosenttia odotti toukokuussa, että työttömyys vähenee Suomessa seuraavan vuoden aikana, ja 30 prosenttia arvioi työttömyyden lisääntyvän. Vastaavat osuudet olivat huhtikuussa 35 ja 23 prosenttia ja vuosi sitten synkät 28 ja 38 prosenttia.

Toukokuussa 17 prosenttia työllisistä uskoi työttömyyden uhan viime kuukausina vähentyneen omalla kohdallaan ja 12 prosenttia arvioi uhan kasvaneen. Nämäkin osuudet olivat vielä vuosi sitten synkät: 15 ja 18 prosenttia. Toukokuussa 45 prosenttia työllisistä arvioi työttömyyden uhan pysyneen ennallaan ja 26 prosenttia koki, ettei heillä ole lainkaan vaaraa joutua työttömäksi.

Kuluttajat ennustivat toukokuussa, että kuluttajahinnat nousevat 3,4 prosenttia seuraavien 12 kuukauden aikana. Inflaatio-odotus oli viime vuoden toukokuussa 2,3 prosenttia, ja sen pitkän ajan keskiarvo on 2,1 prosenttia.

Toukokuussa 63 prosenttia kuluttajista piti ajankohtaa hyvänä säästämiseksi. Kotitalouksista 64 prosentilla oli jäänyt rahaa säästöön ja 78 prosenttia uskoi pystyvänsä säästämään seuraavan vuoden aikana.

Lainan ottamisen arvioi toukokuussa kannattavaksi 54 prosenttia kuluttajista. Huhtikuussa vastaava osuus oli 61 prosenttia ja vuosi sitten 67 prosenttia. Toukokuussa kuitenkin yhtä moni kuin aiemmin eli 13 prosenttia kotitalouksista suunnitteli ottavansa lainaa vuoden sisällä.

Kuluttajista vain 38 prosenttia piti toukokuussa kestopalveluiden ostamista kannattavana. Kuukautta aikaisemmin vastaava osuus oli 45 prosenttia ja vuosi sitten 51 prosenttia. Silti monet kotitaloudet suunnittelivat toukokuussa käyttävänsä rahaa esimerkiksi asunnon korjauksiin ja sisustukseen tai harrastusvälineiden ja kodintekniikan hankintaan seuraavan kuuden kuukauden aikana. Vuoden sisällä 18 prosenttia kotitalouksista aikoi joko melko tai hyvin varmasti ostaa auton ja aiempaa useampi eli 10 prosenttia asunnon. Vastaavat osuudet olivat viime vuoden toukokuussa 17 ja 7 prosenttia.

Kuluttajabarometrin toukokuun haastatteluissa tiedusteltiin myös erilaisten laitteiden ja yhteyksien omistusta kotitalouksissa. Laitetiedot julkaistaan seuraavan kuluttajabarometrin tietojen yhteydessä kesäkuun lopussa.

Kuluttajien näkemykset taloudesta

	Keskiarvo 10/1995-	Maksimi 10/1995-	Minimi 10/1995-	05/2010	04/2011	05/2011	Näkymä
A1 Kuluttajien luottamusindikaattori = (B2+B4+B7+D2)/4	13,4	22,9	-6,5	15,8	17,8	15,4	+
B2 Oma talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	9,1	14,1	2,3	10,3	8,2	10,0	+
D2 Kotitalouden säästämismahdollisuudet seuraavan 12 kk:n aikana (saldoluku)	37,5	52,2	10,9	49,3	49,0	46,5	+
B4 Suomen talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	5,4	25,3	-27,1	10,0	8,3	3,7	+/-
B7 Työttömyys Suomessa 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	1,5	27,6	-51,1	-6,5	5,9	1,6	+/-
B8 Työttömyyden uhka omalla kohdalla nyt (saldoluku)	1,0	7,6	-18,8	-0,8	6,0	6,2	+
B6 Inflaatio 12 kk:n kuluttua (prosenttia)	2,1	4,6	0,6	2,3	3,3	3,4	
C1 Ajankohdan otollisuus kestopavaroitten ostamiseen (saldoluku)	21,2	41,8	-14,2	25,8	20,1	8,8	--
C2 Ajankohdan otollisuus säästämiseen (saldoluku)	11,3	36,8	-19,6	16,5	16,7	18,0	+
C3 Ajankohdan otollisuus lainanottoon (saldoluku)	18,4	42,0	-47,1	22,2	13,3	6,7	-

