

TOIMINTA- JA TALOUSSUUNNITELMA 2008–2011

SISÄLLYSLUETTELO		sivu
1	TIIVISTELMÄ	2
2	YLEISTÄ	3
2.1	Toiminta-ajatus	3
2.2	Arvot	3
2.3	Visio	3
2.4	Strategiakytkenät	4
3	TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOKSET	7
4	TOIMINTALINJAUKSET	8
4.1	Yhteiskunnallinen vaikuttavuus	8
4.2	Toiminnallinen tuloksellisuus	9
4.2.1	Tutkimustoiminta	9
4.2.2	Viestintä ja tietopalvelu	10
4.2.3	Hallinto	10
4.2.4	Tuottavuutta edistävät toimenpiteet	10
4.3	Henkisten voimavarojen hallinta ja kehittäminen	11
4.4	Resurssisuunnitelmat	12

1 TIIVISTELMÄ

Kuluttajatutkimuskeskuksen perustehtävänä on tuottaa ajankohtaista tutkimustietoa kulutusyhteiskunnan, kuluttajakäyttäytymisen ja markkinoiden muutos- ja riskitekijöistä. Sen vastuulla on myös kansallisen kulutustutkimusta koskevan tiedon välittäminen.

Kuluttajatutkimuskeskus toimii kauppa- ja teollisuusministeriön tulosohjauksessa.

Tutkimuskeskus palvelee ennen muuta yleistä kuluttaja- ja yhteiskuntapolitiikan kehittämistä perimmäisenä tavoitteena kuluttajien hyvinvointi. Visiossa vuoteen 2011 keskeisenä pyrkimyksenä on viedä kuluttajanäkökulma yhteiskunnallisen päätöksenteon keskiöön. Tutkimus- ja asiantuntijatietoa tuotetaan paitsi kauppa- ja teollisuusministeriön tehtäväalueelle myös muille hallinnonaloille. Tuote- ja palvelumarkkinoilla tapahtuva nopeatempoinen tuotekehitys samoin kuin kansainvälisen ja sähköisen kaupan kasvu edellyttävät käyttäjälähtöisen tutkimustiedon viemistä myös osaksi innovaatiohankkeita. Tutkimuskeskus tukee yritysten tuotekehitystä osallistumalla mm. Tekesin rahoittamiin konsortiohankkeisiin. Tutkimustiedon hyödyntäjiin kuuluvat edelleen mm. kuluttaja- ja kotitalousalan oppilaitokset, neuvontaorganisaatiot, järjestöt ja myös yksityiset kuluttajat.

Tutkimuskeskuksen edustajat toimivat aktiivisesti myös pohjoismaisilla ja EU-foorumeilla niin tutkimushankkeissa kuin asiantuntijoina kehittämishankkeissa.

Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimusstrategiassa painotetaan monitieteistä tutkimusta, joka perustuu yhteiskunta- ja käyttäytymistieteiden osa-alueiden monipuoliseen ja laaja-alaiseen yhdistämiseen. Keskeisenä laadun takeena on tutkimuksen tieteellinen taso ja osallistuminen kansainvälisille tutkimusfoorumeille. Tutkimuksen suuntaamista palvelevat kehitysareenat, jotka kytkeytyvät tiiviisti tutkimuskeskuksen perusalueisiin ja toimintaryhmiin. Niiden tavoitteena on tuottaa entistä kekseliäämpiä ja laadukkaampia tutkimus- ja tiedonvälityspalveluja. Tutkimuksissa vahvistetaan osaavien kuluttajien aktiivisuutta uuden kuluttajapoliittisen tiedon tuottajina. Kehitysareenat osallistuvat myös hankkeiden arviointiin sekä tutkimustulosten vaikuttavuuden edistämiseen.

Viestintää kehitetään julkaisu- ja sidosryhmäyhteistyötä uudistamalla. Tutkimustulosten tuotteistaminen ja innovatiivinen välittäminen tiedotusvälineille ja muille käyttäjille sekä Kultu- tietokantojen ylläpito ja kehittäminen takaavat koko maassa tuotetun kulutustutkimusta koskevan tiedon leviämisen laajalle verkostolle.

