

## **TOIMIVAT PALVELUT OVAT ENTISTÄ TÄRKEÄMPI OSA HYVINVOINTIYHTEISKUNTAA**

Toimivien palvelujen avulla kuluttajat voivat parantaa arjen sujuvuutta. Tästä huolimatta palveluja tarjotaan edelleen tuottajalähtöisesti eikä yksittäisen kuluttajan ja kansalaisen ääni kuulu eikä sitä systemaattisesti kuunnella. Tulisi rakentaa erilaisia palautejärjestelmiä, joiden kautta voitaisiin palvelujen käyttäjille tarjota luonnollisia kansalaisvaikuttamisen kanavia. Raja yksityisten ja julkisten palvelujen väliltä on katoamassa ja julkisia palveluja on vapautumassa kilpailulle. Luotettavan ja puolueettoman tiedon tarjoaminen kuluttajille tässä tilanteessa on tärkeää. Tiedon avulla voidaan lisätä kuluttajien toimintamahdollisuuksia ja vähentää heidän epävarmuuttaan valintatilanteessa. Asiat ovat tulleet esille Kuluttajatutkimuskeskuksessa juuri valmistuneissa tutkimuksissa, jotka kuuluvat suurempaan meneillään olevaan Palvelut tietoyhteiskunnassa -tutkimushankkeeseen.

### **Lapsiperheet ja ikääntyvät henkilöt arvostavat julkisia palveluja**

Valmistuneessa tutkimuksessa on tutkittu lapsiperheiden ja ikääntyvien henkilöiden palvelujen käyttökokemuksia ja -käsityksiä. Lapsiperheillä ja ikääntyvillä henkilöillä on julkisiin palveluihin kohdistuva kysyntä suurempaa kuin tarjonta erityisesti terveydenhuollossa ja kotityöpalveluissa.

### **Palvelujen tarjonnan tulee olla yksilöllistä**

Lapsiperheet ja ikääntyvät käyttävät palveluja eri tavoin. Kummallakin käyttäjäryhmällä on kuitenkin tyypillisiä käyttämistapoja. Lapsiperheet hoitavat asioitaan erilaisten automaattien ja Internetin välityksellä itsepalveluna. Ikääntyvät haluavat hoitaa asiansa henkilökohtaisesti asiakaspalvelijan kanssa.

### **Sähköisten palvelujen käytön omaksuminen tulee viemään aikaa**

Lapsiperheillä on luonnollinen suhde tietotekniikkaan, jolloin sähköiset palvelut ovat osa heidän arkipäiväänsä toisin kuin ikääntyvillä henkilöillä. Ikääntyvien vähäinen sähköisten palvelujen käyttö ei johdu pelkästään haluttomuudesta tai riittämättömästä tietotaidosta, vaan laitteiden soveltumattomuudesta käyttäjien tarpeisiin. Lapsiperheiden ja ikääntyvien henkilöiden Internetin käyttö painottuu hyötöpalveluihin. Toisaalta tietotekninen kehitys menee tänä päivänä tavallisten kansalaisten omaksumiskykyä nopeammin eteenpäin.

**Lisätietoja:** erikoistutkija Helena Tuorila, puh 09 / 7726 7733, helena.tuorila@kuluttajatutkimuskeskus.fi

### **Etelä-Suomen asukkaiden käytössä olevan rahan määrä lisääntynyt eniten**

Suomalaisen yhteiskunnan aluerakenteen voimakkaan muutoksen taustalla ovat 1990-luvun alkupuolelta lähtien olleet useat tekijät, jotka yhdessä voimakkaan muuttoliikkeen kanssa ovat vaikuttaneet siihen, että alueiden väliset taloudelliset resurssit ovat kehittyneet eri tahdissa. Aluetalouden resursseja voidaan mitata ostovoimakertymillä, jotka kertovat paljonko rahaa asukkailla on käytössä verotuksen jälkeen. Ostovoima kertymät ja niiden muutokset mittaavat myös hyvinvoinnin materiaalien edellytysten alueellista jakautumista ja sen muutoksia.

