

Vuosikertomus 2003



SISÄLLYS

JOHTAJAN KATSAUS.....	3
EN ÖVERSIKT PÅ ÅRET 2003.....	6
A SUMMARY OF THE YEAR 2003	9
TUTKIMUSTOIMINTA.....	12
KANSAINVÄLINEN TOIMINTA.....	25
KOTIMAINEN YHTEISTYÖ	27
TIETOPALVELU	28
TALOUS.....	31
HENKILÖSTÖ	33
ORGANISAATIO.....	38

Valokuvia ovat ottaneet mm: Eija Niiranen, Taina Pohjoisaho ja Petteri Repo Kuluttajatutkimuskeskuksesta sekä Esa Vesmanen Future Home Institutesta.

JOHTAJAN KATSAUS

Muuttuva toimintaympäristö on haaste kuluttajatutkimukselle. Kulutusyhteiskunnan monimuotoistuminen taloudellisesti ja kulttuurillisesti, markkinoiden keskittyminen, kansainvälistyminen sekä uuden teknologian laajamittainen käyttöönotto leimaavat taloutta ja ihmisten arkielämää. Laajenevilla markkinoilla kotitaloussektoria ja kuluttajien käyttäytymismuutoksista seurataan tiiviisti. Kulutuksesta sinänsä on tullut taloutta ja hyvinvointia ylläpitävä voima. Muutosten ennakointiin ja ongelmien ratkaisuun tarvitaan eri hallinnonalojen laajamittaista yhteistyötä ja osaamista, jotta markkinoiden toimivuutta, tuotekehitystä ja palvelujen laatua kyettäisiin kehittämään kuluttajien tarpeita ja odotuksia tyydyttävällä tavalla. Tämä luo kasvavaa kysyntää kuluttajatutkimukselle. Muutostrendit ovat usein luonteeltaan myös sellaisia, että ne korostavat kuluttajien oman osaamisen ja aktiivisuuden merkitystä, tietoja ja taitoja. Kuluttajakunta itsessään muuttuu ikärakenteensa ja toimintatapojensa puolesta perinteisten sosioekonomisten selitysmallien menettäessä yhä enemmän merkitystään kulutusmuutosten ennakkoinnissa.

Asiantuntemus ja yhteistyö ovat onnistuneen kuluttajapolitiikan ehtona

Kuluttajatutkimus vahvistaa kuluttajanäkökulman huomioonottamista päätöksentekijöiden ja asiantuntijoiden keskuudessa. Kuluttajatutkimuskeskus edistää kuluttajien hyvinvointia uutta tutkimustietoa tuottamalla. Hyvinvointitavoitteen saavuttamisen ehtona on usean politiikkalohkon ja talouden eri toimijoiden välinen vuorovaikutus ja toimiva yhteistyö. Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimusala kattaa kotitalouksien toimintaan ja kuluttajien käyttäytymiseen liittyvän tutkimuksen lisäksi kulutustavaroiden ja palvelujen laatuun sekä markkinoiden rakenteeseen ja yhteiskunnan muutoksiin liittyvän monitieteisen kuluttajatutkimuksen. Päätöksentekoon liittyvän vaikuttamisen lisäksi tutkimustulokset tuovat lisäarvoa kuluttajalähtöisen tuotekehityksen ja markkinoiden luomiseen. Kuluttaja-asioiden näkyvyyden vahvistaminen edellyttää aktiivista yhteistyötä monien erilaisten sidosryhmien kanssa.

Toimintavuoden haasteena on ollut lisätä tutkimustoiminnan vaikuttavuutta kauppa- ja teollisuusministeriön omalla hallinnonalalla sekä muussa sektorihallinnossa. Tässä tavoitteessa on onnistuttu hyvin eri ministeriöiden myöntämän yhteishankerahoituksen turvin. Yhteistyötä tiivistettiin muiden tutkimuslaitosten kanssa laajojen hankkeiden aikaansaamiseksi ja tutkimusosaamisen vahvistamiseksi. Lisäksi Kuluttajatutkimuskeskuksen henkilöstö osallistui aktiivisesti uuden kansallisen kuluttajapoliittisen ohjelman 2004–2007 valmisteluun. Ohjelmassa korostuu entistä voimakkaammin toimijoiden välinen yhteistyö eri politiikkalohkoilla sekä julkishallinnossa keskus-, alue- ja paikallistasolla. Ohjelmassa esitetyt visiot haastavat yhteistyöhön

elinkeinoelämän toimijoita, kansalais- ja kuluttajajärjestöjä sekä kuluttajia ja kotitaloussektoria itseään.

Tutkimustoiminta oli laajaa

Toimintavuoden tutkimusohjelmassa painoalueina tarkasteltiin ajankohtaisia kulutusmuutoksia ja kotitalouksien palvelutarpeita, kuluttajien vaikutusmahdollisuuksia ja asemaa elintarviketalouden kehittämisessä, käyttäjälähtöistä teknologian arviointia sekä kuluttajien ja elinkeinoelämän yhteistyötä uuden teknologian, innovaatiotoiminnan ja ympäristökysymysten alueilla sekä edelleen euroon siirtymistä, kilpailullisuutta eri toimialoilla ja jakelusektorilla sekä hintarakenteita erityisesti elintarvikesektorilla.

Tutkimustuloksia esiteltiin monissa kansainvälisissä ja kotimaisissa konferensseissa ja seminaareissa, luennoilla ja kokouksissa sekä eri tiedotusvälineissä. Tutkimusten rahoittajat, yhteistyötahot ja tiedon hyväksikäyttäjät ovat puolestaan osallistuneet uusien tutkimusohjelmien valmisteluun.

Tutkimustiedon välitystä, tietokantojen käyttöä ja muuta tiedonvälitystä lisättiin myös tietoverkon välityksellä. Tutkimustuloksia esiteltiin paitsi omissa julkaisusarjoissa ja www-sivuilla myös muissa julkaisusarjoissa ja kansainvälisissä tutkimusjulkaisuissa. Lisäksi tutkimuskeskus osallistuu myös kansallisen kulutustutkimuksen tietopalvelun ylläpitämiseen ja kehittämiseen.

Kansainvälinen yhteistoiminta lisääntyi

Tutkimuskeskuksen toiminnan tunnettuus on kasvanut kansainvälisen yhteistoiminnan ja asiantuntijatoiminnan lisääntyneenä merkittävästi. Toimintavuonna painottuivat erityisesti osallistuminen kansainvälisiin tutkimus- ja työryhmiin, kansainvälinen julkaisutoiminta, pohjoismaisen workshopin järjestäminen ja tutkijavierailut. Vuonna 2002 järjestetyn kansainvälisen kotitalous- ja kuluttaja-alan tutkimuskonferenssin aineistosta toimitettiin Journal of Consumer Policy -lehden teemanumero. Kansainvälisessä asiantuntijayhteistyössä on osallistuttu mm. Eurostatissa talous- ja sosiaalilastojen komitean, sen työryhmien ja kotitaloustuotannon satelliittitilin asiantuntijatehtäviin sekä IFHE:n eri komiteoiden työskentelyyn.

Henkilöstön osaamista ja työyhteisöä kehitetään

Osaamisen jatkuva kasvattaminen monialaisessa tutkimuslaitoksessa edellyttää aktiivista osallistumista tutkijakoulutukseen. Tutkijakoulutusta on tuettu yhteistyössä yliopistojen ja korkeakoulujen eri laitosten kanssa.

Toimintavuonna laadittiin tutkimuskeskukselle tietohallintostrategia, uudistettiin kuluttajapaneelia sekä jatkettiin uuden palkkausjärjestelmän kehittämistyötä.

Kiitän lämpimästi Kuluttajatutkimuskeskuksen henkilökuntaa, johtokuntaa ja kaikkia yhteistyökumppaneitamme ja sidosryhmiämme hyvin onnistuneesta työvuodesta. Sen pohjalle on hyvä rakentaa tulevaa toimintaa.