Henkilötyövuosien määrä on vakiintunut noin 40 htv:n tasolle. Julkisen talouden tuottavuustavoitteet edellyttävät panoksen vähentämisen kuitenkin 38 henkilötyövuoteen vuoteen 2011 mennessä. Henkilöstö on korkeasti koulutettua, valtaosa tutkijoista on saanut tutkijakoulutuksen. Henkilöstöstrategia perustuu työsuhteiden jatkuvuuden varmistamiseen projektirahoituksen turvin. Yhteistyön lisääminen, nuoren tutkijasukupolven kouluttaminen, haastavat työnkuvat ja tehtäväkierto sekä työhyvinvointia parantavat hankkeet painottuvat henkilöstöpolitiikassa. Henkilöstön keski-ikä on varsin korkea ja sen myötä ikäjohtamisen haasteet kasvavat.

Kuluttajatutkimuskeskus on nettobudjetoitu virasto. Noin 30 % toimintamenoista katetaan ulkoisella tulo-rahoituksella, keskeisimmin eri ministeriöiden, Tekesin ja Suomen Akatemia myöntämällä rahoituksella. Rahoitus on yhteishankerahoitusta. Maksullisen palvelutoiminnan osuus on marginaalista. Julkisen talouden tuottavuustavoitteet näkyvät myös budjettirahoituksen kohdistuvina leikkauksina. Tuottavuutta parannetaan varmistamalla tutkimuksen relevanssi ja laatu sekä terävöittämällä viestintää. Sähköisten tietojärjestelmien uudistaminen, kaikkien toimintojen, työnkuvien ja menolajien kriittinen tarkastelu, kilpailutus ja ostopalvelujen käyttö lisäävät osaltaan tuottavuutta. tutkimuskeskus osallistuu hallinnonalan palvelukeskushankkeeseen tavoitellen myös yhteistyössä Kuluttajaviraston kanssa ulkoistamisen kautta saatavia etuja.

2 YLEISTÄ

2.1 Toiminta-ajatus

Kuluttajatutkimuskeskus tutkii, ennakoi ja tunnistaa kulutusyhteiskunnan, kuluttajakäyttäytymisen ja markkinoiden muutos- ja riskitekijöitä sekä välittää kulutustutkimustietoa.

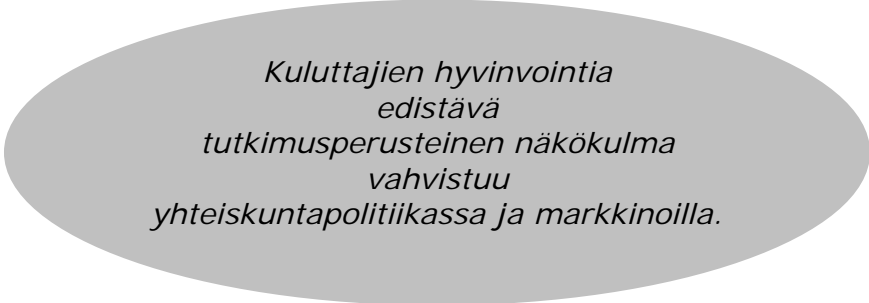
2.2 Arvot

Kuluttajatutkimuskeskus korostaa toiminnassaan seuraavia arvoja:

- asiantuntemus ja osaaminen
- yhteistyö organisaation sisällä ja sidosryhmien kanssa
- luovuus, vastuullisuus ja riippumattomuus
- avoimuus, kannustavuus ja erilaisuuden hyväksyminen työyhteisössä

2.3 Visio

Tutkimuskeskuksen strategia uudistettiin vuoden 2005 aikana yhteistyössä kauppa- ja teollisuusministeriön kanssa kuullen myös laajaa joukkoa sidosryhmiä.



*Kuluttajien hyvinvointia
edistävä
tutkimusperusteinen näkökulma
vahvistuu
yhteiskuntapolitiikassa ja markkinoilla.*

Kuluttajatutkimuskeskuksen visio vuoteen 2011

Visio haastaa tutkimuskeskuksen kehittämään ja ylläpitämään sisällöllisesti laaja-alaista tutkimusohjelmaa sekä toisaalta toimimaan tiiviissä yhteistyössä monialaisen sidosryhmäverkoston sekä erilaisten asiakasryhmien kanssa. Kuluttajien hyvinvoinnin rakentumisen ja arkielämän muutosten ymmärtäminen edellyttää monitieteistä tutkimusotetta. Noin 30 tutkijan tutkimuslaitoksessa vision toteuttaminen haastaa tutkimusryhmiä uudistamaan osaamistaan. Toimintaa tulee myös keskittää priorisoituihin teemoihin. Usean vuoden kestävät, vuosittain arvioitavat ja projekteittain täydentyvät tutkimuksen painoalueet ohjaavat toiminnan suunnittelua sekä syventävät tutkimusosaamista ja asiantuntemusta. Uudistumista ja yhteistyötä vahvistetaan ”Kehitysareenoilla”, jotka toimivat myös foorumeina arvioida tulosten vaikuttavuutta.