Valmistuneessa tutkimuksessa on todettu, että 1990-luvun laman jälkeinen ostovoimakertymien alueellinen muutos on ollut luonteeltaan kasautuvaa ja kasautumisvauhti kiihtyvää. Ostovoimakertymän kasvuvauhti on ollut voimakkainta Etelä-Suomen läänissä, Itä-Suomen ja Lapin läänien ollessa suurimpia häviäjiä. Ostovoimakertymien kiihtyvä kasautuminen merkitsee sitä, että yhä harvemmat kaupunkiseudut ylittivät yhä enemmän koko maan keskimääräisen ostovoiman kasvuvauhdin. Asukaskohtainen ostovoima kasvoi suurimmissa kaupungeissa ensimmäisinä laman jälkeisinä vuosina kuitenkin vähemmän kuin muualla maassa. Ilmiötä selittää työttömien ja pienituloisten kaupunkeihin suuntautunut muuttoliike. Työllisyyden kohennettua Etelä- ja Länsi-Suomen eteläisten kaupunkiseutujen asukkaiden ostovoima kasvoi eniten.

### **Suurten kaupunkien kehyskunnat ovat hyötyneet eniten muuttovoiton tuomista verotuloista**

Ansiotulojen erojen kasvu kuvasi alueellisten ostovoimakertymien muutoksia ensimmäisinä laman jälkeisinä vuosina. Työllisyystilanteen paraneminen kuvasi tutkimusjakson loppupuolella parhaiten alueellisten ostovoimakertymien muutoksia. Itä-Suomen läänin alueella päivittäistavarakaupan taso oli paras siellä missä oli ostovoimaisin väestö. Päivittäistavarakauppa on keskittynyt taajamiin kuitenkin huomattavasti voimakkaammin kuin alueen väestön ja ostovoiman alueellinen kehitys edellyttäisi.

**Lisätietoja:** erikoistutkija Hannu Kytö, puh 09 / 7726 7766, hannu.kyto@kuluttajatutkimuskeskus.fi

### **Harvat kuluttajat ovat käyttäneet mahdollisuutta valita itse sähköyhtiönsä**

Tutkimuksessa on selvitetty kotitalouksien ja taloyhtiöiden toimintaa kilpailulle avatuilla sähkömarkkinoilla. Valtaosa kuluttajista on tyytyväisiä sähkömarkkinoilla vallitsevaan tilanteeseen, koska lisääntynyt kilpailu laski yleistä hintatasoa. Kuluttajat katsovat, että sähköyhtiöiden kilpailuttaminen ei toisi heille merkittäviä lisäetuja. Viimeaikainen hintojen nousu on kuitenkin merkittävästi vähentänyt kilpailun tuomia hintaetuja. Tarjoushinnoin tai -sopimuksin ostetaan noin 23 prosenttia asuinhuoneistojen ja -kiinteistöjen käyttämästä sähköenergiasta ja vain kolme prosenttia käyttäjistä on vaihtanut sähköyhtiötä. Suurin osa sähköyhtiönsä kilpailuttaneista kotitalouksista on siis päätenyt hankkimaan sähkönsä edelleen paikalliselta yhtiöltä, mutta erillisillä sopimushinnoilla.

### **Sähköyhtiötä kilpailutetaan taloudellisista tai ympäristöön liittyvistä syistä.**

Kilpailuttavien kuluttajien enemmistö haluaa vähentää sähkökustannuksia ja vähemmistö tukea ympäristöystävällisen sähkön tuotantoa. Suomessa kuluttajien mielikuviiin ei liity kokemuksia energiantuotannon aiheuttamista ympäristöhaitoista, kuten useissa Keski-Euroopan maissa. Siksi vain harvat kuluttajat ovat itse valinneet vihreän sähkön.