Eila Kilpiö

EN ÖVERSIKT PÅ ÅRET 2003

Den föränderliga verksamhetsmiljön är en utmaning för konsumentforskningen

Ekonomi och människornas vardagsliv präglas av att konsumtions-samhället både ekonomiskt och kulturellt blir allt mera heterogent, marknaden centraliseras, världen globaliseras och ny teknologi tas i bruk i stor omfattning. På den expanderande marknaden följer man noggrant privathushållssektorn och ändringarna i konsumenternas beteende. Konsumtionen i sig själv har blivit en kraft som uppehåller ekonomin och välfärden. Det behövs kunskaper och ett omfattande samarbete mellan olika förvaltningsområden för att kunna förutse förändringar och lösa problem och för att marknads funktion, produktutvecklingen och tjänsternas kvalitet skall kunna utvecklas på ett sätt som tillfredsställer konsumenternas behov och förväntningar. Detta ökar efterfrågan på konsumentforskningen. Förändringstrenderna är ofta sådana att de accentuerar betydelsen av konsumenternas eget kunnande och aktivitet, kunskaper och färdigheter. Även konsumenternas åldersstruktur och sätt att verka förändras, vilket leder till att de traditionella socioekonomiska förklaringsmodellerna allt mera mister sin betydelse när det gäller att förutse förändringar i konsumtionen.

Framgångsrik konsumentpolitik kräver sakkunskap och samarbete

Konsumentforskningen stärker beaktandet av konsumentsynvinkeln hos beslutsfattarna och experterna. Konsumentforskningscentralen främjar konsumenternas välfärd genom att producera nya forskningsresultat. Uppnåendet av välfärdsmålsättningen förutsätter en växelverkan och ett fungerande samarbete mellan flera politiksektorer och ekonomins olika aktörer. Konsumentforskningscentralens forskningsområde omfattar förutom forskning om privathushållens verksamhet och konsumenternas beteende även tvärvetenskaplig konsumentforskning som gäller konsumtionsvarornas och tjänsternas kvalitet samt marknads struktur och samhällsförändringar. Förutom påverkan i anknytning till beslutsfattande medför forskningsresultaten mervärde för näringslivet när det försöker skapa konsumentorienterad produktutveckling och marknader. Förstärkandet av konsumentärendenas synlighet förutsätter aktivt samarbete med många olika intressentgrupper.

Under verksamhetsåret har utmaningen varit att öka forskningsverksamhetens verkningsfullhet inom handels- och industriministeriets eget förvaltningsområde och annan sektorförvaltning. I denna målsättning har man lyckats bra med stöd av den samprojektfinsiering som olika ministerier beviljat. Samarbetet intensifierades

med andra forskningsinstitutioner för att skapa omfattande projekt och stärka forskningskunnandet. Dessutom deltog konsumentforskningscentralens personal aktivt i beredningen av det nya nationella konsumentpolitiska programmet 2004–2007. I programmet betonas allt starkare samarbetet mellan aktörerna inom olika politiksektorer och inom den offentliga förvaltningen på central-, region- och lokalnivå. De visioner som presenterats i programmet utmanar näringslivets aktörer, medborgar- och konsumentorganisationer samt även konsumenterna och privathushållssektorn till samarbete.

Forskningsverksamheten var omfattande

I verksamhetsårets forskningsprogram låg tyngdpunkten på undersökning aktuella konsumtionsförändringar och hushållens servicebehov, konsumenternas påverkansmöjligheter och deras ställning i utvecklandet av livsmedelsekonomin, utvärdering av användarorienterad teknologi samt konsumenternas och näringslivets samarbete inom den nya teknologin, innovationsverksamheten och miljöfrågorna. Man undersökte även övergången till euron, konkurrensen inom olika branscher och distributionssektorer samt prisstrukturer i synnerhet inom livsmedelssektorn.

Forskningsresultaten presenterades på många internationella och inhemska konferenser och seminarier, på föreläsningar och möten samt i olika medier. Forskningens finansierare, samarbetspartner och utnyttjarna av informationen har i sin tur deltagit i beredningen av nya forskningsprogram.

Förmedlingen av forskningsinformation, användningen av databaserna samt annan information utökades även via informationsnätet. Forskningsresultaten presenterades förutom i våra egna publikationsserier och på våra webbsidor även i andra publikationsserier och internationella forskningspublikationer. Därutöver deltar forskningscentralen även i uppehållandet och utvecklandet av den nationella konsumtionsforskningens informationstjänst.

Internationellt samarbete ökade

Forskningscentralens välkändhet har ökat i takt med det internationella samarbetet och expertverksamheten. Under verksamhetsåret betonades speciellt deltagandet i internationella forsknings- och arbetsgrupper, den internationella publikationsverksamheten, anordnandet av en nordisk workshop och forskarbesök. Materialet från den internationella hushållnings- och konsumentbranschens forskningskonferens som anordnades år 2002 redigerades till Journal of Consumer Policy-tidningens temanummer. Inom internationellt expertsamarbete har man deltagit bl.a. i EUROSTAT:s kommitté för statistik på det ekonomiska och sociala området och i kommitténs arbetsgrupper, varit med om att utföra expertuppgifter i projektet för

satellitkontot för hushållsproduktion samt deltagit i IFHE:s olika kommittéer

Arbetsgemenskapen och personalens kunnande utvecklas

Det kontinuerliga utökandet av kunnandet i en tvärvetenskaplig forskningsinstitution förutsätter ett aktivt deltagande i forskarutbildningen. Forskarutbildningen har stötts i samråd med universitetens och högskolornas olika institutioner.

Under verksamhetsåret utarbetades en strategi för forskningscentralens informationsförvaltning. Under året förnyade man även konsumentpanelen och fortsatte utvecklingsarbetet med det nya lönesystemet.

Jag tackar konsumentforskningscentralens personal, styrelse och alla samarbetspartner och intressentgrupper för ett framgångsrikt arbetsår. På den grunden är det bra att bygga den kommande verksamheten.



Eila Kilpiö

A SUMMARY OF THE YEAR 2003

The changing operating environment poses a challenge to consumer research

Today's consumer society is becoming increasingly diversified, both economically and culturally. Factors like market concentration, internationalisation and large-scale adoption of new technology have a marked effect on the whole economy and people's everyday lives. The expanding markets are keeping a watchful eye on developments in the household sector and changes in consumer behaviour. Consumption in itself has grown into a power that upholds the economy and people's well-being. The knowledge resources of various administrative branches and keen collaboration between them are needed in order to anticipate changes and solve upcoming problems and to develop market functionality, product development and service quality in a way that meets the requirements of consumers. All this increases the demand for consumer research. Current change trends often stress the consumers' own activity, knowledge and skills. Moreover, their age structure and operating practices are changing, and traditional socio-economic development models are losing their importance in predicting changes in consumption.

A successful consumer policy requires expertise and collaboration

One of the roles of consumer research is to strengthen the consumer viewpoint among decision makers and experts. The National Consumer Research Centre (NCRC) fulfils this role by producing new research data to enhance consumer well-being. This goal cannot be achieved without interaction and collaboration between the actors in several policy sectors and in the economy. Besides major areas like household operations and consumer behaviour, NCRC conducts multidisciplinary research on the quality of consumer goods and services, structure of the market and changes in society. The findings can be used to influence decision making, but they also bring added value to consumer-driven product development and market creation by the business sector. To increase the visibility of consumer affairs we co-operate closely with numerous different stakeholder groups.

An important objective for 2003 was to improve the effectiveness of consumer research within the administrative field of the Ministry of Trade and Industry and elsewhere in the administrative sector. We have managed to accomplish this goal by implementing joint projects funded by various ministries. Collaboration with other research institutes was also intensified to undertake more comprehensive projects as well as to strengthen our own research know-how. NCRC personnel were actively involved in the preparation of a new national

consumer policy programme for 2004–2007. The programme underscores the importance of co-operation between the actors in different policy sectors and in public administration both at the central, regional and local levels. The visions presented in the programme encourage collaboration on the part of the business sector, non-governmental and consumer organisations, as well as individual consumers and households.