Kuluttajien hyvinvoinnin sisältöön ja rakentumiseen sekä kotitalouksien toiminnalliseen arkeen liittyvä toimintaympäristön ja markkinoiden muutos sekä kuluttajalähtöinen tuotekehitys ja innovaatiot ovat tutkimuskeskuksen keskeisintä pysyvää osaamisaluetta. Uuden kuluttajapoliittisen ohjelman myötäisesti tutkimusohjelman painopisteitä ja tutkimusresursseja kohdennetaan erityisesti elintarviketalouden ja ruokavalintojen muutoksiin, sähköiseen kauppaan ja palveluihin, julkisten palveluiden ja markkinoiden toimivuuteen sekä kuluttajien oman talouden hallintaan, turvallisuuteen ja luottamukseen sekä kestäväan asumiseen ja toimivaan elinympäristöön.

Tutkimuskeskus ei voi olla yksin toteuttamassa visiota. Tutkimuksen vaikuttavuus edellyttää yhteistyötä muiden tutkimuslaitosten ja yliopistojen kanssa sekä tutkijoiden keskinäistä yhteistyötä ja verkottumista. Tutkimusyhteistyö painottuu enenevässä määrin jo vakiintuneesta kansallisesta yhteistyöstä kilpailtuihin kansainvälisiin tutkimusohjelmiin ja verkostoihin. Visio asettaa myös haasteen kehittää yhteistyötä tutkimusten hyödyntäjien ja sidosryhmien kanssa. Tutkimuskeskuksella on keskeinen rooli maan ainoana kulutuksen monialaisena substanssitutkimuslaitoksena, uuden tiedon tuottajana ja muiden tuottaman tutkimustiedon välittäjänä. Erilaisten

sidosryhmien tavoittaminen samoin kuin horisontaalihallinnon ja kuluttaja-asioita laajasti palvelevien verkkopalveluiden kehittäminen edellyttävät myös viestintäpolitiikan uudistamista ja jatkuvaa kehittämistä.

2.4 Strategiakytkennät

Kuluttajatutkimus kauppa- ja teollisuusministeriön elinkeinopolitiikan tukena

Kuluttajatutkimuskeskus tukee tutkimus- ja asiantuntijätiedollaan laaja-alaisesti elinkeinopoliittisten linjausten toteutusta ministeriön eri politiikkalohkojen tarpeisiin. Tutkimuksen ja tietopalvelun avulla tuetaan kauppa- ja teollisuusministeriön hallinnonalan innovaatio-, teknologia-, elinkeino-, kuluttaja- ja kilpailupoliittista kehittämistä. Kuluttaja- ja käyttäjälähtöinen tutkimustieto tarjoaa julkiselle sektorille sekä elinkeinoelämälle mahdollisuuden parantaa palvelutuotantoaan sekä asemaansa markkinoilla. Innovatiivisella kehittämisellä on positiivinen vaikutus talouteen, kilpailukykyyn ja työllisyyteen.

Kuluttaja ja kulutus elinkeinopolitiikan ytimessä

Ministeriön elinkeinopolitiikan suuntaviivoissa korostetaan teollisuuden ja palvelutoimialojen tuottavuutta, jonka toteuttamista edesauttavat toimivat markkinat ja tietoisuus kuluttajien tarpeista ja toiveista. Kulutuksen merkitys tuotannon rakennetta ohjaavana tekijänä on kasvanut ja tulee edelleen kasvamaan. On tärkeää tietää, mitä kuluttajat toivovat sekä miten he tekevät valintojaan, rakentavat hyvinvointiaan ja jäsentävät arjen toimintojaan. Näihin kysymyksiin vastataan Kuluttajatutkimuskeskuksen tuottamissa tutkimuksissa.

