

Henkilöstön määrä

Kuluttajatutkimuskeskuksen henkilöstömäärä pysyi ennallaan ollen 41 henkilöä 31.12.2003. Lisäksi tutkimuskeskuksessa työskenteli vuoden aikana kolme valtionhallinnon korkeakouluharjoittelijaa. Henkilöstöstä oli virkasuhteisia 31 ja työsopimussuhteisia 10. Vakituksia henkilöstöstä oli 27 eli 66 % ja määräaikaista 14 eli 34 %. Kolme henkilöä vakinaistettiin vuoden aikana.

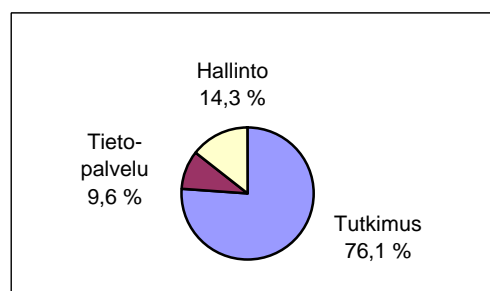
Henkilöstötietoja 2003. Vertailu vuosiin 2000-2002.

	2003	2002	2001	2000
Henkilötyövuodet	41,4	41,7	37,6	37,8
Henkilöstömäärä 31.12.	41	41	37	37
Vakituinen henkilöstö	27	24	25	24
- josta tutkimushenkilöstöä	15	13	15	
Määräaikainen henkilöstö	14	17	12	13
- josta tutkimushenkilöstöä	14	15	11	
Keski-ikä	45,1	44,8	45,8	44

Henkilötyövuosina (htv) työpanos oli yhteensä 41,4 htv, missä on vähennystä edelliseen vuoteen 0,3 htv. Vähennys henkilötyövuosien määrässä johtuu kolmen henkilön osa-aikaisesta työskentelystä.

Tulosalueittain tehdyn työajan henkilötyövuodet (ilman koulutusta ja poissaoloja) jakautuivat seuraavasti:

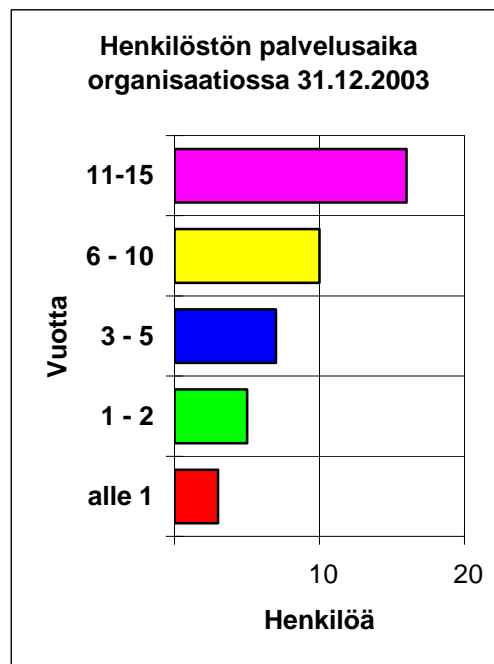
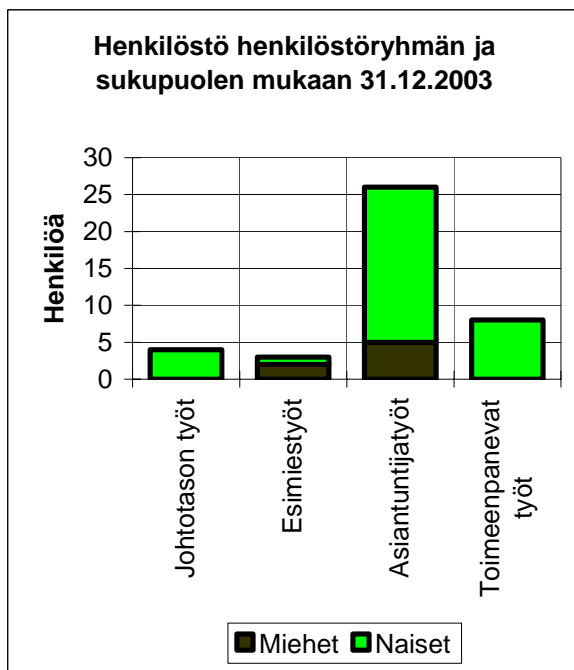
	Htv	%
Tutkimus	25,5	76,1 %
Tietopalvelu	3,2	9,6 %
Johto, tietohallinto ja yleishallinto	4,8	14,3 %
Koulutus ja poissaolot	7,9	
Yhteensä	41,4	100 %



Henkilötyövuosien jako perustuu ajankäytön seurantajärjestelmän työaikatietoihin. Virasto-työajan ja tehdyn työajan välinen ero 1,1 htv on oikaistu vähentämällä hallinnon henkilötyövuosia. Kokonaistyöajasta on käytetty koulutukseen 0,7 htv ja vuosilomiin sekä sairaus- ja muihin poissaoloihin 7,2 htv. (19,1 % kokonaistyöajasta).

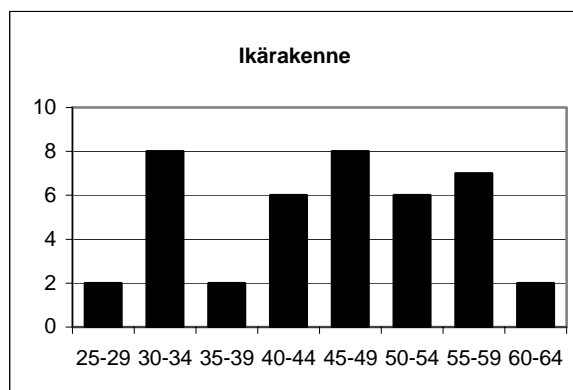
Henkilöstörakenne

Tutkimuskeskus on naisvaltainen organisaatio. Henkilöstöstä 34 oli naisia ja 7 miehiä. Toimintavuoden henkilötyövuosista naiset vastasivat 81,6 % (33,8 htv) ja miehet 18,4 % (7,6 htv). Seuraavista kaavioista ilmenevät henkilöstön sijoittuminen eri tason tehtäviin ja henkilöstön palvelusaika tutkimuskeskuksessa.