Extensive research agenda

The research agenda for 2003 covered topics regarding changes in consumption, service needs of households, consumers' possibilities to influence decision-making, consumers' role in developing the food economy, assessment of user-driven technology, and co-operation between consumers and the business sector in the fields of new technology, innovations and environmental issues. Other projects focused on the currency changeover to the euro, competitiveness in various industries and the distribution sector, and price structures with particular reference to the food sector.

The results of NCRC research were presented in many international and national conferences and seminars, lectures and meetings, as well as in the media. Our financing partners and other co-operation organisations as well as the users of the research results took part in the preparation of new research programmes.

We were able to improve the dissemination of research knowledge, use of databases and other communication channels by means of the information network. NCRC research findings were presented in our own publication series and on our web pages, but also in other publications and international scientific journals. In addition, NCRC continues to contribute to the maintenance and development of information services on national consumer research.

Increased international co-operation

International recognition of our research activities has grown as a result of wider collaboration and expert activity in the international arena. Participation in multinational research teams and working groups, articles in international publications, organisation of a Nordic workshop and visits by foreign experts were particularly important in this respect. The Journal of Consumer Policy published a theme issue based on the proceedings of the 2002 International Congress on Home Economics and Consumer Issues. NCRC experts were engaged in international co-operation as members of Eurostat's CEIES and other working groups, in the development of a Satellite Account for Household Production and in various committees of the IFHE.

Enhancement of research resources and the working community

The continuous development of the knowledge base of a multidisciplinary research institution calls for active researcher training. To this end we work together with different departments of various universities.

During 2003, NCRC also established its data administration strategy, renewed its consumer panel and continued the development of a new payroll system.

I want to thank the personnel as well as the board of directors of NCRC and all our co-operation partners and stakeholders for a successful year. It provides a sound basis on which to build our future operations.



Eila Kilpiö

TUTKIMUSTOIMINTA

Tutkimustyö on laaja-alaista

Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimustoiminnan tehtävänä on tuottaa ja välittää tutkimustietoa, jonka avulla voidaan edistää kuluttajien ja kotitalouksien hyvinvointia ja vaikutusmahdollisuuksia, vahvistaa kuluttajien ja elinkeinoelämän yhteistyötä sekä edistää käyttäjälähtöisen teknologian käyttöönottoa ja kilpailukykyä vahvistavaa kehitystä.



Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksen pysyvinä osaamisalueina kuluttajatutkimuksen tutkimuskentässä ovat

- kotitalouksien toiminta ja kuluttajien käyttäytyminen
- kulutustavaroiden ja palveluiden laatu
- markkinoiden toimivuus ja kuluttajien asema yhteiskunnassa.

Osaamisalueet ohjaavat Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksen suunnittelua ja toteutusta.

Teema-alueet kohdentavat monipuolista toimintaa

Tutkimustoimintaa suunnattiin kuluttajapoliittisessa ohjelmassa esiin tuoduille, yhteiskunnallisesti merkittävälle aihealueelle. Kuluttajalähtöisyyttä korostavaa tutkimusta toteutettiin neljällä laajalla teema-alueella:

- Kotitaloudet palveluiden tuottajina ja käyttäjinä
- Kuluttajat muuttuvassa elintarviketaloudessa
- Uuden teknologian markkinat ja käyttäjätarpeet
- Markkinoiden kilpailullisuus

Tutkimusstrategiassa painotettiin tutkimusotteiden moninaisuutta ja eri tieteenalojen hyödyntämistä tutkimuskysymysten tarkastelussa samoin kuin tutkijoiden, tutkimusryhmien ja tutkimuslaitosten verkostoitumista. Yleisenä tavoitteena on ollut tutkimuksen tieteellisen tason nosto.

Kotitaloudet palveluiden tuottajina ja käyttäjinä

Teema-alueella tuotettiin tietoa yhteiskuntapolitiikan tueksi julkisten ja yksityisten palvelujen toimivuudesta sekä kysynnän että tarjonnan näkökulmasta samoin kuin kuluttajien toimintatavoista, ongelmista ja tiedontarpeista markkinoilla. Osaan tutkimuksia sisältyi käsitteiden määrittelyä sekä mittausta ja tilastointia tukevaa kehittämistyötä.

Palveluita tietoyhteiskunnassa arvioinut kolmivuotinen tutkimus-hanke saatettiin loppuun. Kansantalouden tilinpidon täydentämiseksi valmistui EUROSTATin käynnistämä kotitaloustuotannon satelliittitilinpidon kehittämistyö. Sen jatkoksi käynnistettiin Tilastokeskuksen kanssa tutkimus kansallisen kotitaloustuotannon satelliittitilin kehittämistä. Lisäksi jatkettiin kotipalvelujen vaihtoehtoista tuottamista selvittäviä tutkimuksia, joista valmistui tutkimus tekstiilienhoitopalvelujen määrästä ja jakautumisesta eri sektoreiden kesken sekä käynnistettiin SITRAn kanssa tutkimus kotitöiden ulkoistamisen esteistä ja edellytyksistä

Myös tutkimusta ikääntyvien tasa-arvoisuudesta verkkopalvelujen käyttäjinä jatkettiin. Päivittäistavarakaupasta konsultoitiiin peruspalvelujen arviointityötä.

EU-rahoitteisessa hankkeessa rahoituspalvelujen kehittämiseksi tuotettiin tietoa vapaaehtoisen menettelysäännösten toimivuudesta asuntolainaa haettaessa.

Tutkimusta nuorten luottoperusteisista elämäntyyleistä ja maksu-ongelmista jatkettiin. Lisäksi aloitettiin tutkimus kulutusluotto-markkinoiden tarjonnasta ja seurantatutkimus ilotulitteisiin liittyvästä turvallisuuskulttuurista.

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 vuodeksi 2000 on aloitettu yhteistyössä Tilastokeskuksen kanssa. Satelliittitili kuvaa kotitalouksien omaan käyttöön 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 tekstiilien hoitoon ja hankintaan käytettyä aikaa. 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. Pyykkimäärä vaihtelee yksin asuvien 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 kuluttajapaneelin jäsenet. Tutkimus jatkuu vuonna 2004 siten, että ikääntyvien verkkopalvelujen käytön hyvinvointivaikutuksia ja tasa-arvon toteutumista selvitetään kuntalaisten näkökulmasta.

Kuluttajat saavat riittävästi tietoa asuntolainoista

Kuluttajien tiedonsaanti asuntolainoista on varmistettu Suomessa lainsäädännöllä. Mm. kuluttajansuojalaissa 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 tarkoitetut lomakkeet 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

Valmistuneissa tutkimuksissa selvitettiin kuluttajien ja suurtalousalan ammattilaisten laatu käsityksiä suurtalousperunasta, kuluttajien juustovalintoja kaupassa, kuluttajien käsityksiä terveysvaikutteisista elintarvikkeista ja luomuelintarvikkeiden markkinoinnista. Tutkimuksissa jatkettiin elintarvikkeiden kulutusmuutosten tarkastelua sekä kuluttajiin, luottamukseen ja elintarvikeketjuun liittyvää käsiteanalyysiä ja tutkimusyhteistyöverkoston rakentamista. Uusissa tutkimuksissa tarkasteltiin tulevaisuuden kuluttajalähtöisiä pakkauksia yhteishankkeena Pakkausteknologia ry:n kanssa sekä kuluttajien käsityksiä lähi- ja luomuruoasta. Lisäksi aloitettiin ruoantuotannon teknologisoitumista käsittelevä väitöskirjahanke ja toteutettiin eurooppalaisten kuluttajien luottamusta ruoantuotantoon tarkastelevan tutkimuksen suomalainen osio.