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 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 kalibrointimenetelmällä käyttämällä hyväksi kunkin havainnon todennäköisyyttä sisältyä otokseen. Julkaistavat luvut ja sarjat ovat kausitasoittamattomia

Liitetaulukot

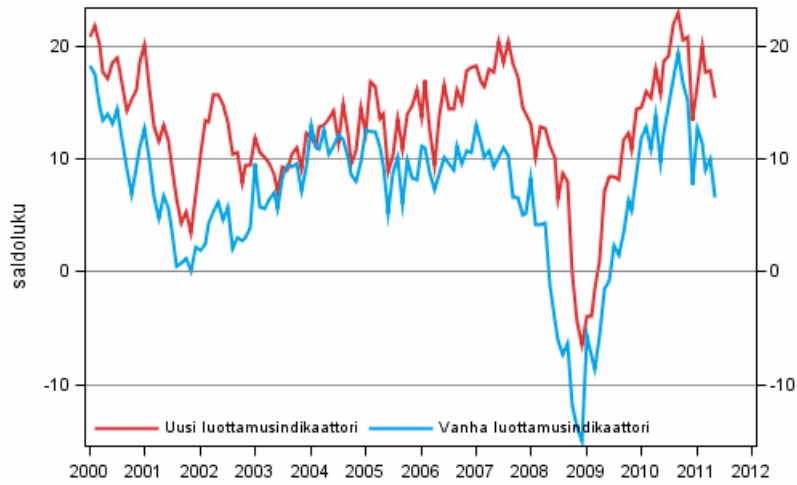
Liitetaulukko 1. Kuluttajien näkemykset ja aikomukset

	Keskiarvo 10/1995-	Maksimi 10/1995-	Minimi 10/1995-	05/2010	04/2011	05/2011	Näkymä
A1 Kuluttajien luottamusindikaattori = (B2+B4+B7+D2)/4	13,4	22,9	-6,5	15,8	17,8	15,4	+
A2 Vanha luottamusindikaattori = (B1+B2+B3+B4+C1)/5	8,7	19,4	-15,0	9,7	10,0	6,6	-
A3 Mikrotalouden indikaattori = (B2+D1+D2)/3	24,6	33,4	9,5	30,5	30,2	28,7	+
A4 Makrotalouden indikaattori = (B4+B7)/2	3,4	22,8	-39,1	1,7	7,1	2,6	+/-
B1 Oma talous nyt (saldoluku)	4,8	9,8	-4,0	3,9	3,6	3,2	-
- Parempi (%)	24,3	30,6	16,7	22,9	23,9	23,3	
- Huonompi (%)	15,6	22,7	11,4	16,7	18,3	17,9	
B2 Oma talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	9,1	14,1	2,3	10,3	8,2	10,0	+
- Parempi (%)	26,3	33,4	18,2	27,9	26,9	28,6	
- Huonompi (%)	10,4	17,2	6,6	10,2	12,4	13,0	
B3 Suomen talous nyt (saldoluku)	3,1	29,5	-60,9	-1,4	10,0	7,5	+/-
- Parempi (%)	30,4	62,1	2,0	36,4	42,1	38,2	
- Huonompi (%)	22,2	88,5	4,2	34,9	22,4	22,3	
B4 Suomen talous 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	5,4	25,3	-27,1	10,0	8,3	3,7	+/-
- Parempi (%)	31,9	57,3	11,6	43,1	35,8	32,1	
- Huonompi (%)	20,3	57,3	6,0	21,0	18,5	23,5	
B5 Inflaatio nyt (prosenttia)	2,2	5,8	-2,0	1,9	3,7	3,8	
B6 Inflaatio 12 kk:n kuluttua (prosenttia)	2,1	4,6	0,6	2,3	3,3	3,4	
B7 Työttömyys Suomessa 12 kk:n kuluttua (saldoluku)	1,5	27,6	-51,1	-6,5	5,9	1,6	+/-
- Vähemmän (%)	34,5	60,8	6,4	27,6	34,9	34,2	
- Enemmän (%)	29,3	83,3	6,9	37,5	22,6	30,0	
B8 Työttömyyden uhka omalla kohdalla nyt (saldoluku)	1,0	7,6	-18,8	-0,8	6,0	6,2	+
- Vähentynyt (%)	13,9	20,0	5,3	14,5	17,5	16,9	
- Lisääntynyt (%)	15,0	31,9	7,9	18,1	11,0	11,7	
C1 Ajankohdan otollisuus kestotavaroiden ostamiseen (saldoluku)	21,2	41,8	-14,2	25,8	20,1	8,8	--
- Hyvä aika (%)	45,7	62,4	29,6	50,5	44,6	38,2	
- Huono aika (%)	24,5	45,7	17,7	24,7	24,5	29,4	
C2 Ajankohdan otollisuus säästämiseen (saldoluku)	11,3	36,8	-19,6	16,5	16,7	18,0	+
- Hyvä aika (%)	58,7	80,7	33,4	63,2	62,9	63,3	
- Huono aika (%)	35,4	58,5	15,5	33,7	32,1	31,2	
C3 Ajankohdan otollisuus lainanottoon (saldoluku)	18,4	42,0	-47,1	22,2	13,3	6,7	-
- Hyvä aika (%)	62,9	78,2	13,3	66,6	61,2	54,2	
- Huono aika (%)	29,5	83,4	12,1	28,5	33,2	39,4	
D1 Kotitalouden rahatilanne nyt (saldoluku)	27,3	35,1	14,7	32,0	33,5	29,6	+
- Pystyy säästämään (%)	57,9	70,0	38,6	65,8	67,9	63,6	
- Käyttää säästöjä tai velkaantuu (%)	6,7	10,1	4,5	6,7	7,0	7,8	