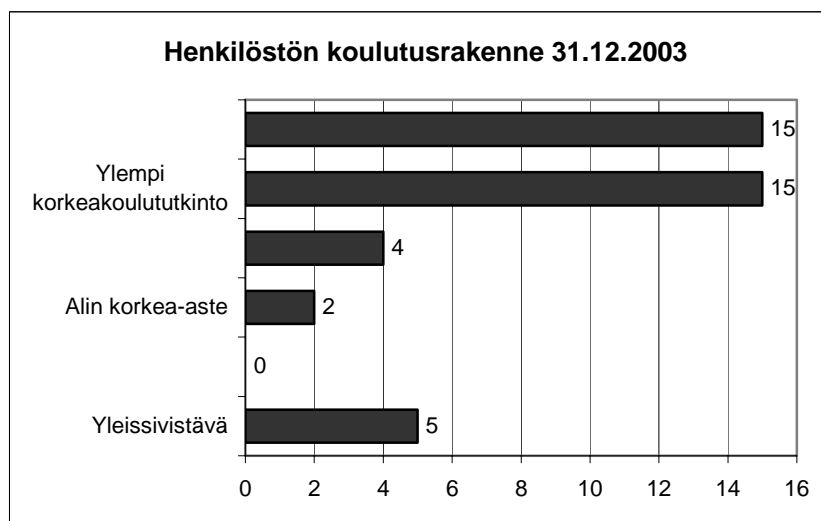
Henkilöstön keski-ikä oli 45,1 vuotta, mikä on varsin korkea. Kymmenen vuoden sisällä 22 % eli lähes joka neljäs henkilöstöstä jää vanhuuseläkkeelle (n. 65 v.). Tutkimushenkilöstön keski-ikä oli 43,2 vuotta ja muun henkilöstön keski-ikä 49,5 vuotta.

Vuonna 2002 henkilöstön keski-ikä oli 44,8 vuotta, kun koko valtion henkilöstön keski-ikä oli 44,1 vuotta.



Henkilöstö on korkeasti koulutettua. Koulutustasoindeksi oli 6,5. Vuonna 2002 tutkimuslaitosten koulutustasoindeksi oli 5,5 ja koko valtion henkilöstön koulutustasoindeksi 5,1.

Toimintavuonna kaksi henkilöä saavutti tutkijakoulutusasteen ja seitsemän muuta tutkijaa jatkoi opintoja. Henkilöstöstä 36,6 % oli ylemmän korkeakoulututkinnon ja 36,6 % lisensiaatti- tai tohtorintutkinnon suorittaneita. Keskeisenä syynä korkeaan koulutustasoindeksiin on se, että tutkimuskeskuksen henkilöstörakenne ei vastaa normaalia valtion virastoa vaan henkilöstö on asiantuntijapainotteinen. Tutkimuskeskus saa osan hallintopalveluista Kuluttajavirastosta, joten oman hallinto- ja muun avustavan henkilöstön määrä on vähäinen.



Henkilöstön osaamista ylläpidettiin ja kehitettiin tarjoamalla koulutusmahdollisuuksia. Toimintavuonna henkilöstö osallistui sekä omissa tiloissa että ulkopuolella järjestettyyn koulutukseen 179 työpäivää eli 4,3 pv/htv. Määrä vastaa valtion keskimääräistä henkilöstökoulutusta. Koko henkilöstölle tarjottiin tarpeiden mukaan atk- ja kielikoulutusta sekä ammatillista lisäkoulutusta.

Henkilöstön hyvinvointi

Henkilöstön tyytyväisyys selvitettiin joulukuun alussa valtiovarainministeriön tyytyväisyysbarometrillä. Kyselyn vastausprosentti oli 87,5 %. (edellisellä kerralla 78 %).