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 teknologisoituvu 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. Väitöstutkimuksessa lähestytään kuluttajia ja uusia elintarvikkeita arkitiedon käsitteen näkökulmasta tarkastelemalla terveellisyysuusia ulottuvuuksia sekä ruoan teknologisoitumista ja riskejä. Konkreettisina tapauksina ovat geenitekniikalla muunnetut 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 eri 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 selvitetiin 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 = 1 207) liittävät ruoantuotantoon ja elintarvikeketjun toimintaan myös epävarmuustekijöitä. Yleisesti ruoan turvallisuuden ja terveellisyyden nähdään pitkällä aikavälillä parantuneen, vaikka epäterveellisiä ruokailutottumuksia, allergioita ja erilaisia ruokaan liittyviä riskejä pidetään tällä 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 kahdesta tuoteryhmästä: valmisruoka- ja konetiskiainepakkauksista. 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 v. 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 ääressä. Tutkimuksessa haastateltiin 180 juustoa ostanutta kuluttajaa kolmessa pääkaupunkiseudun myymälässä. Keskeisinä tarkastelun kohteina 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 joukkoruoakailussa. Kolmanneksi tutkimuksessa on selvitetty lähi- ja luomuruoan valintaa luottamuksen näkökulmasta.

Uuden teknologian markkinat ja käyttäjätarpeet



Teema-alueella edistetään käyttäjänäkökulman huomioon ottamista tuotekehityksessä. Käyttäjäkeskeistä teknologian arviointia sovellettiin tulevaisuuden keittiöön, sähköiseen kaupankäyntiin ja mobiilipalveluihin. Tutkimuskokonaisuudessa käynnistettiin myös uusia kestävän kehityksen innovaatioiden arviointihankkeita. Uutena painotuksena ja kansainvälisenä yhteishankkeena alettiin tutkia vapaa-ajan kulutusta yhtäältä innovaatioiden ja toisaalta kuluttajien arkisten merkitysten näkökulmasta. Yritysten ja kuluttajien keskinäistä vuorovaikutusta ja vuoropuhelua parannettiin monissa tutkimuksissa. Tutkimuskokonaisuudessa vahvistettiin myös tutkimusalueen teoreettista perustaa, kehitettiin uusia tutkimusmenetelmiä ja tiivistettiin kansainvälistä tutkimusyhteistyötä.

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 käyttäjiensä vapaa-ajan hiljaisia hetkiä. 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 päivittäistavaroitten 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 lisensiaatin 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.

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

Tutkimusryhmä on laajentanut post-doctoral-tasoista tutkimustaan sekä yritys yhteistyön että akateemisen 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. Kummassakin oleellista on ihmisen mahdollisuus toteuttaa omia haaveitaan. Kuluttajatutkimuskeskuksen koordinoimassa kansainvälisessä tutkimushankkeessa "Manufacturing Leisure – Innovations in Fun" eri maiden tutkijat valmistelevat yhteistyössä vapaa-ajan trendejä kuvaavan teoksen.

Tulevaisuuden keittiö



Tulevaisuuden keittiö -tutkimuksessa arvioitiin, millaisia mahdollisuuksia on kytkeä kestävää tietoyhteiskuntakehitystä keittiöön liittyviin ekologisesti kestäviin innovaatioihin. Hankkeessa kokeiltiin menetelmää, jota kutsutaan visionääriseksi vuorovaikutukseksi.

Mentäessä lähelle kuluttajan elämää ja tarjottaessa mahdollisuutta tuoda esiin omia näkemyksiä ratkaisu voi löytyä muualta kuin asiantuntijat ovat odottaneet. Ympäristö- ja teknologia-asiat liittyivät kuluttajilla käytännöllisyyteen, kierrätettävyyteen ja sosiaalisuuteen. Keittiöt tarjosivat hyvän lähtökohdan keskustella siitä, mitä nautinnolliseen, hyvään elämään kuuluu.

Markkinoiden kilpailullisuus

Markkinoiden kilpailullisuus -painoalueella saatiin päätökseen monivuotinen Euro, Kuluttajat ja Markkinat -tutkimusprojekti. Aihetta käsittelevä kokoomateos saavutti laajaa huomiota mediassa ja kuluttajissa ja on osaltaan vaikuttanut hintojen maltilliseen kehitykseen markkinoilla. Myös kaupan suuryksiköiden kilpailuvaikutusten arviointia Kirkkonummella käsitellyt tutkimus saatettiin loppuun. Uutena hankkeena toteutettiin käytettyjen ajoneuvojen markkinahintoja käsitellyt tutkimus Tullihallituksen rahoittamana. Tulli hyödyntää tuloksia maahantuotujen autojen verotuksessa.

Käynnissä olevissa projekteissa tarkasteltiin maiden välisten hintaerojen syitä, sähkönjakelun tehokkuutta, lääkevaihdon vaikutuksia hintakilpailuun, vähittäiskaupan suuryksikön sijoittumispäätöstä, hinnoittelua sekä kuluttajien hintatietoisuutta.

Tutkimuskokonaisuuden tieteellisenä tavoitteena oli kehittää markkinoiden toimivuuden perustutkimusta ja tutkimusmetodeja sekä tuottaa ja välittää aineksia markkinoiden kilpailullisuudesta käytävään tieteelliseen keskusteluun. Toimintavuonna valmistui kolme hinnoittelua ja hintatietoisuutta käsittelevää tieteellistä artikkelia. Teoreettista ja metodista kehittämistä vahvistaa kansainvälinen tutkimusyhteistyö ja tutkijavierailu.

Euro, kuluttajat ja markkinat

Euro, kuluttajat ja markkinat -tutkimusprojektissa tarkasteltiin valuutan vaihtumisen aiheuttamia muutoksia markkinoilla ja kuluttajien arjessa. Osarahoittajana oli kauppa- ja teollisuusministeriö. Tavoitteena oli hintaseurannan keinoin ennaltaehkäistä mahdollisia euron aiheuttamia hintojen nousuja. Lisäksi eri osahankkeista koostuneessa projektissa pyrittiin lisäämään markkinoiden läpinäkyvyyttä sekä ymmärrystä markkinoiden toimintamekanismeista. Osoituksena yli kolme vuotta kestäneen projektin tavoitteiden saavuttamisesta on se, ettei euron tulo nostanut hintatasoa. Pääasiallisina syinä tähän ovat olleet varmaankin kuluttajien valppaus ja myös euron käyttöönoton aikoihin vallinnut taloudellinen epävarmuus.

Hintaerot ja niiden syyt maiden välillä

Vuonna 2003 käynnistynyt tutkimusprojekti perustuu Eurostatin koordinoimiin eri toimialojen hinta-aineistojen hyödyntämiseen. Ensimmäinen osa projektista on elintarvikkeiden hintaerojen tarkastelu maiden välillä. Projektin osarahoittajana on maa- ja metsätalousministeriö. Elintarvikkeiden hintaerojen selittämisessä on tarkoitus varsinaisen tiedon tuottamisen lisäksi kehittää menetelmiä, joita voidaan hyödyntää muidenkin toimialojen tarkastelussa. Menetelmä antaa myös mittarin maan kilpailullisuudesta. Elintarvikkeiden hintojen selittäminen tehdään yhteistyössä Food Marketing Policy Centerin (University of Connecticut) kanssa.

Energiamarkkinoiden kilpailullisuus

Energiamarkkinoiden kilpailullisuuden osa-alueella on tutkittu paikallisten sähkönjakeluverkko-yhtiöiden hinnoittelua ja tehokkuutta Suomessa, Ruotsissa ja Norjassa tavoitteena arvioida näissä maissa sovellettujen säännöstelyjärjestelmien onnistuneisuutta. Vuoden 2003 lopulla tutkimus on keskittynyt energiamarkkinoiden kilpailutilanteen muutosten tarkasteluun ennakoiden erityisesti vuonna 2005 voimaan tulevan EU:n päästökauppadirektiivin mahdollisia vaikutuksia. Joulu-

kuussa aloitettiin hintaseurantatutkimus. Lisäksi on tarkasteltu viime vuosien sähköverkkoinvestointien kehitystä vapailla sähkömarkkinoilla.