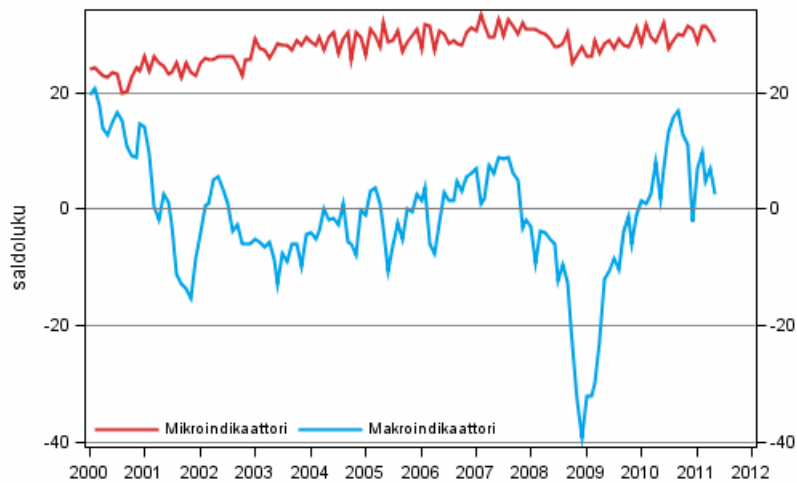
	Keskiarvo 10/1995-	Maksimi 10/1995-	Minimi 10/1995-	05/2010	04/2011	05/2011	Näkymä
D2 Kotitalouden säästämismahdollisuudet seuraavan 12 kk:n aikana (saldoluku)	37,5	52,2	10,9	49,3	49,0	46,5	+
- Pystyy säästämään (%)	72,7	82,3	56,6	80,2	80,4	78,4	
- Ei pysty säästämään (%)	25,3	40,3	16,5	18,9	19,0	20,6	
D5 Kotitalouden lainanottoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista)	13,5	17,8	9,1	13,4	12,5	13,4	+/-
- Hyvin todennäköisesti (%)	5,6	8,5	3,1	6,7	5,8	6,1	
- Melko todennäköisesti (%)	7,9	11,4	5,3	6,7	6,7	7,3	
E1 Rahankäyttö kestotavaroihin, seuraava 12 kk vs edellinen 12 kk (saldoluku)	-7,8	-2,4	-18,2	-9,2	-7,3	-8,2	+/-
- Enemmän (%)	22,9	30,8	14,3	20,1	22,1	19,4	
- Vähemmän (%)	32,4	40,4	26,5	32,0	31,2	30,5	
E2 Auton ostoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista)	17,6	21,7	14,2	17,2	17,0	18,2	+
- Hyvin todennäköisesti (%)	9,1	12,1	6,3	8,7	8,7	8,9	
- Melko todennäköisesti (%)	8,5	10,4	6,2	8,5	8,3	9,2	
E4 Asunnon ostoaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista)	7,0	11,3	4,1	7,1	8,6	9,7	++
- Hyvin todennäköisesti (%)	3,1	5,2	1,3	3,1	3,6	4,2	
- Melko todennäköisesti (%)	4,0	6,2	2,2	4,0	5,0	5,5	
E5 Asunnon peruskorjausaikomus 12 kk:n sisällä (% kotitalouksista)	18,4	27,0	9,8	24,2	26,1	24,7	++
- Hyvin todennäköisesti (%)	12,0	19,0	5,0	17,2	18,5	19,0	
- Melko todennäköisesti (%)	6,4	9,1	3,2	7,1	7,6	5,7	