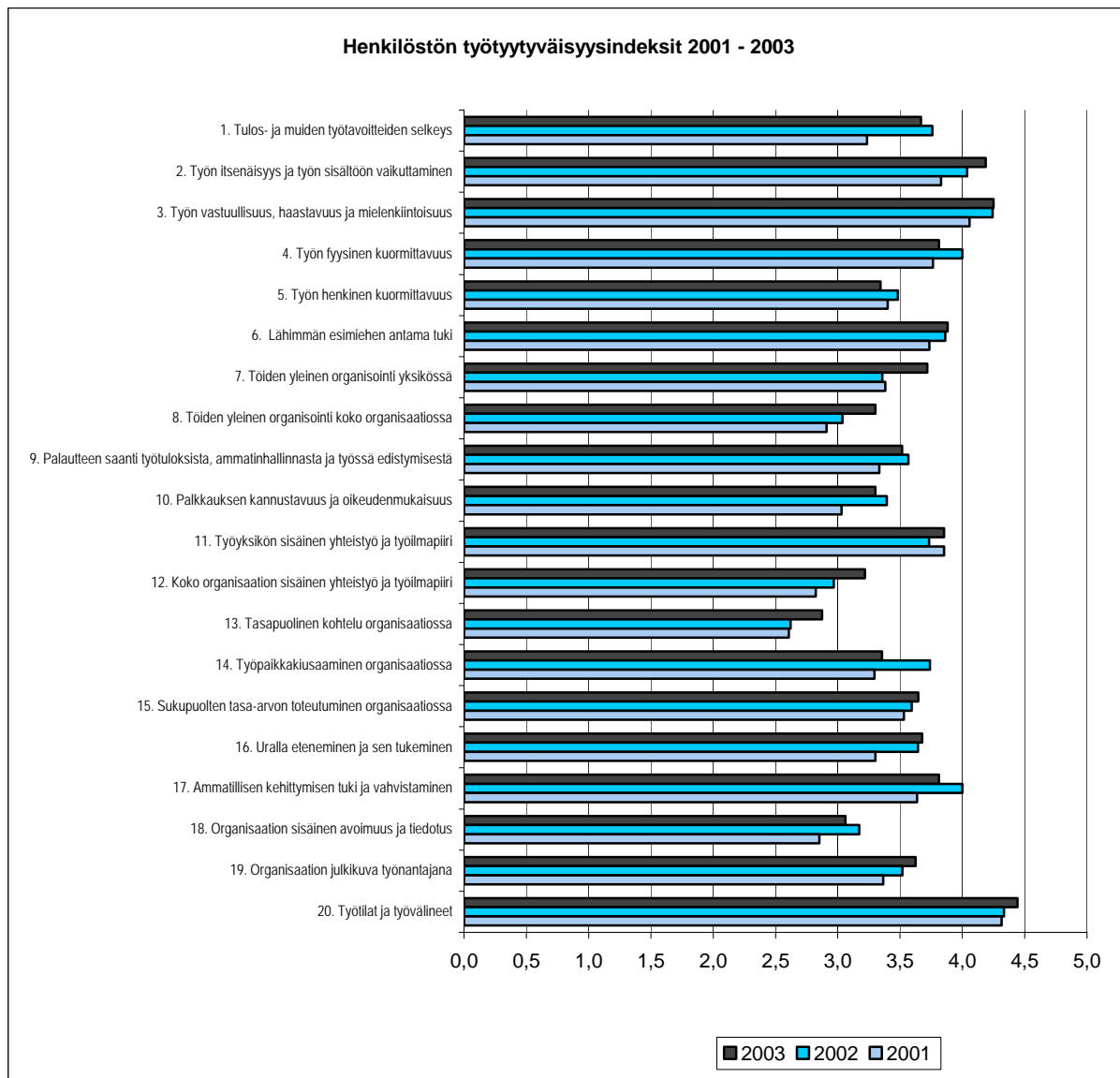
Seuraavassa esitetään kyselyn tuloksia sekä saatavilla ollutta vuoden 2002 vertailutietoa tutkimuslaitosten ja koko valtionhallinnon tuloksista. Indeksejä tulkittaessa tyydyttävänä tuloksena voidaan pitää indeksiarvoa 3.

Työyhteisön toimivuus ja johtaminen näyttävät pääindeksitasolla saavan hiukan muita indeksejä alemmat arviot. Tyytyväisyys on tutkimuskeskuksessa kuitenkin kautta linjan parempi kuin vertailukohteina olevissa muissa tutkimuslaitoksissa ja valtion organisaatioissa vuonna 2002. Vuoteen 2002 verrattuna tuloksissa on vain vähäisiä muutoksia.

Tyytyväisyys 2003. Vertailu vuosiin 2001–2002 ja muihin organisaatioihin 2002.

Tyytyväisyysindeksit	KTK 2003	KTK 2002	KTK 2001	TUTK.LAIT. 2002	VALTIO 2002
Työn sisältö	3,9	3,9	3,7	3,7	3,7
Johtaminen	3,5	3,5	3,3	3,0	3,1
Työyhteisön toimivuus	3,4	3,3	3,2	3,2	3,3
Kehittymisen tuki	3,7	3,8	3,5	3,1	3,2
Muut organisaatioon liittyvät asiat	3,7	3,7	3,5	3,3	3,3
Yhteensä	3,6	3,6	3,4	3,3	3,4

Pääindeksien sisällä osa-indekseistä saivat heikoimmat arviot: tasapuolinen kohtelu (2,9), organisaation sisäinen avoimuus ja tiedotus (3,1) sekä organisaation sisäinen yhteistyö ja työilmapiiri (3,2). Näissä on pientä muutosta edellisvuoteen verrattuna. Myönteisimpinä asioina henkilöstö piti samoin kuin edellisvuonna työtiloja ja työvälineitä (4,4), työn vastuullisuutta, haastavuutta ja mielenkiintoisuutta (4,3) sekä työn itsenäisyyttä ja työn sisältöön vaikuttamista (4,2).



Henkilöstö oli sairauden, lapsen sairauden tai tapaturman takia poissa yhteensä 284 päivää, 6,9 päivää/htv. Luku pieneni edellisvuodesta (479 pv eli 11,5 pv/htv vuonna 2002), kun kahden henkilön pitkäaikaiset poissaolot päättyivät. Vastaava sairauspoissaolojen määrä valtiolla on keskimäärin 9,1 päivää/htv.

Työterveyshuollon nettomenot laskivat vähän edellisvuodesta, ollen 9 491 euroa (11 355 euroa v. 2002). Työterveyshuollon palveluja käytettiin keskimäärin 229 euroa/htv (272 euroa/htv v. 2002). Lisäksi tutkimuskeskus tarjosi henkilöstölle edellisvuosien tapaan työkykyä ylläpitäviä liikuntapalveluita ja virkistystoimintaa sekä tuki työpaikkaruokailua, yhteensä noin 282 euroa/htv (275 euroa/htv v. 2002)

Vaihtuvuus tutkimuskeskuksessa oli pieni. Lähtövaihtuvuus oli yksi vakituinen ja kaksi määräaikaista henkilöä. Näistä vakituinen atk-suunnittelija jäi työkyvyttömyyseläkkeelle. Tulovaihtuvuus oli 3 henkilöä, kaksi tutkijaa ja viestintävastustaja.