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 kauppakeskus Mylly. Tutkimus valmistuu vuoden 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

"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.

Kuluttajaneeli ja paikkatieto tutkimuksen apuna

Kuluttajatutkimuskeskus on perustanut vuonna 1995 kuluttajaneeli-rekisterin, jonka tavoitteena on tehostaa tutkimusaineistojen keräämistä ja kehittää laadullisia tutkimusmenetelmiä. Vuonna 2002 aloitettu paneelin alueellisen rakenteen ja jäsenkunnan uudistustyö valmistui. Paneeliin kuului vuoden lopussa 1 153 jäsentä. Kuluttajaneeli rakentuu eri puolilla Suomea olevasta kuudesta alue-paneelistä. Paneelin käyttöaste pysyi edellisvuosien tasolla. Sitä käytettiin viidessä tutkimushankkeessa ja tutkimuksiin osallistui 880 paneelin jäsentä. Tutkimusaineistoa kerättiin yksilöhaastattelujen, ryhmäkeskustelujen ja kyselyjen avulla.



Kuluttajatutkimuskeskuksessa käytössä oleva paikkatietojärjestelmä sisältää väestön ja päivittäistavarakauppaan liittyviä tietoja kolmeltatoista kaupunkialueelta Suomen eri osista. Päivittäistavara-kauppatietokannan tiedot päivitettiin. Aineistoihin liittyviä oheistietoja (mm. tietosisällöt, käyttöoikeudet, julkaisuehdot) ryhdyttiin kokoamaan tietoaineistojen käytön helpottamiseksi. Paikkatietojärjestelmää käytettiin mm. palvelut tietoyhteiskunnassa -hankkeessa, palveluiden laatubarometrin kehittämishankkeessa ja kaupan suuryksiköiden kilpailuvaikutusten arviointia käsitelleessä hankkeessa.

KANSAINVÄLINEN TOIMINTA

Kansainvälinen yhteistyö monipuolista

Kuluttajatutkimuskeskus osallistui laajasti kansainvälisten tutkimus- ja työryhmien toimintaan. Asiantuntijavaihto painottui moniin työryhmäkokouksiin, seminaareihin ja vierailuihin yhteistyölaitoksissa.

Tutkimuskeskuksen edustajat osallistuivat EUROSTATin neuvonantavan talous- ja sosiaalitaloustieteen komitean CEIESin sekä sen työryhmien työhön samoin kuin kotitaloustuotannon satelliittitilin task forceen asiantuntijatehtäviin. Tutkimusyhteistyötä ja muuta yhteistoimintaa oli myös International Federation for Home Economicsin (IFHE) kanssa.

Verkostoyhteistyön kehittämiseksi ja lisäämiseksi Kuluttajatutkimuskeskuksessa työskenteli vieraileva professori Elizabeth Shove Englannista kahden kuukauden ajan ja Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuspäällikkö Ville Aalto-Setälä työskenteli USA:ssa 1.8. alkaen.

Tutkimuskeskuksen tutkijat osallistuivat toimintavuonna lukuisiin kansainvälisten tiedejärjestöjen konferensseihin ja seminaareihin ja pitivät niissä yhteensä 26 esitelmää.



Lisäksi Kuluttajatutkimuskeskuksen toimintaan kävi tutustumassa kansainvälisiä vieraita monista eri maista.

Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkijoiden julkaisemien tieteellisten artikkeleiden määrä kansainvälisissä tieteellisissä julkaisuissa lisääntyi. Vuonna 2002 järjestetyn kansainvälisen kotitalous- ja kuluttajatutkimuskonferenssin esityksistä toimitettiin Journal of Consumer Policy -lehden teemanumero vuonna 2003. Teemanumeron yhtenä toimittajana oli Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimusjohtaja.



Pohjoismainen yhteistyö jatkui aktiivisena

Kuluttajatutkimuskeskus jatkoi aktiivista osallistumistaan pohjoismaiseen yhteistyöhön.

Pohjoismaiden ministerineuvoston rahoituksella järjestettiin pohjoismainen kestävä kulutuksen workshop 6.–7.11.2003. Verkostotapaamisessa 20 pohjoismaista ja eurooppalaista kuluttajatutkijaa esitteli omaa tutkimustyötään ja tuloksiaan sekä osallistui ryhmäkeskusteluihin.



Lisäksi on osallistuttu kuluttajavirkamieskomitean alaisen kuluttajaneuvottelukunnan työhön sekä useiden eri tutkimus- ja työryhmien työskentelyyn.

KOTIMAINEN YHTEISTYÖ

Toimivat kotimaiset yhteistyöverkostot käytössä

Toiminnan tueksi on luotu erilaisia yhteistoimintaverkostoja, jotta tutkimuksen tekemiseen turvattaisiin paras mahdollinen asiantuntemus ja vahvistettaisiin eri tieteenalojen tutkijoiden yhteistyötä. Tutkimuskeskuksessa ylläpidetään kulutustutkijoiden verkostoa, johon kuuluu sata alan tutkijaa tutkimusorganisaatioista eri puolilta Suomea.



Tutkimuskeskus järjesti tutkijoille ja tutkijaverkostoille seminaareja, joissa esiteltiin uusia valmistuneita, meneillään olevia tai suunnitteilla olevia tutkimuksia. Henkilöstö piti noin 120 luentoa ja esitelmää yliopistoissa, korkeakouluissa ja muissa asiantuntijatilaisuuksissa.

Kuluttajapoliittisen ohjelman valmistelussa aktiivisesti mukana

Kauppa- ja teollisuusministeriö käynnisti uuden kuluttajapoliittisen ohjelman valmistelun loppuvuonna 2002. Tutkimuskeskus osallistui hankesuunnitteluun ja sai vastatakseen valmistelutyön käytännön koordinoinnin ja ohjelmaraportin ensimmäisen käsikirjoituksen tuottamisen yhteistyössä lukuisten sidosryhmien kanssa kevään 2003 aikana.

TIETOPALVELU

Tuotettu tieto tehokkaasti käyttöön

Kuluttajatutkimuskeskuksessa tuotetuista tutkimustuloksista tiedotettiin omissa julkaisusarjoissa julkaistujen raporttien lisäksi nettijulkaisuina www-sivuilla, muissa julkaisusarjoissa, aikakauskirjoissa, seminaarijulkaisuissa, ulkomaisissa tieteellisissä lehdissä ja seminaarijulkaisuissa, lehdissä ja lehdistötiedotteissa. Lisäksi järjestettiin sekä omia tiedotustilaisuuksia että tiedotustilaisuuksia yhteistyössä muiden kanssa. Henkilöstö piti sekä kotimaassa että ulkomailla esitelmiä, luentoja ja koulutustilaisuuksia ja antoi TV-, radio- ja lehtihaastatteluja. Tutkimuskeskuksen toimintaan kävi tutustumassa sekä ulkomaisia että kotimaisia tutkijoita ja tutkimuslaitosten edustajia samoin kuin eri virastojen, laitosten, järjestöjen ja oppilaitosten edustajia.