Liitekuviot

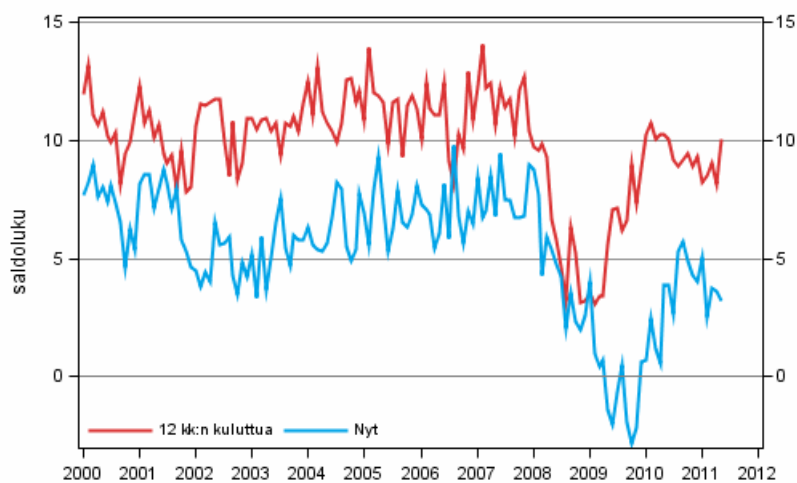
Liitekuvio 1. Kuluttajien luottamusindikaattori



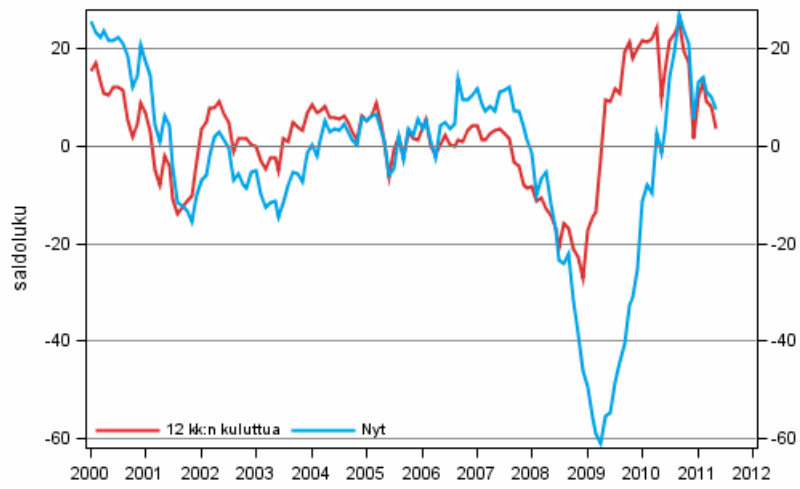
Liitekuvio 2. Kuluttajien mikro- ja makroindikaattorit