Tutkimus- ja tietopalveluprojektien 2003 kuvaukset

Tutkimusprojektit 2003

Kotitaloudet palveluiden tuottajina ja käyttäjinä

Kotitöiden ulkoistamisen esteet ja edellytykset tutkimuksen kohteena

Kotitöiden ulkoistamisen edellytyksien ja esteiden tutkimus aloitettiin syksyllä 2003. Tutkimuksessa selvitetään ulkoistamisen käsitettä sekä sitä, miten laajaa palvelujen hankkiminen on erilaisissa kotitalouksissa ja eri tehtäväalueilla. Lisäksi selvitetään ryhmähaastattelujen avulla, mitä esteitä kotitaloudet näkevät palvelujen hankkimiselle kodin ulkopuolelta, ja toisaalta niitä edellytyksiä, joiden vallitessa niitä hankittaisiin. Tutkimus valmistuu vuonna 2004.

Ensimmäinen kansallinen kotitaloustuotannon satelliittitili valmistumassa

Kotitaloustuotannon satelliittitilin laatiminen vuodelle 2000 on aloitettu yhteistyössä Tilastokeskuksen kanssa. Satelliittitili kuvaa kotitalouksien omaan käyttöönsä tuottamien palvelujen arvoa ja määrää. Tilit laaditaan eri kotitaloustyypeille ja jaotellaan myös tehtävien mukaisesti asumispalvelujen ja aterioiden tuotantoon, vaatehuoltoon ja hoivan tuottamiseen sekä vapaaehtoistyöhön. Tilien odotetaan valmistuvan vuoden 2004 aikana.

Kuka pesee Suomen pyykit? Tekstiilienhoito kotitalouksissa ja tekstiilienhoitopalvelut

Tutkimuksessa tarkastellaan kotitalouksien tekstiilienhoidon määrää sekä tekstilien hoitoon ja hankintaan käytettyä aikaa. Tarkastelun kohteena ovat kotitalouden jäsenten itselleen niin kotona kuin kodin ulkopuolellakin (kiinteistö- ja itsepalvelupesulat) tuottamien tekstiilienhoitopalvelujen, pesulapalvelujen sekä kotityöpalveluna tuotetun tekstiilienhoitopalvelun käyttö. Toisin kuin monet muut kotityöt tekstiilienhoito näyttää entistä enemmän keskittyneen kotiin ja pysyneen perinteisenä naisten työnä. Tekstiilienhoitopalveluita käytetään hyvin vähän. Naiset käyttävät tekstiilienhoitoon viikoittain keskimäärin yli 2,5 tuntia ja miehet vajaan 20 minuuttia. Yhteensä tekstiilienhoitoon käytetään vuosittain lähes 270 miljoonaa tuntia päätoimista aikaa. Kussakin kotitaloudessa pestään omalla pesukoneella keskimäärin 16 kertaa kuukaudessa ja 480 kiloa vuodessa vaihdellen yksinasuvien 190 kilosta lapsiperheiden 920 kiloon. Kaikkiaan Suomessa kertyy pyykkiä vuodessa noin 1,35 miljardia kiloa, josta kotitalouksissa pestään 90 %. Muu pyykki jakaantuu lähes tasan kaupallisten pesuloiden ja julkishallinnon pesuloiden kesken.

Kuntien yhteistyö on välttämätöntä, jotta palvelut säilyisivät

Julkinen ja yksityinen palvelutarjonta ovat Suomessa murrosvaiheessa, jota kuvaa palveluverkon harveneminen, keskittyminen ja tuotantotapojen muutokset. Kuntapäätäjien ja palveluyrittäjien näkemykset julkisesta ja yksityisestä palvelutarjonnasta ovat paljon myönteisemmät kuin mitä käy ilmi palvelujen käyttäjien kokemuksista. Yhteiskunnallisten muutosten paineessa ja julkisten palvelujen järjestämis- ja tuotantotapojen muuttuessa kunnat ovat suurten haasteiden edessä. Pelkästään lakisääteisten palvelujen turvaaminen edellyttää kuntien yhteistyötä, sähköisten palvelujen kehittämistä ja uusia palvelumuotoja. Yrittäjät siirtyvät sähköisiin palveluihin vasta sitten, kun niille on riittävä kysyntä.

Lapsiperheiden palvelutarve on monipuolisinta ja he suhtautuvat myönteisimmin sähköisiin palveluihin. Suurimmat vaikeudet palvelujen saannissa on haja-asutusalueiden ikääntyneillä. Kunnan tietotekninen ympäristö vaikuttaa selvästi sähköisten palvelujen käyttöön kaikissa ikäryhmissä. Lähes yksimielisiä oltiin kuitenkin siitä, etteivät verkkopalvelut voi kokonaan korvata perinteisiä henkilökohtaisia palveluja. Kehittyäkseen sähköiset palvelumarkkinat edellyttävät sekä tuottajilta että käyttäjiltä aktiivisuutta ja taloudellista panostusta, mutta niiden vastineeksi on saatava myös todellista hyötyä.

Yli 50-vuotiaat Internet-palvelujen käyttäjinä

Tutkimuksessa selvitettiin verkkopalvelujen käyttämiseen liittyviä myönteisiä ja kielteisiä näkemyksiä ja kokemuksia. Tutkimuksen ensisijaisena kohderyhmänä olivat Kuluttajatutkimuskeskuksen kuluttajaneelin jäsenet. Tutkimus jatkuu vuonna 2004 siten, että ikääntyvien verkkopalvelujen käytön hyvinvointivaikutuksia ja tasa-arvon toteutumista selvitetään kunta-laisten näkökulmasta.