Julkaisut ja muu tiedotus

Julkaisut

Julkaisuja omissa sarjoissa

- painettuja

24 kpl

- verkkojulkaisuja

8 kpl

Julkaisuja muissa sarjoissa

10 kpl

Tieteellisiä artikkeleita

13 kpl

Lehti- ja muita artikkeleita

32 kpl

Luennot ja esitelmät	
Kansainvälisiä konferenssi- ja seminaariesitelmää	26 kpl
Kotimaisia konferenssi-, seminaari- ja muita esitelmää	107 kpl
Luentosarjoja eri oppilaitoksissa	13 kpl
Muu tiedottaminen	
Julkaisujen vakioilmaisjakelu	144 kpl
Tiedotuslehti Tutkimuskaikuja	1 kpl
Tiedotustilaisuudet	4 kpl
Lehdistötiedotteet	9 kpl
Sisäinen tiedote Kaikuja	4 kpl
Kirjaston uutuuksiluettelo	12 kpl

WWW-sivujen verkkosisältöä lisättiin

Verkkopalvelua kehitettiin laajentamalla www-sivustoa. Osa tutkimusraporteista julkaistiin vain verkossa. Osasta painettuja tutkimusraporteja laadittiin myös verkkoversiot. Kuluttajatutkimuskeskuksen verkkosivuilla käytiin keskimäärin 300 kertaa päivässä. Useimmin luetut sivut olivat Kultu-tietokantojen sivut, ajankohtaista, julkaisut ja tutkimus.



Palvelua omille tutkijoille

Kuluttajatutkimuskeskuksen omille tutkijoille tehtävien tiedonhakujen määrää lisättiin. Toimintavuonna hankittiin käyttöoikeuksia uusiin elektronisiin aineistoihin ja hoidettiin 938 kaukopalvelupyyntöä. Lisäksi tutkijoita avustettiin jatkuvassa tiedonseurannassa. 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.

KULTUsta saa tietoja Suomessa tehdystä kuluttajatutkimuksesta

Tietokannat palvelevat viranomaisia, kuluttaja- ja muita asiantuntija-organisaatioita, 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 tulostusformaattit.

- Kulutustutkijat-tietokannan sisältö tarkistettiin ja päivitettiin.
- Tutkimustietokantaan sisältyi vuoden lopussa 5 560 tutkimuksen tiedot. Toimintavuonna lisäys oli 400 uuden Suomessa julkaistun tutkimuksen tiedot. Tutkimustietokannassa 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 tuhat.

Kuluttajaportaali tulossa helpottamaan kuluttajatiedon hyväksikäyttöä

Jotta kuluttaja-asioihin liittyvä tieto löytyisi ja hyväksikäyttö helpottuisi tutkimuskeskus teki yhdessä Kuluttajaviraston kanssa hanke-suunnitelman Kuluttajaportaalin rakentamisesta Suomi.fi-palvelun yhteyteen. Valtiovarainministeriön hallinnon kehittämisosasto myönsi määrärahan vuodeksi 2004 Kuluttajaportaalin määrittelyvaiheen toteuttamista varten yhteistyössä eri yhteistyötahojen kanssa.

TALOUS

Kuluttajatutkimuskeskus on kauppa- ja teollisuusministeriön alainen nettobudjetoitu laitos, jonka menot katetaan osaksi budjetti-rahoituksella ja osaksi ulkopuolisella tulo-rahoituksella. Tulot ovat pääosin yhteistoiminnan tuottoja tutkimustoiminnasta.

Valtion talousarviossa 2003 Kuluttajatutkimuskeskuksen bruttomenoiksi arvioitiin 2 645 500 euroa. Tuloarvio oli 865 500 euroa ja nettomäärärahaa budjetista myönnettiin 1 780 000 euroa. Siirtomäärärahaa edellisiltä vuosilta oli jäljellä 533 300 euroa. Määrärahaa käytettiin 1 982 393 euroa ja vuodelle 2004 siirtyi 330 934 euroa. Siirtomääräraha pieneni 202 393 eurolla, hieman suunniteltua enemmän.

Toimintavuoden kulut olivat noin 2,8 milj. euroa. Lisäys edellisvuoteen on pieni. Kasvu johtui palveluostojen lisääntymisestä ja kustannusten yleisestä noususta. Tuotot olivat 686 095 euroa. Tulotavoite alittui noin 20 %:lla. Tuotoista noin 97 % oli yhteistoiminnan tuottoja. Toimintavuoden talous oli hieman ennakoitua heikompi tulotavoitteen alituksen vuoksi.

Rahoittajatahoissa ei tapahtunut merkittäviä muutoksia. Merkittävimmät rahoittajatahot olivat Tekes, maa- ja metsätalousministeriö sekä kauppa- ja teollisuusministeriö.

Tuotto- ja kululaskelma

	1.1.-31.12.2003		1.1.-31.12.2002	
TOIMINNAN TUOTOT:				
Maksullisen toiminnan tuotot	22 264,03		11 527,17	
Muut toiminnan tuotot	<u>663 831,50</u>	686 095,53	<u>724 076,20</u>	735 603,37
TOIMINNAN KULUT:				
Aineet, tarvikkeet ja tavarat	91 131,97		87 782,27	
Henkilöstökulut	1 903 775,98		1 878 008,90	
Vuokrat	227 091,30		235 616,33	
Palvelujen ostot	418 409,66		364 798,87	
Muut kulut	63 856,53		85 230,84	
Poistot	<u>76 088,64</u>	-2 780 354,08	<u>51 713,41</u>	-2 703 150,62
JÄÄMÄ I		-2 094 258,55		-1 967 547,25
TUOTOT VEROISTA JA PAKOLLISISTA MAKSUISTA				
Perityt arvonlisäverot	1 646,86		3 657,32	
Suoritettavat arvonlisäverot	<u>-135 274,22</u>	<u>-133 627,36</u>	<u>-140 535,01</u>	<u>-136 877,69</u>
TILIKAUDEN KULUJÄÄMÄ		-2 227 885,91		-2 104 424,94
		=====		=====

Tase

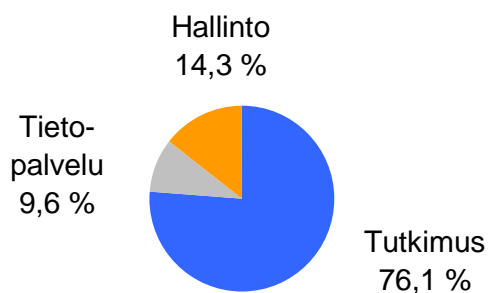
VASTAAVAA	31.12.2003		31.12.2002	
KÄYTTÖOMAISUUS JA MUUT PITKÄAIKAISET SJOITUKSET				
AINEETTOMAT HYÖDYKKEET				
Aineettomat oikeudet	29 341,00	29 341,00	33 379,00	33 379,00
AINEELLISET HYÖDYKKEET				
Koneet ja laitteet	86 962,00		120 272,00	
Kalusteet	10 424,00	97 386,00	18 686,00	138 958,00
KÄYTTÖOMAISUUS JA MUUT PITKÄ- AIKAISET SJOITUKSET YHTEENSÄ		126 727,00		172 337,00
VAIHTO- JA RAHOITUSOMAISUUS				
LYHYTAIKAISET SAAMISET				
Myyntisaamiset	194 930,29		300 909,45	
Siirtosaamiset	17 587,05		29 159,07	
Ennakkomaksut	1 686,31	214 203,65	1 203,54	331 272,06
RAHAT,PANKKISAAMISET JA MUUT RAHOITUSVARAT				
Kassatili	108,15	108,15	158,60	158,60
VASTAAVAA YHTEENSÄ		341 038,80		503 767,66
		=====		=====
VASTATTAVAA				
OMA PÄÄOMA				
VALTION PÄÄOMA				
Edellisten tilikausien pääoman muutos	76 053,69		-187 327,06	
Pääoman siirrot	2 031 523,93		2 367 805,69	
Tilikauden tuotto-/kulujäämä	-2 227 885,91	-120 308,29	-2 104 424,94	76 053,69
VIERAS PÄÄOMA				
LYHYTAIKAINEN				
Ostovelat	64 093,60		58 580,71	
Tilivirastojen väliset tilitykset	45 138,98		48 737,27	
Edelleen tilittävät erät	31 654,77		35 974,28	
Siirtovelat	317 159,74		284 421,71	
Muut lyhytaikaiset velat	3 300,00	461 347,09	0,00	427 713,97
VIERAS PÄÄOMA YHTEENSÄ		461 347,09		427 713,97
VASTATTAVAA YHTEENSÄ		341 038,80		503 767,66
		=====		=====

HENKILÖSTÖ

Tuloksellisen toiminnan edellytyksiä ovat hyvin toimiva johto ja tyytyväinen henkilöstö. Lähtökohtana ovat mielekkäät tehtäväkokonaisuudet ja mahdollisuudet oman osaamisen kehittämiseen.