Kuluttajälähtöisyys on yhä tärkeämpi osa menestyvää yritystoimintaa. Tietoa kuluttajien tarpeista ja toiveista hyödynnetään yrityksissä enenevässä määrin. Kuluttajatutkimuskeskus vastaa tähän tarpeeseen käyttäjälähtöisellä tutkimusotteella, sidosryhmäyhteistyöllä sekä saattamalla tutkimustuloksia yritysten käyttöön.

Elinkeinopolitiikan tärkeänä päämääränä on tukea kotimaisen yritystoiminnan innovatiivisuutta ja kilpailukykyä. Sen onnistumiseksi yritykset tarvitsevat kuluttajia kumppaneina tuotekehityksessä sekä innovaatioiden synnyttäjinä. Kuluttajatutkimuskeskuksessa kehitetyt vuorovaikutteiset työpajat tarjoavat toimivan foorumin yritysten ja kuluttajien väliselle vuoropuhelulle. Kuluttajatutkimuskeskuksella on muutoinkin valmius edesauttaa kuluttajien, julkisyhteisöjen ja yritysten kohtaamista. Tavoitteena on olla aktiivinen uusien tutkimusmenetelmien kehittäjä sekä itsenäisesti että yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa.

Aktiivinen kuluttaja ja toimivat markkinat

Kulutustutkimus tuo esille kuluttajan kriittisen äänen kehittää markkinoiden kilpailullisuutta ja toimivuutta. Kuluttajien käyttäytyminen on yhteydessä elintasoon, koulutustasoon, kulttuurisiin ja eettisiin arvoihin. Sosioekonomisten ja arvoperusteisten tekijöiden muuttuessa kuluttajien käyttäytyminen ja kulutus muuttuvat. Toisaalta, etenkin vapaa-ajan toimintoihin liittyen perinteinen ja moderni kohtaavat mm. puutarhanhoidon, sisustuksen, ruuanlaiton ja liikuntaharrastusten kasvattaessa suosiotaan. Asumisväljyys ja -mukavuus kasvavat ja tuovat uusia vaateita asuinalueiden suunnitteluun. Edellä mainittujen muutosten analysointi ja ymmärtäminen edellyttävät kuluttajälähtöisiä tutkimuksia.

Tuote- ja palvelutarjonnan kasvava monimuotoistuminen vaatii menestyäkseen entistä paremman tuntemuksen kuluttajien tarpeista. Kuluttajien tiivis integroiminen tuotekehitykseen parantaa uusien tuotteiden ja palvelujen kaupallisen menestyksen mahdollisuuksia. Kuluttajien avulla tunnistetaan syntymäisillään olevia käytäntöjä ja uudelleensuunnataan innovaatiotoimintaa sen aikaisissa vaiheissa. Innovaatioiden käyttöönottoa ja käytön muokkaantumista seuraamalla löydetään käytäntöjä, joihin voidaan kehittää uusia kaupallisia tuotteita ja palveluja. Innovaatioiden kaupallinen menestys syntyy kuluttajien hyväksynnästä.

Innovaatiot syntyvät monimutkaisissa vuorovaikutteisissa prosesseissa. Tutkimuslähtöisten ja käyttäjälähtöisten teknologisten innovaatioiden yhdistelmällä voidaan luoda kuluttajille uusia korkealaatuisia tavaroita ja palveluja. Innovaatiotutkimukseen liittyviä tarpeita löytyy mm. muotoilun ja hyvinvointipalveluiden alueilta sekä teknologiaa ja palveluja yhdistämällä. Tärkeitä tutkimuskohteita ovat myös innovaatioiden soveltaminen ja kaupallistaminen, kuluttaja-asiakkaiden ongelmien ratkaiseminen innovaatioiden avulla ja asiakasvuorovaikutuksen kehittäminen tieto- ja viestintäteknologiaa hyödyntäen. Sosiaaliset innovaatiot ja liiketaloudellinen tutkimusote tarjoavat niinkään uusia avauksia innovaatiokeskusteluun. Innovaatioihin liittyvä tutkimus myös johtaa tuotekehitystä laajempaan innovaatio-osaamisen kehittämiseen.