Kuluttajat saavat riittävästi tietoa asuntolainoista

Kuluttajien tiedonsaanti asuntolainoista on varmistettu Suomessa lainsäädännöllä. Mm. kuluttajansuojalain säädetään kuluttajalle ennen luottosopimuksen tekoa annettavista tiedoista. Vertailevassa EU-lähtöisessä, ”silent shopper” –periaatteella toteutetussa hankkeessa selvitettiin ns. vapaaehtoisen menettelysäännösten (Voluntary Code of Conduct) toteutumista asuntolainaa hankittaessa ennen lainasopimuksen allekirjoittamista. Suomalaisissa pankeissa asuntolainan hakuun tarkoitettujen lomakkeiden on muokattu kotimaisiin tarpeisiin siten, että ne sisältävät vapaaehtoisen menettelysäännösten tietosisällön. Pankit kannustavat kuluttajia tutustumaan lainoihin ja lomakkeisiin Internetissä.

Katsaus markkinoiden kulutusluottoihin

Osana kulutusluottoihin liittyviä riskejä koskevaa tutkimusta selvitettiin kulutusluottojen tarjontaa, luottojen markkinoinnin lainmukaisuutta ja ymmärrettävyyttä sekä luottojen hinnoittelua ja kustannuksia kuluttajille. Selvitys perustui luottojen tarjoajien markkinointiaineistoon. Kulutusluottojen suuri määrä, hintahaitarin laajuus, luottoja koskevien tietojen hajanaisuus sekä sopimusehtojen puutteellinen luettavuus ja ymmärrettävyys voivat vaikeuttaa kuluttajien näkökulmasta luottojen arviointia. Tutkimusta jatketaan selvittämällä kuluttajien rahatalouden hallinnan mekanismeja ja riskeihin varautumista.

Kuluttajat muuttuvassa elintarviketaloudessa

Terveysvaikutteiset elintarvikkeet jakavat kuluttajia

Kuluttajien suhtautuminen terveysvaikutteisiin elintarvikkeisiin on moniulotteinen kokonaisuus, jossa vaikuttavat omat kokemukset terveysvaikutteisista elintarvikkeista, näkemykset tuotteiden laadusta ja turvallisuudesta sekä käsitykset valvonnan ja säätelyn tarpeellisuudesta. Tutkimuksessa terveysvaikutteisten elintarvikkeiden kulttuurisesta hyväksyttävyydestä ja käytöstä osoittautui, että vastaajat (N = 1 210) jakautuivat kolmeen ryhmään, jotka olivat luottavaiset, epäilevät ja huolettomat. Terveysvaikutteisista elintarvikkeista käytetyimpiä olivat tuotteet, joiden terveysvaikutukset kohdistuvat hampaiden tai vatsan hyvinvointiin tai veren kolesteroliin. Eri terveysvaikutteisten tuotteiden käyttäjät olivat erilaisia, mutta heitä yhdisti pyrkimys terveellisiin elämäntapoihin sekä myönteinen suhtautuminen terveysvaikutteisiin elintarvikkeisiin. Tutkimusraportti julkaistiin lokakuussa 2003.

Kuluttajat ja teknologisoituva ruoka

Ruoan tuotantoa ja kulutusta luonnehtivat modernissa yhteiskunnassa monet keskenään kilpailevat, mutta myös päällekkäiset kehityskulut. Yhtäältä terveyden näkökulma, toisaalta ruoan tieteellistyminen ja teknologisoituminen hallitsevat yhä enemmän ruokaa koskevaa keskustelua. Tässä (Mari Nivan) väitöstutkimuksessa lähestytään kuluttajia ja uusia elintarvikkeita arkitiedon käsitteen näkökulmasta tarkastelemalla terveellisyysuusia ulottuvuuksia sekä ruoan teknologisoitumista ja riskejä. Konkreettisina tapauksina ovat geeniteknikalla muunnellut elintarvikkeet sekä terveysvaikutteiset elintarvikkeet. Kiinnostuksen kohteena on se, miten uusi tieto ruoasta ja terveydestä sekä kuluttajien toiminta ja kokemukset kohtaavat arjessa, syömisen käytännöissä ja ruokaa koskevissa käsityksissä. Tutkimus perustuu sekä kvalitatiivisiin että kvantitatiivisiin aineistoihin ja valmistuu vuonna 2005.

Kuluttajat, luottamus ja elintarvikeketju

Kuluttajat, luottamus ja elintarvikeketju -hankkeessa on tehty yhtä aikaa sekä empiiristä tutkimusta pohjustavaa käsiteanalyysia että rakennettu yhteistyöverkostoa erityisesti tutkimuslaitosten mutta myös muiden toimijoiden kanssa. Verkostoyhteistyö ja käsiteanalyysi konkretisoituivat tutkimuksen painopisteiden pohdinnassa. Käsiteanalyysin tulokset julkaistaan vuonna 2004, jolloin myös aloitetaan uusi kysymyksenasettelua empiirisesti tarkasteleva tutkimus.

Luomun markkinointialoitteet ja maaseudun kehittäminen

Tutkimus on osa kymmenen maan yhteistä EU-tutkimusta Organic Marketing Initiatives and Rural Development (OMiARD). Siinä selvitettiin kuluttajien näkemyksiä luomutuotteista ja luomutuotteiden markkinoinnista sekä sitä, millainen merkitys tuotannon läheisyydellä on luomutuotteiden ostamisessa. Menetelmänä käytettiin ryhmäkeskusteluja, joihin osallistui luomutuotteita säännöllisesti tai silloin tällöin käyttäviä Kuluttajaneelin jäseniä. Suomen osuudesta vastaa Helsingin yliopiston Maaseudun tutkimus- ja koulutuskeskus Mikkelissä. Kuluttajatutkimuskeskus on hankkeessa mukana alihankkijana. Tulokset julkaistaan osana mukana olevien maiden tuottamaa yhteistä raporttia vuonna 2004.