Kuluttajatutkimuskeskus panostaa vahvasti tutkimukseen. Tehdyistä henkilötyövuosista 76 % kohdistui tutkimustoimintaan. Työpanoksesta puolestaan 10 % käytettiin kuluttajatutkimuksen tiedonvälitykseen ja tietopalveluun.

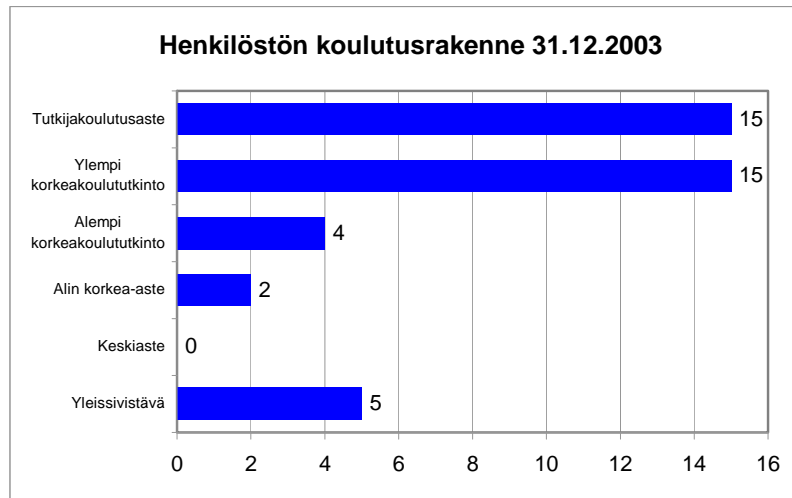
Henkilötyövuosien jakautuminen



Koulutuksella vahvistetaan tutkimusta

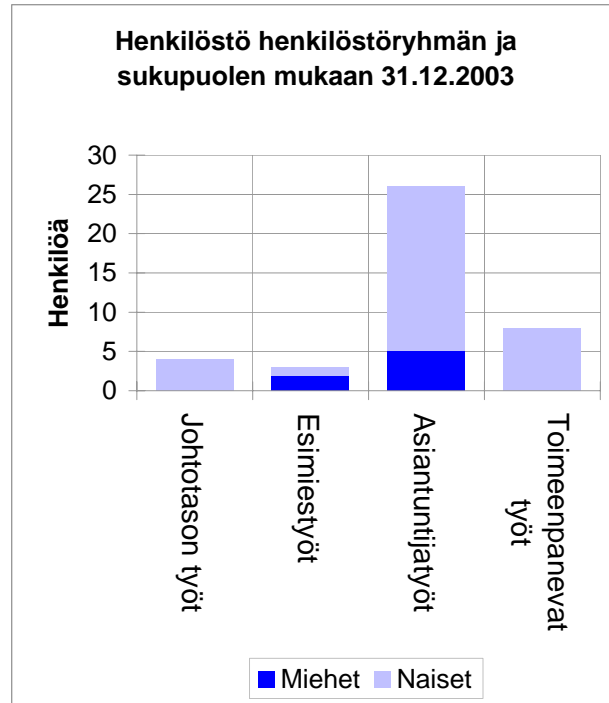
Kuluttajatutkimuskeskuksen henkilöstö on korkeasti koulutettua. Henkilöstöstä 37 % on lisensiaatti- tai tohtorintutkinnon suorittaneita. Kouluttautuminen ja osaamisen ylläpito jatkui vuonna 2003. Tutkimuskeskus tukee uuden tutkijasukupolven kasvattamista. Yksi henkilö suoritti tohtorin- ja yksi lisensiaattitutkinnon ja seitsemän muuta tutkijaa jatkoi tutkijakoulutusopintoja. Yksittäiset tutkijat ovat osallistuneet lisäksi omien tieteenalojensa laitosten jatko-opiskelijoille tarkoitetuille kursseille.

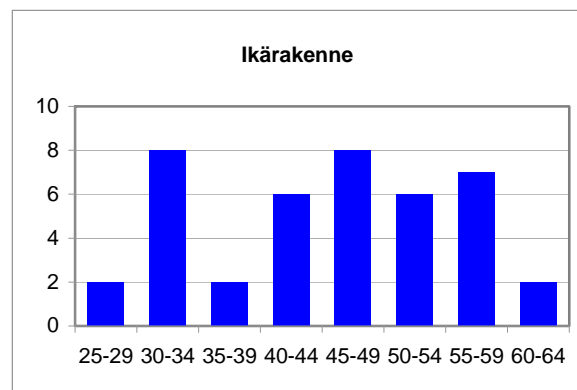
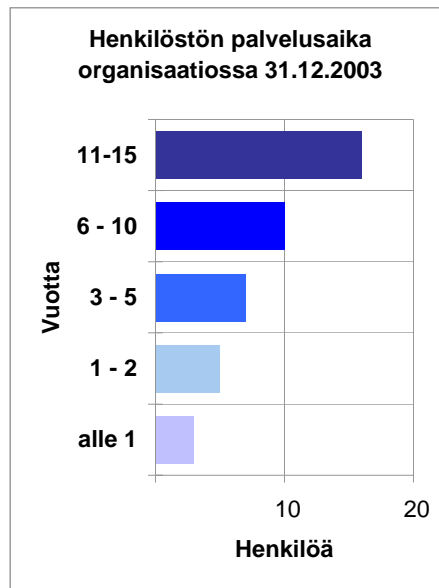
Tutkimuskeskuksessa työskenteli kolme valtionhallinnon korkeakouluharjoittelijaa. Lisäksi Kuluttajatutkimuskeskus tukee omaan tutkimusohjelmaan temaattisesti liittyvien opinnäytetöiden edistymistä tarjoamalla ohjausta, tutkimusaineistoja tai julkaisukanavan opinnäytetöiden lyhennelmille. Koko henkilöstö osallistui muuhun koulutukseen 179 työpäivää eli 4,3 pv/htv.



Henkilöstömäärä pysynyt ennallaan

Tutkimuskeskus on naisvaltainen organisaatio. Vuoden lopussa tutkimuskeskuksessa työskenteli 41 henkilöä, joista 34 oli naisia. Henkilöstöstä oli virkasuhteisia 31 ja työsopimussuhteisia 10. Vakituksia henkilöstöstä oli 27 eli 66 % prosenttia. Kolme henkilöä vakinaistettiin vuoden aikana.





Henkilöstön hyvinvointi on tutkimuskeskuksen kulmakivi

Henkilöstön henkinen hyvinvointi ja jaksaminen ovat tutkimuskeskuksen kulmakiviä. Tutkimuskeskus tarjosi henkilöstölle työkykyä ylläpitäviä liikuntapalveluita ja virkistystoimintaa sekä tuki työpaikkaruokailua. Edellisenä vuonna Aslak-kuntoutuksessa olleet osallistuivat seuranta-jaksoon.

Henkilöstön työtyytyväisyys selvitettiin edellisten vuosien tapaan valtiovarainministeriön työtyytyväisyysbarometrilla. Työtyytyväisyys oli parempi kuin vertailukohteina olleissa muissa tutkimuslaitoksissa ja valtion organisaatioissa vuonna 2002. Vuoteen 2002 verrattuna tuloksissa on vain vähäisiä muutoksia.