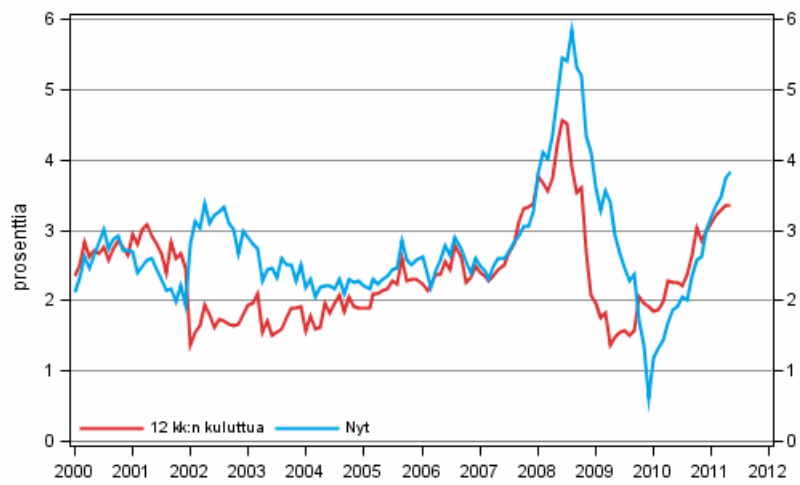
Liitekuvio 3. Oma talous



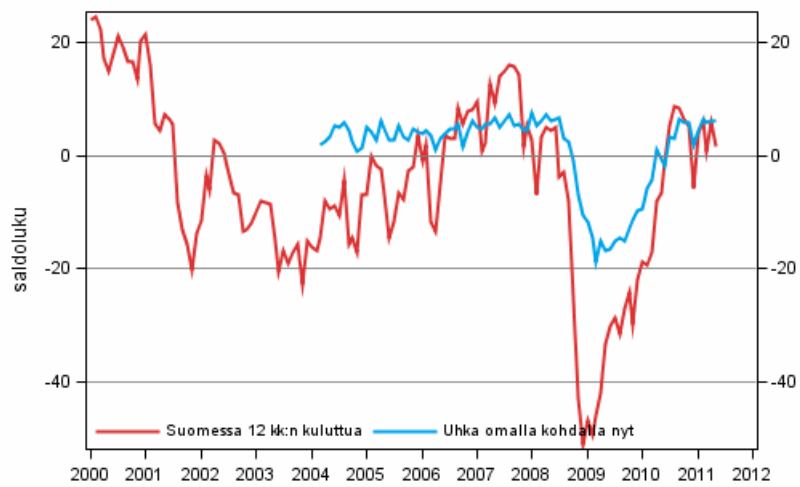
Liitekuvio 4. Suomen talous



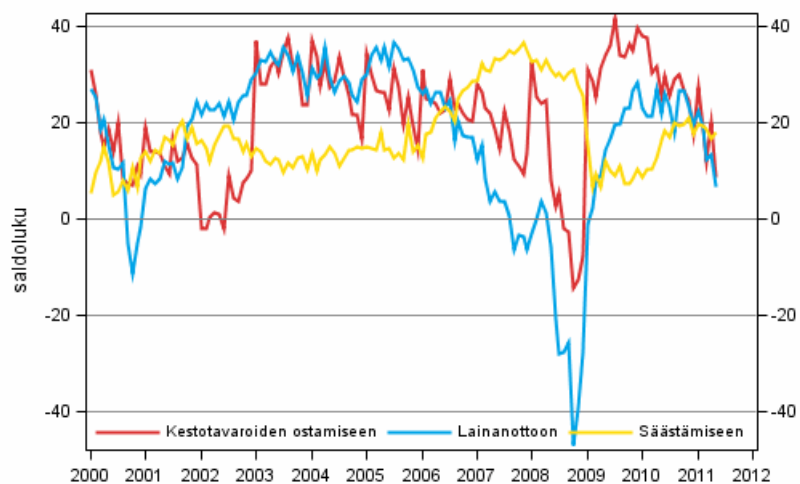
Liitekuvio 5. Inflaatio



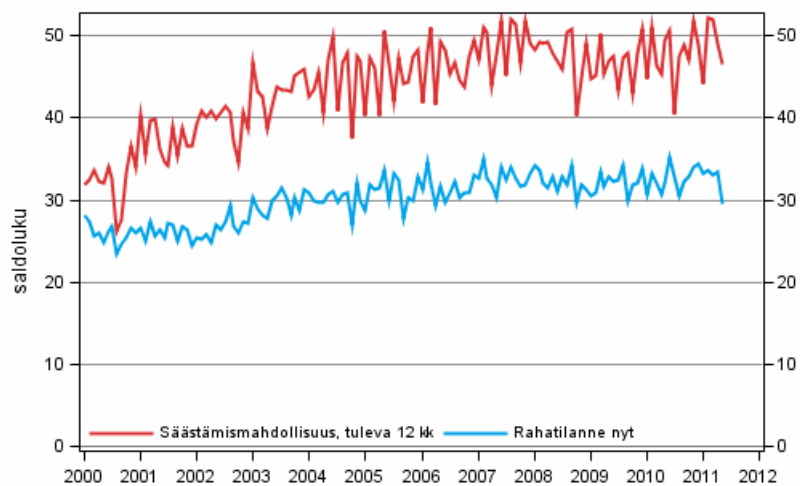
Liitekuvio 6. Työttömyys



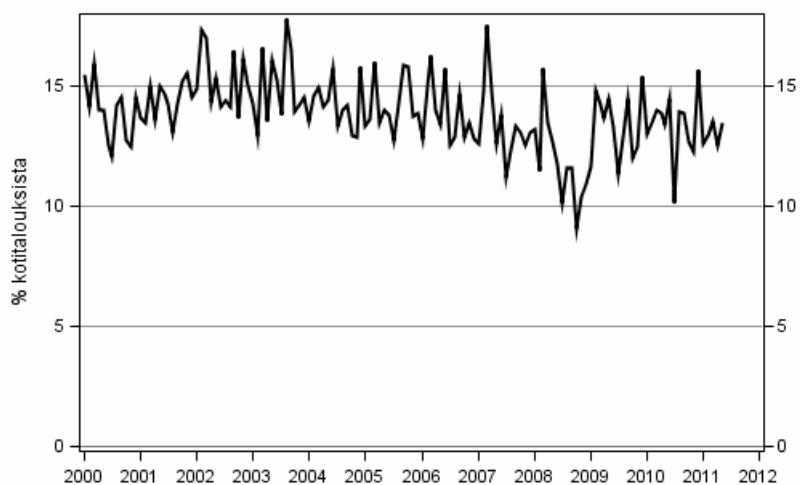
Liitekuvio 7. Ajankohdan otollisuus



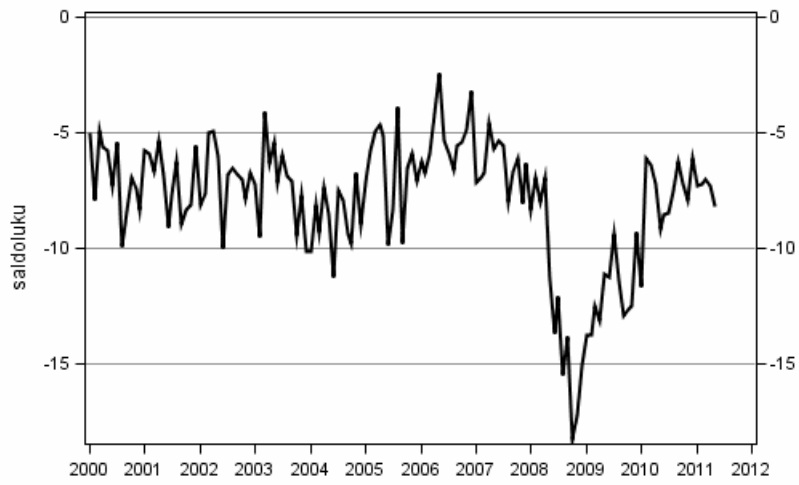
Liitekuvio 8. Kotitalouden rahatilanne



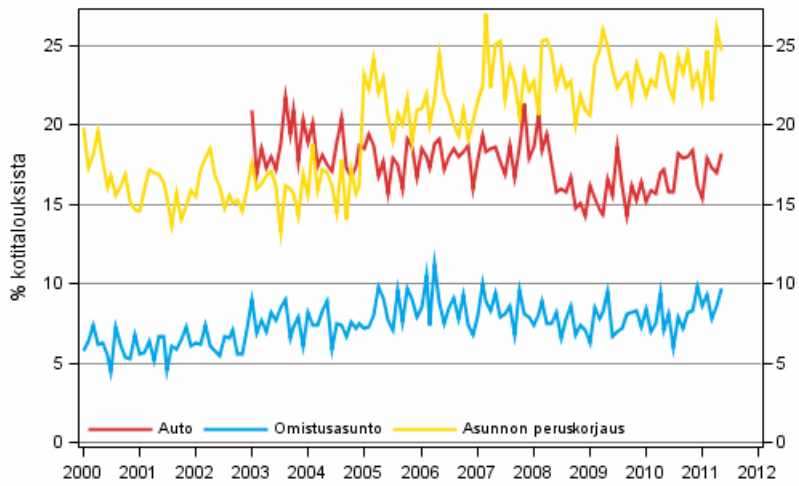
Liitekuvio 9. Kotitalouden lainanottoaikomus, tuleva 12 kk



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).

Mielipidekysymyksissä vastausten prosenttijakaumasta johdetaan saldoluku, joka vastaa EU:n ”balance figure” -mittaria. Saldoluku luonnehtii vastaajien keskimääräistä mielipidettä tietyssä 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.

Inflaatio-kysymysten (B5 ja B6) kohdalla prosenttivistauksista lasketaan kuluttajien arvioiden keskiarvo (mukaan itseisarvoltaan vain alle 15 prosentin arviot).

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 menneet ja tuleva kehitys sekä kestopavaroitten ostamisen edullisuus haastatteluhetkellä.