### **Kilpailuttamista pidetään monimutkaisena ja hintojen vertailu on hankalaa**

Tehdessään kilpailuttamispäätöstä kuluttajat arvioivat, kannattaako vaivautua hankkimaan uutta tietoa; millainen olisi saavutettava hyöty? Myös sähköyhtiön vaihtoon liittyvät riskit arvioidaan. Oman paikkakunnan sähköyhtiö koetaan luotettavammaksi kuin kaukana sijaitseva, ja siksi halutaan pitäytyä totutussa käytännössä. Kilpailun hyödyntäminen edellyttää kuluttajilta aktiivisuutta ja tiedonhankintaa. Valtaosalla on kuitenkin liian vähän tietoa päätöksentekoon. Oikeanlaisella tiedotuksella voidaan vaikuttaa kuluttajien asenteisiin, vähentää heidän epävarmuuttaan ja epäluottamustaan sähköyhtiötä kohtaan. Myös markkinoiden toimivuuden kannalta on tärkeää, että sähkökuluttajat ovat osaavia ja hintatietoisia.

**Lisätietoja:** tutkija Marita Nikkilä, puh 09 / 7726 7709, marita.nikkila@kuluttajatutkimuskeskus.fi

### **Vakuutusyhtiöiden verkkopalvelut eroavat toisistaan paljon**

Toistaiseksi verkossa myydään vain joitain vakuutuspalveluja. Yhteistä verkkopalveluille on kuitenkin, että kuluttajat eivät vielä voi ostaa täysin kattavaa vakuutusturvaa Internetin kautta. Tutkimukseen haastatellut kuluttajat suhtautuivat vakuutusyhtiöiden verkkosivuihin varauksellisen positiivisesti, mutta kukaan ei ollut ostanut vakuutuksia verkosta.

### **Vielä paljon oppimista**

Verkkopalveluiden avulla voidaan antaa kuluttajille monipuolista tietoa vakuutuksista. Verkossa on myös mahdollista vertailla vakuutuksia keskenään. Kuitenkin kuluttajien on ensin opittava hyödyntämään Internetiä ja vakuutusyhtiöiden on opittava kauppaamaan vakuutuksiaan verkossa.

### **Osa vakuutuksista on liian monimutkaisia tarjottavaksi verkkokaupassa**

Internetiin sopivat parhaiten yksinkertaiset vakuutuspalvelut ja erilaiset lisäpalvelut. Menestyvä verkkoliiketoiminta vaatii uudenlaista otetta vakuutustoimintaan ja lisäksi myös uudenlaisia, innovatiivisia vakuutuspalveluita. Vakuutusasioiden hoitoon verkko sopii tällä hetkellä paremmin. Verkkoliiketoiminta ei korvaa entisiä toimintoja vaan on täydentävä vaihtoehto.

**Lisätietoja:** professori Raija Järvinen, puh 040 7709 028, raija.jarvinen@uta.fi

---

### **Valmistuneet Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisut:**

H. Tuorila, **Katsaus suomalaisen peruspalvelututkimukseen**, 2/ 2001

H. Tuorila, **Lapsiperheet ja ikääntyvät palvelujen käyttäjinä**, 6/2001

H. Kytö, **Alueelliset ostovoimakertymät ja niiden muutokset vuosina 1993–1998. Tapausesimerkinä ostovoima ja päivittäistavarakauppa Itä-Suomen läänissä v. 1999**, 5/2001

M. Nikkilä, **Kuluttajat muuttuvilla sähkömarkkinoilla**. Sähköyhtiöiden kilpailuttaminen kuluttajien näkökulmasta, 4/2001

R. Järvinen, P. Eriksson, M. Saastamoinen ja M. Lystimäki, **Vakuutukset verkossa – Vakuutusyhtiöiden tarjonta ja kuluttajien odotukset**, 7/2001.

Julkaisuja voi tilata Kuluttajatutkimuskeskuksesta, PL 5, 00531 Helsinki, puh. (09) 7726 7718, eija.niiranen@kuluttajatutkimuskeskus.fi Julkaisut maksavat 100 mk/kpl.