Kuluttajien luottamus on markkinoiden tehokkaan toiminnan edellytys. Kilpailun edistämistä pidetään tärkeänä, koska se kannustaa tuotteiden laadun kasvattamiseen ja edulliseen hinnoitteluun. Tästä huolimatta Suomessa joillain palvelualoilla hintataso on korkea EU-tasoon verrattuna. Tutkimustietoa eri toimialojen kilpailutilanteesta on saatavissa kuitenkin verrattain vähän, vaikka juuri tutkimuksen avulla on mahdollisuus löytää puutteita kilpailun toimivuudessa ja esittää suosituksia kilpailun edistämiseksi.

Toimivien markkinoiden varmistamiseksi alueellinen tutkimus tarjoaa välineitä erilaisten seutukuntien analysointiin ja alueellisten menestystekijöiden tunnistamiseen. Suurena haasteena on lokalisatio- ja globalisaatiokehitys sekä palvelujen viennin ja vientiosaamisen kehittäminen. Tässä kuluttajatutkimus voi toimia palvelukonseptien ja –standardien kehittämisen apuna.

Myös Suomessa markkinat pirstaloituvat yhä pienemmiksi kuluttajasegmenteiksi. Toimivien markkinoiden kannalta on tärkeää, että kullakin segmentillä on riittävä valinnanvapaus sekä mahdollisuus löytää itselleen sopiva palvelutapa esimerkiksi itsepalvelun ja henkilökohtaisen palvelun välillä. Tämä edellyttää, että kuluttajien ulottuvilla on asiallista ja oikeaa informaatiota. Edelleen jakelun toimivuus kuluttajan kannalta on haasteellinen tutkimuskysymys, samoin kuin kasvavien ylellisyys- ja hyvinvointituotteiden ja -palveluiden markkinoiden kehityssuunnat.

Markkinoiden sääntely ohjaa edelleen liiketoimintaa esimerkiksi lääkemarkkinoilla, päivittäistavara-kaupassa, liikenteessä sekä rakentamisessa. Tutkimuksen avulla voidaan pohtia sääntelyn ylläpidon merkitystä tai purkamiseen liittyviä kysymyksiä.

Kestävä kehitys, energia ja ilmasto

Kestävä kehitys ohjaa enenevässä määrin kuluttajan valintoja. Useilla toimialoilla kuten elintarviketuotannossa, rakentamisessa, kaupan ja muiden palveluiden aloilla kestävä kehitys on muodostumassa myös kilpailueduksi. Kestävään kehitykseen liittyy kiinteästi kierrätys ja uusio-käytön tehokkaampi hyödyntäminen. Ilmastomuutos ja muut ekologiset reunaehdot ohjaavat paitsi tavaroiden ja palvelujen valmistusta myös niiden hinnoittelua. Ympäristöön liittyvien kysymysten yhteiskunnallinen merkitys kasvaa ja niin myös tälle alueelle kohdistuvat tutkimustarpeet. Suuria mahdollisuuksia sekä tutkimukselle että tuotekehitykselle avautuu ympäristöosaamisen tuotteistamisessa sekä asumiseen, elinympäristöön ja vapaa-aikaan liittyvien innovaatioiden kehittämisessä.

Energian hintakehitys pakottaa lisäämään tutkimusta, joka liittyy energiainfrastruktuuriin ja kilpailukykyisen energian saantiin. On tärkeää kehittää ekotehokkaita ratkaisuja, jotka kuluttajat ovat valmiit hyväksymään. Tämän lisäksi ympäristö-, energia-, liikennepolitiikan alueilla haasteena on uuden teknologian kehittäminen, kaupallistaminen ja kansainvälistäminen. Eräänä tärkeänä tutkimuskohteena on kallistuvan polttoaineen vaikutus työmatka-, harrastus- ja asiointiliikenteeseen ja sitä kautta yhteiskunnan infrastruktuurin muutostarpeeseen.

Kuluttajatutkimusta muiden hallinnonalojen tarpeisiin, kuluttajapolitiikkaan ja kytkeä EU-tutkimusohjelmiin

Kuluttajatutkimus on luonnostaan horisontaalista ja se palvelee paitsi kauppa- ja teollisuusministeriötä myös muita hallinnonaloja kuten maa- ja metsätalousministeriötä, ympäristöministeriötä, sisäasiainministeriötä, sosiaali- ja terveysministeriötä sekä liikenne- ja viestintäministeriötä. Samalla tutkimus avittaa hallinnonalojen vuoropuhelua ja keskinäistä ymmärrystä sekä integroi toimijatahoja keskenään.