Consumer trust in food/ Kuluttajien luottamus ruokaan

Suomea voi Euroopan mittakaavassa luonnehtia korkean luottamuksen maaksi, vaikka luottamus ruoan turvallisuuteen ei olekaan täysin varauksetonta tai jaettua kaikkien kuluttajien kesken. Eurooppalaisen yhteistutkimushankkeen ”Trust in food” mukaan kuluttajat Suomessa (N=1207) liittyvät ruoantuotantoon ja elintarvikeketjun toimintaan myös epävarmuustekijöitä. Yleisesti ruoan turvallisuuden ja terveellisuuden nähdään pitkällä aikavälillä parantuneen, vaikka epäterveellisiä ruokailutottumuksia, allergioita ja erilaisia ruokaan liittyviä riskejä pidetään tälläkin hetkellä ongelmana. Turvallisimpina elintarvikkeina kuluttajat näkevät Suomessa tuoreet kasvikset ja hedelmät ja heikoimpina pidetään pikaruokapaikkojen ruoan ja geeniteknologian avulla tuotettujen elintarvikkeiden turvallisuutta. Luottamus ruokaan vaihtelee tuotteittain, toimijoittain ja tilanteittain. Miehet, nuoret ja korkeammassa sosioekonomisessa asemassa olevat luottavat ruokaan muita varauksettomammin. Tutkimusraportti julkaistaan keväällä 2004.

Kuluttajat arvostavat yksinkertaisia ja käytännöllisiä pakkauksia

Tutkimuksessa tarkasteltiin kuluttajien näkemyksiä sekä yleensä päivittäistavarapakkauksista että erikseen kahdessa tuoteryhmässä: valmisruoka- ja konetiskiainepakkauksissa. Kuluttajat arvioivat kuutta erilaista tuote-esimerkkiä, joista osa oli markkinoilla olevia, osa kuvitteellisia. Tutkimuksessa oltiin erityisen kiinnostuneita siitä, millaiset tekijät pakkauksissa viestivät turvallisuudesta kuluttajille. Vaikka turvallisuus on tärkeää ja sitä jäsennettiin monin tavoin ja

vaihdellen eri tuotteissa, keskeisintä kuluttajille vaikuttaisi kuitenkin olevan pakkausten käytettävyys. Uusiin pakkausratkaisuihin suhtauduttiin uteliaasti, mutta samanaikaisesti kriittisesti pohtimalla niiden tarpeellisuutta sekä hyödynnettävyyttä suhteessa hintaan. Kuluttajien toiveet pakkausten yksinkertaisuudesta ja toimivuudesta kohdistuivat erityisesti avattavuuteen ja suljettavuuteen, pakkausmerkintöihin, materiaaleihin ja niiden hävitettävyyteen sekä pakkausten ulkonäköön, kuten esimerkiksi muotoiluun.

Elintarvikkeiden kulutusmuutokset 1985–1998

Kulutusmuutosten tarkastelussa käytetään aineistona Tilastokeskuksen kokoamia kyseisten vuosien kotitaloustiedusteluja ja kulutustutkimuksia. Vuoden 1998 kulutustutkimuksen jälkeen Tilastokeskus ei ole koonnut tietoja elintarvikkeiden määrällisestä kulutuksesta. Toimintavuoden aikana selvitettiin kodin ulkopuolella ruokailussa tapahtuneet muutokset. Kodin ulkopuolella ruokaillaan keskimäärin kaksi kertaa viikossa, vähän useammin vuonna 1985 kuin vuonna 1998. Kotitalouden viitehenkilön ikä, sukupuoli ja kotitalouden rakenne vaikuttavat kodin ulkopuolella ruokailun yleisyyteen. Keskeisin muutos oli työpaikka-aterioiden väheneminen ja hampurilais- sekä pizza-aterioiden lisääntyminen niin yksinasuvien, lapsettomien parien kuin lapsiperheidenkin kulutuksessa. Myös vanhusten palveluaterioiden määrä oli lisääntynyt.

Kuluttajien juustovalinnat kaupassa

Tutkimuksessa jatkettiin jo aiemmin aloitettua teemaa kuluttajien juuston käytöstä ja valinnasta. Tutkimuksessa pureuduttiin syvemmälle kuluttajien todellisiin juustovalintoihin siellä, missä valinnat tehdään eli kaupan juustohyllyjen äärellä. Tutkimuksessa haastateltiin 180 juustoa ostanutta kuluttajaa kolmessa pääkaupunkiseudun myymälässä. Keskeisinä tarkastelukohteina olivat kuluttajien yleiset mielipiteet juuston valintaan vaikuttavista tekijöistä. Lisäksi selvitettiin kuluttajien haastattelupäivänä tekemät juustovalinnat ja näiden valintojen syyt. Erilaisia mielipiteitä ja erilaista käyttäytymistä juuston valinnassa erotteli tutkimuksessa eniten kuluttajien tapa yleensä ostaa juustoa päivittäiseen käyttöön, kotitaloustyyppi ja koulutustausta. Tutkimus oli osa Eläinlääkintä- ja elintarviketutkimuslaitoksen (EELA) koordinoimaa yhteistutkimushanketta Kotimaiset kevytjuustot ja kuluttajan valinnat.

Kuluttajat, päättäjät sekä lähi- ja luomuruoka. Mahdollisuuksia PK-sektorille.