Vakituinen henkilöstö

Kilpiö Eila	MML, VTM, professori, johtaja
Aalto Kristiina	MML, tutkija
Aalto-Setälä Ville	KTT, tutkimuspäällikkö (osa-aikainen 1.9. alkaen)
Aatola Leena	MMM, erikoistutkija
Hallman Hannele	MMT, dosentti, kehitysjohtaja
Hyvönen Kaarina	MML, tutkija
Järvinen Raija	KTT, tutkimuspäällikkö (virkavapaa)
Koistinen Katri	FM, RI, erikoistutkija
Kuusinen Vesa	VTM, tietohallintopäällikkö
Leskinen Johanna	MMT, M.A., dosentti, tutkimusjohtaja
Luoto Arja	osastosihteeri
Mäkelä Johanna	VTT, tutkimuspäällikkö
Niiranen Eija	tietopalvelusihteeri
Nikkilä Marita	ekonomi, tutkija
Pantzar Mika	KTT, dosentti, tutkimuspäällikkö
Perälä Liisa	MMM, viestintäjohtaja
Pohjoisaho Taina	HSO-sihteeri, tiedottaja
Pullianen Annukka	koti- ja laitostalouden opettaja, tutkimusassistentti
Pylvänäinen Erja	MMM, tutkimusassistentti
Saarinen Paavo	AOT, tutkija
Salo Tuula	tutkimussihteeri
Sarpiola Terttu	HuK, informaatikko
Soini Ritva	kirjastoapulainen
Suhonen Aila	HTK, taloussuunnittelija
Timonen Päivi	MMT, erikoistutkija
Varjonen Johanna	MMT, KtaO, erikoistutkija
Viinisalo Mirja	MMM, tutkija (osa-aikainen 1.8. alkaen)
Virmakari Mirja	tutkimussihteeri

Määräaikainen henkilöstö

Backman Johanna	valt.yo, harjoittelija
Halonen Markus	VTM, erikoistutkija
Heiskanen Eva	FT, erikoistutkija
Isoniemi Merja	ETM, tutkija
Järvelä Katja	MMM, tutkija
Kinnunen Kaisa	YTM, Dr.rer.pol., erikoistutkija
Kivelä Esa	ATK-suunnittelija
Koskinen Ilpo	VTT, professori
Kotro Tanja	FM, erikoistutkija
Kytö Hannu	FT, erikoistutkija
Lehtinen Anna-Riitta	MMM, tutkija
Niva Mari	VTM, tutkija
Oksanen-Särelä Katja	VTM, tutkija
Peura-Kapanen Liisa	MMM, tutkija
Piiroinen Sanna	ETM, tutkija
Repo Petteri	KTT, erikoistutkija
Saastamoinen Mika	VTM, tutkija
Tarkka Minna	TAM, erikoistutkija
Tuorila Helena	YTT, erikoistutkija
Tähtinen Miia	maat.metsät.yo, harjoittelija
Valkama Johanna	maat.metsät.yo, harjoittelija

ORGANISAATIO

Kuluttajatutkimuskeskus on kauppa- ja teollisuusministeriön alainen tutkimuslaitos ja tutkimuspalvelujen tuottaja. Kuluttajatutkimuskeskus on soveltavan kuluttajatutkimuksen asiantuntija yhteiskunnassa ja osa kansallista tutkimusverkostoa.

Visio

Kuluttajatutkimuskeskus tekee yhteiskunnallisesti merkittävää ja laadukasta kuluttajatutkimusta.

Toiminta-ajatus

Kuluttajatutkimuskeskus tuottaa ja välittää tutkimustietoa, jonka avulla edistetään kuluttajien ja kotitalouksien hyvinvointia ja vaikutusmahdollisuuksia, vahvistetaan kuluttajien ja elinkeinoelämän yhteistyötä ja markkinoiden toimivuutta sekä edistetään käyttäjälähtöistä teknologiaa ja tuotekehitystä.

Organisaatiopuu



Organisaation kehittäminen

Organisaation kehittämistä on jatkettu aktiivisesti. Toiminnan organisoimista ja kehittämistä jatkettiin edellisen vuoden linjausten pohjalta. Työjärjestystä tarkennettiin tutkimusjohdon ja tietohallinnon organisoitumisen osalta. Palkkausjärjestelmän uudistamistyötä jatkettiin aktiivisesti. Työmarkkinalaitoksen kanssa käytiin valmistelevat neuvottelut. Ensimmäinen tarjous jätettiin järjestöille joulukuussa. Vuoden lopussa päivitettiin henkilöstön vaativuus- ja suoritusarvioinnit. Tiedot toimitettiin VPL-järjestelmään.

Henkilöstöpoliittisen ohjelman valmistelua varten tehtiin työpaikkaselvitys yhteistyössä työterveyshuollon kanssa. Lisäksi valmisteltiin työsuojelun toimintaohjelmaa, päihdeohjelmaa ja etätyötä koskevat periaatteita ja sopimuksia liitettäväksi henkilöstöpoliittiseen ohjelmaan. Toimintavuoden lopulla käynnistettiin ohjelman perustaksi tarvittava keskustelu toimintakäytännöistä ja arvoista.

Toimintavuoden aikana laadittiin Kuluttajatutkimuskeskukselle tietohallintostrategia ja sen toteutumista seuraamaan perustettiin tietohallinnon johtoryhmä.

Johtokunta

Toimintaa ohjaa ja valvoo johtokunta. Toimintavuonna johtokunnassa käsiteltiin tutkimuskeskuksen lyhyen ja pitkän aikavälin kehittämissuunnitelmia, resursseja sekä ajankohtaisia tutkimus- ja kehittämishankkeita. Lisäksi keskusteltiin uuden palkkausjärjestelmän kehittämisestä, tietohallintostrategian laadinnasta, kuluttajapolitiittisen ohjelman valmistelutilanteesta ja Kuluttajatutkimuskeskuksen alueellistamismahdollisuuksista. Johtokunta kokoontui kuusi kertaa.

Johtokunnan kokoonpano

Puheenjohtaja

- talousneuvoston pääsihteeri Seppo Leppänen, Talousneuvoston sihteeristö, valtioneuvoston kanslia

Varapuheenjohtaja

- kaupallinen neuvos Ilkka Cantell, KTM

Jäsenet

- kehittämisspäällikkö Anita Ahlfors-Friman, YM
- professori Visa Heinonen, Helsingin yliopisto
- professori Jukka Kemppinen, Helsinki Institute for Information Technology
- johtaja Eila Kilpiö, KTK
- erikoistutkija Johanna Varjonen, KTK

Johtokunnan sihteerinä toimi viestintäjohtaja Liisa Perälä, KTK.

Johtajan apuna asioita valmistelevana elimenä on toiminut johtoryhmä:

- johtaja Eila Kilpiö, puheenjohtaja
- kehitysjohtaja Hannele Hallman
- tutkimusjohtaja Johanna Leskinen
- viestintäjohtaja Liisa Perälä, sihteeri

Tutkimustoiminnan strategisesta kehittämisestä ja johtamisesta on vastannut tutkimusjohto:

- johtaja Eila Kilpiö, puheenjohtaja
- tutkimusjohtaja Johanna Leskinen, sihteeri
- tutkimuspäällikkö Ville Aalto-Setälä, 31.7.2003 saakka
- erikoistutkija Kaisa Kinnunen, 1.8.2003 alkaen
- tutkimuspäällikkö Johanna Mäkelä
- tutkimuspäällikkö Mika Pantzar

Tietohallinnon strategisesta kehittämisestä on vastannut tietohallinnon johtoryhmä:

- johtaja Eila Kilpiö, puheenjohtaja
- kehitysjohtaja Hannele Hallman
- viestintäjohtaja Liisa Perälä
- erikoistutkija Petteri Repo
- tietohallintopäällikkö Vesa Kuusinen, sihteeri
- ulkopuolisena asiantuntijana konsultti Juha Alasuvanto



KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS
PL 5 (KAIKUKATU 3)
00531 HELSINKI
PUH. (09) 77 261
FAKSI (09) 7726 7715
www.kuluttajatutkimuskeskus.fi
tiedotus@kuluttajatutkimuskeskus.fi