Palvelututkimuksen alueella ikääntyvien arkeen ja kulutukseen kohdistuva tutkimus samoin kuin kuluttajien hyvinvointiin kohdistuva tutkimus sekä hyvinvointibarometrin päivittäminen palvelevat SM:n ja STM:n hallinnonaloja. Palvelujen laatuun ja palvelurakenteisiin kohdistuva tutkimus tuottaa tutkimustietoa laajasti horisontaalihallinnon tarpeisiin. Asiakasosaamisen tutkimus useilla eri palvelumarkkinoilla palvelee mm. LVM:n, KTM:n ja STM:n tarpeita. Kuluttajien talous, kotitaloussektorin tuotannon arviointi ja sektoreiden väliset siirtymät palvelevat VM:n hallinnonaluetta.

Elintarviketalouden ja päivittäistavarakaupan piirissä olennaisia kysymyksiä ovat elintarvikkeiden laatu ja turvallisuus, jotka kytkeytyvät useiden ministeriöiden strategioihin ja kehittämiseen. Kuluttajien elintarvikkeisiin ja elintarviketalouteen kohdistuvia odotuksia tarkasteleva tutkimus tukee lainsäädännön valmistelutyötä. Kuluttajapoliittisessa ohjelmassa sekä eri ministeriöiden hallinnonaloilla ovat kiinnostuksen kohteina mm. kuluttajien luottamus, kuluttajien taloudellinen turvallisuus sekä vastuullisen kulutuksen edistäminen. Ministeriöissä myös korostetaan riittävää tietopohjaa kuluttajien päätösten tueksi.

Käyttäjälähtöisten innovaatioiden alueella palvelee ympäristöhallintoa sekä viestintäministeriön päätöksentekoa kestävään yhteiskunta- ja tietoyhteiskuntakehitykseen liittyvillä tutkimushankkeilla. Tutkimus verkottuu tiiviisti kansalliseen innovaatiopolitiikkaan erityisesti uusien palvelujen kaupallistamiseen liittyvissä kysymyksissä. Kuluttajapoliittisesti palvelee kuluttajien luottamuksen lisäämistä tietoyhteiskunnan palveluihin ja vastuullisen kulutuksen edistämistä suhteessa ympäristöön.

Menossa oleva 2002-2006 EU:n kuluttajapoliittinen ohjelma on saanut varsin "juridisia" tulkintoja ja instrumentteja. Tavoitteena on "Knowledge based" politiikan tekeminen, mikä korostaa tutkimuksen asemaa politiikanteon työvälineenä. KTK nostaa omalla toiminnallaan niin kotimaassa kuin EU:nkin tasolla tärkeitä kuluttajapoliittisia kysymyksiä tutkimuksen keskiöön ja on tiiviissä vuorovaikutuksessa pohjoismaisen kuluttajatutkimusverkoston kanssa. EU:n seitsemännen puiteohjelman valmistelu ja hankehaut tehdään tiiviissä yhteistyössä mm. pohjoismaisten tutkimusverkostojen kanssa. Erityisesti ruokailuun, ruokatottumuksiin sekä ruoan ja terveyden välistä yhteyttä luotaaviin tutkimuksiin esitetään projektihakuja korostaen erityisesti kuluttajien näkökulmaa. Myös ylivelkaantumiseen, velkaongelmiin ja kuluttajien talouden vakauteen liittyvien kysymysten pohjalta tehdään tutkimusyhteistyötä EU:n tutkimusverkostoissa. Kuluttajien hyvinvoinnin rakentuminen, mittaaminen ja tyytyväisyys ovat nousseet EU:n kuluttajapoliittisessa keskustelussa keskiöön.

3 TOIMINTAYMPÄRISTÖN MUUTOKSET

3.1 Kulutusyhteiskunnan kehityssuunnat

Kulutustutkimuksen ja tutkimuskeskuksen toimintaympäristöön ja tutkimustarpeisiin vaikuttavat monet suomalaisen yhteiskuntakehityksen suuret aallot. Rakennemuutoksen keskeisinä muutosvoimina ovat markkinoiden avautuminen ja globalisaatio, ikääntyminen ja sen myötä väestön rakennemuutokset, kansakunnan vaurastuminen ja toisaalta eri väestöryhmien eriarvoistuminen, kulutusmuutokset sekä kuluttajakäyttäytymisen yksilöllistyminen. Muutokset ovat johtaneet monilla foorumeilla arviointeihin hyvinvointivaltion rakenteista sekä julkista palvelujärjestelmistä ja niiden rahoituksesta. Keskeisinä edellytyksinä tulevaisuuden haasteista selviämiseksi nähdään osaamisen kasvattaminen sekä innovaatiokyvyn uudistaminen.