Tutkimushankkeen taustalla on suomalainen ja eurooppalainen keskustelu elintarvikkeiden turvallisuudesta, laadusta ja tuotantomenetelmistä sekä lähi- ja luomuruoan tarjoamista uusista mahdollisuuksista sekä yrittäjille että kuluttajille. Hanke toteutetaan vuosina 2003–2005 Kuluttajatutkimuskeskuksen koordinoimana yhteistyössä MTT Taloustutkimuksen ja VTT Biotekniikan kanssa. Vuonna 2003 toteutettiin kolme laadullista tutkimusta, joiden tulosten perusteella rakennetaan yleistettäviin tuloksiin tähtäävä kysely vuonna 2004. Kuluttajatutkimuskeskuksen laadullisessa osiossa ”Kuluttajat, luottamus ja lähi- ja luomuruoan valinta” on tutkittu miten kuluttajat ymmärtävät ja määrittelevät lähi- ja luomuruokaa. Toiseksi on tarkasteltu lähi- ja luomuruoan hyväksyttävyyttä ja käyttöhalukkuutta erityisesti joukkoruokailussa. Kolmanneksi tutkimuksessa on selvitetty lähi- ja luomuruoan valintaa luottamuksen näkökulmasta.

Uuden teknologian markkinat ja käyttäjätarpeet

Kolmannen sukupolven matkaviestintä

Kuluttajien suhtautuminen kolmannen sukupolven matkaviestinnän laitteisiin ja palveluihin on tärkeä kysymys niiden kaupallisen menestyksen kannalta. Visioissaan laitevalmistajat ja teleoperaattorit esittävät teknisten mahdollisuuksien ohella tulevaisuuden kuluttajien elämäntapoja. Matkaviestinmarkkinoita ollaan kehittämässä liikkuville, harrastaville ja intensiivistä elämää viettäville kuluttajille.

Multimedian varaan rakentuvat matkaviestinpalvelut ovat kehittyneet nopeasti. Perinteisesti on ajateltu niiden olevan samantyyppisiä kuin aikaisempien palvelujen ja täyttävän käyttäjien vapaa-ajan hiljaisia hetkiä. Sen lisäksi multimediapalvelujen on kuitenkin havaittu tarjoavan mahdollisuuden entistä sosiaalisempaan matkaviestimen käyttöön. Tunteet ja yhteinen hauskanpito sopivatkin hyvin multimediapalvelujen yhteyteen. Palvelujen suosion ennustamisessa on huomioitava asianmukaisen teknologian yleistymisen lisäksi teknologian helppokäyttöisyys ja palvelujen soveltuminen käyttäjien muuttuvaan arkipäivään.

Ruokaa netistä

Tutkimuksessa tarkastellaan päivittäistavaroiden verkkokaupan palvelujen käyttöä kotitalouksissa ja palvelujen soveltuvuutta erilaisten kuluttajien arkeen. Vain harva suomalainen ostaa päivittäistavaroita verkosta. Tyypillisin verkko-ostaja on pääkaupunkiseudulla asuva kiireinen lapsiperhe. Muita verkkokaupan asiakkaita ovat hintatietoiset naiset, liikuntarajoitteiset, yksin asuvat nuoret miehet ja uusien teknologioiden kokeilusta kiinnostuneet kuluttajat. Säännöllisesti verkosta päivittäistavaroita ostavat ovat varsin tyytyväisiä verkkokaupan palveluihin. Verkosta ostamalla voi säästää aikaa, vaivaa ja rahaa. Verkko-ostaminen on heistä lisäksi hauskaa. Satunnaisesti verkossa asioivat eivät sen sijaan ole yhtä varmoja verkko-ostamisen miellyttävyydestä ja hyödyllisyydestä. Vaatii runsaasti kokeilua ja opettelua, ennen kuin verkko-ostamisen todelliset hyödyt ovat havaittavissa ja verkko-ostaminen on omaksuttavissa osaksi arjen rutiineja. Tutkimus hyväksyttiin keväällä 2003 kuluttajaekonomian lisenssiaatin tutkimukseksi.

Tuottajien ja kuluttajien kohtaaminen ("Users as collaborators")

Uudet markkinat ja käyttäjätarpeet tutkimusryhmän tutkimuksellinen lähtökohta on ajatus, jonka mukaan kuluttaja tuodaan osaksi yritysten varhaista tuotekehitystä. Tällä alueella on valmisteltu neljää väitöskirjaa Tutkimukset digitaalisesta televisiosta, rannetietokoneista, mobiilipaikannuksen konsepteista ja kuvapuhelimen kehittäjistä tähdentävät kuluttajan äänen kuuntelemisen tärkeyttä. Tästä näkökulmasta väitöskirjoja valmistellaan seuraavista aiheista:

- Hobbyist Knowing in Organization: Passion for Sports in Product Development Performing New Media - Critical Framework for Design
- Terveysteknologian käyttäjäkuvat
- Television uudelleen keksiminen

Vapaa-ajan trendit ja kuluttajien hyvinvointi ("Manufacturing leisure- innovations in fun")

Tutkimusryhmä on laajentunut post-doctoral tasoista tutkimustaan sekä yritys yhteistyön että akateemiset tutkimuksen suuntaan. Tekesin rahoittamassa vapaa-ajan klusteritutkimuksessa "uutta vapaa-ajantaloutta" ja sen innovaatioita kuvataan kuluttajien merkitysmaailmasta ja arjesta lähtien. Kuluttajalähtöisen vapaa-ajan kuvauksessa korostuu vapaa-ajan historiallinen muuntuminen, kuluttajien vapaa-ajalleen antamat merkitykset sekä vapaa-ajan koostuminen monenlaisen aineettomien ja aineellisten elementtien kokonaisuudesta. Viime vuosina virinnyt onnellisuustutkimus tukee käsitystä, jonka mukaan rikas elämä koostuu kahdesta vastakkaiselta näyttävästä seikasta: tyhjistä ajasta ja harrastusten tuottamista haasteista. Kummassa-

Kaupan suuryksiköiden kilpailuvaikutusten arviointi

Tutkimuksen kohteena oli Kirkkonummen Prisma ja sen perustamisen aiheuttamat kilpailuvaikutukset vaikutusalueellaan. Tutkimuksessa testattiin LTT-Tutkimus Oy:n kehittämää arviointikehikkoa.