Kuluttajien mikroindikaattori (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).

Kuluttajien makroindikaattori (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 ennakoita talouden kehitystä mikro- ja makrotasolla.

Kuluttajabarometri sisältää myös joukon kysymyksiä kotitalouksien kulutus-, säästö-, sijoitus- ja lainanottoaikomuksista useisiin eri kohteisiin. Näistä kysymyksistä voidaan summata niiden kotitalouksien prosenttiosuudet, jotka aikovat varmasti tai mahdollisesti 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 ja bruttotulot.

2. Menetelmäkuvaus

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, asuinlänin ja äidinkielen suhteen. Tiedonkeruumenetelmän muutoksella oli jonkin verran vaikutusta kuluttajabarometrin vastausjakaumiin (ks. kohta 6).

Kuluttajabarometrin otannan ja lomakkeen suunnitteluun, tietojen jatkokäsittelyyn, analysointiin, julkaisujen laadintaan, tietopalveluun ja markkinointiin osallistuu päätoimisesti kaksi ja sivutoimisesti kolme henkilöä.

Otanta ja tiedonkeruu

Kuluttajabarometrin 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.

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 puhelinyhteys 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 saatua 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 hajaavat 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-, 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. 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). Sitten 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 ajetaan kahdesti vuodessa kuuden peräkkäisen kuukauden yhdistetystä aineistosta (aiemmin neljästi vuodessa jokaisesta vuosineljänneksestä) ja julkaistaan vuosipuoliskoa 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. Kahdesti vuodessa julkaistaan maakunnittaisia barometritietoja 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 vastausjakauksiin. 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 aikomuksia 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

Marika Männistö

Vastaava tilastojohtaja:

Ari Tyrkkö

kuluttaja.barometri@tilastokeskus.fi

www.tilastokeskus.fi

Lähde: Kuluttajabarometri 2011, toukokuu. Tilastokeskus