Vähittäiskaupan suuryksikön sijoittumispäätös

Tutkimuksessa kuvataan ja analysoidaan vähittäiskaupan suuryksikön sijoittumissuunnittelu- ja päätöksentekotyöhön liittyviä käytäntöjä. Käytäntöjä tarkastellaan prosessissa mukana olleiden toimijoiden näkökulmasta. Tutkimuskohteena on Raisioon syksyllä 2001 avattu kaupakeskus Mylly. Tutkimus valmistuu ja julkaistaan 2004 aikana.

Lääkemarkkinoiden kilpailullisuus

Tutkimuksessa tarkastellaan reseptilääkkeiden vaihdettavuuden vaikutusta lääkemarkkinoiden kilpailullisuuteen. Erityisesti tarkastellaan eri lääketyyppien (patenttisuojan alaiset lääkkeet, alkuperäislääkkeet ja rinnakkaislääkkeet) hintojen kehitystä. Lisäksi tarkastellaan lääkkeiden hintojen muutoksia ns. hintaputkien läheisyydessä.

Käytettyjen autojen markkinahinnat

Vuoden aikana toteutettiin projekti: ”Käytettyjen autojen markkinahinnat”. Projekti tehtiin yhteistyössä Grey-Hen Oy:n kanssa ja sitä rahoitti Tullihallitus. Tuloksena oli kuvaus käytettyjen autojen hintahajontaan vaikuttavista asioista ja käytettyjen autojen eri markkinoista.

TIETOPALVELU 2003

KULTU-tietokannat

Tietokannat palvelevat viranomaisia, kuluttaja- ja muita asiantuntijaorganisaatioita, tutkijoita, opetusta ja neuvontaa, tiedotusvälineitä ja kuluttajia. KULTU on käytettävissä tutkimuskeskuksen www-sivujen kautta. Tietokantoihin tallennetaan jatkuvasti 200 suomalaisen tutkimuslaitoksen, yliopistojen ja korkeakoulujen laitoksen sekä viranomaisen ja järjestön kuluttajatutkimusta koskevia tietoja. Tietokantojen sisältöä ja käytettävyyttä kehitettiin: neljää alatietokantaa päivitettiin jatkuvasti ja tietokannoista hakua parannettiin uudistamalla tulostusformaatit.

- Kulutustutkijat-tietokannan sisältö tarkistettiin ja päivitettiin.
- Tutkimustietokantaan sisältyi vuoden lopussa 5560 tutkimuksen tiedot. Toimintavuonna lisäys oli 400 uuden Suomessa julkaistun tutkimuksen tiedot. Tutkimus-tietokannassa olevien ruotsin- ja englanninkielisten tiivistelmien avulla levitettiin ulkomaille tietoa Suomessa tehdyistä kuluttajatutkimuksista.
- Tavarat ja palvelut -tietokannassa oli 11 225 testin, vertailun, markkinakatsauksen, artikkelin ja hintavertailun tiedot. Lisäys kertomusvuonna oli 1000.

WWW-sivut

Toimintavuoden aikana kehitettiin verkkopalvelua laajentamalla www-sivustoa. Osa tutkimusraporteista julkaistiin vain verkossa. Osasta painettuja tutkimusraporteja laadittiin myös verkkoversiot.

Verkkosivuilla käytiin keskimäärin 300 kertaa päivässä. Puolen vuoden seurantajakson aikana käyntejä oli kaikkiaan noin 55 000. Useimmin luetut sivut olivat KULTU-tietokantojen sivut, ajankohtaista, julkaisut ja tutkimus. Noin 40 % verkosta imuroiduista, vain verkossa julkaistuista tutkimusraporteista koski käytettyjen ajoneuvojen markkinahinnat -raporttia ja kahta DigiTV-raporttia.

Tutkimuksen tukipalvelu

Henkilöstölle tukipalveluna tehtävien tiedonhakujen määrää lisättiin. Toimintavuonna hankittiin käyttöoikeuksia uusiin elektronisiin aineistoihin. Toimintavuoden aikana hoidettiin 938 kaukopalvelupyyntöä. Tutkijoita avustettiin jatkuvassa tiedonseurannassa eri lähteistä. Kirjasto- ja tietokantakoulutusta järjestettiin kahdeksan kertaa. Kotimaisia ja ulkomaisia sanoma- ja aikakauslehtiä tilattiin henkilöstön käyttöön yhteensä 65 julkaisua. Sähköisesti käytettävissä olevien lehtien saavutettavuutta ja määrää lisättiin.

Tutkimuksista tiedottaminen

Tutkimustuloksista tiedotettiin omissa julkaisusarjoissa julkaistujen raporttien lisäksi, netti-julkaisuina www-sivuilla, muissa julkaisusarjoissa, aikakauskirjoissa, seminaarijulkaisuissa, ulkomaisissa tieteellisissä lehdissä ja seminaarijulkaisuissa, lehdissä ja lehdistötiedotteissa. Lisäksi järjestettiin sekä omia tiedotustilaisuuksia että tiedotustilaisuuksia yhteistyössä muiden kanssa.

Kuluttajaportaali

Tutkimuskeskus teki yhdessä Kuluttajaviraston kanssa hankesuunnitelman rakentaa Kuluttajaportaali Suomi.fi-palvelun yhteyteen. Tavoitteena on helpottaa kuluttaja-asioihin liittyvän tiedon löytymistä netistä. Valtiovarainministeriön hallinnon kehittämisosasto myönsi hankkeen määrittelyyn rahoitusta vuodelle 2004. Hanke toteutetaan yhteistyössä eri tahojen kanssa.