Muutokset edellyttävät kuluttajakysymysten aiempaa vahvempaa huomioonottamista yhteiskunnallisessa päätöksenteossa. Tämän vuoksi kuluttajatutkimuksen kysynnän ja hyödyntämisen arvioidaan kasvavan. Kansallisen vision keskiöön sekä keskeiseksi yhteiskuntapoliittiseksi päämääräksi on monissa yhteyksissä nostettu kansalaisten arkielämä ja sen syvempi ymmärtäminen. Visioissa korostetaan kansalaisten oman elämän hallintaa ja vastuunottoa, joita voidaan tukea informaatiolla ja kannustimilla. Kuluttajatutkimus ei tyydy ainoastaan kuluttajien itsensä voimaannuttamiseen, vaan tuottamaan uutta tietoa osaavaan elinkeinotoimintaan sekä uudistuvaan yhteiskunnalliseen keskusteluun ja palvelutuotantoon.

Tutkimuksen toimintaympäristöstä voidaan poimia useita muutostrendejä, joita tulevaisuudessa tutkimusohjelmissa tullaan painottamaan ja käsittelemään:

- tuote- ja palvelumaailma: teknistyminen, innovaatiot, palveluiden keskeisyys, runsaus, erilaistuminen ja alkuperä
- markkinoiden toimivuuden maailma: globalisaatio, kansainvälinen kauppa, sähköiset markkinat, kaupan rakenne, yhdyskuntarakenne ja aukioloajat
- kulutuksen ja tuotannon ympäristövaikutukset: tiedontarve, ympäristövastuu ja eettisyys
- kuluttajana selviäminen: talouden hallinta, uudet riskit, vanhukset ja muut kuluttajaryhmät
- kulutuksen ja hyvinvoinnin rakennemuutokset: hyvinvoinnin sisältö ja jakautuminen, polarisaatio, arjen sujuvuus, ajan riittävyys ja jaksaminen
- kuluttajien aktivoituminen: osaamisen ja tiedon kasvu, halu vaikuttaa, innovatiivisuus

3.2 Tutkimuslaitoksiin ja rahoitusjärjestelmään kohdistuvat haasteet

Tutkimuksen kysynnän ja sisältömuutosten lisäksi kansallinen innovaatiojärjestelmä sekä tutkimuslaitosten rakenne ovat voimakkaiden muutosten edessä.

Tutkimuskeskuksen strategiaa tulee sopeuttaa julkisen talouden tuottavuusohjelman vaatimusten myötäisesti. Budjettirahoituksen supistuessa haasteena on entistä kattavamman omaraahoitusosuuden varmistaminen, jotta toiminnan laatu ja volyymi kyetään pitämään yllä sekä vastaamaan kysyntään ja sidosryhmien odotuksiin. Tiede- ja teknologianeuvoston johdolla valmistettava tutkimuksen rakenneuudistus saattaa myös tuoda suuria organisatorisia muutoksia myös kuluttajatutkimuksen kenttään, resursseihin ja hallintoon.

Taloudellisiin toimintaympäristömuutoksiin tutkimuskeskus varautuu tiivistämällä tutkimusohjelmaansa, tekemällä entistä tiiviimpää yhteistyötä muiden tutkimuslaitosten kanssa sekä hankkiutumalla hankehauissa konsortioyhteistyöhön kansallisten ja kansainvälisten tutkimus- ja tiedeyhteisöjen kanssa.

4 TOIMINTALINJAUKSET

4.1 Yhteiskunnallinen vaikuttavuus

Kuluttajatutkimuskeskuksen yhteiskunnallinen vaikuttavuus näkyy perimmiltään kuluttajien hyvinvointina. Ehtoina sen saavuttamiseksi ja samalla tutkimuskeskuksen itsensä vaikutettavissa oleviksi strategisiksi tavoitteiksi on vuoteen 2011 mennessä asetettu seuraavat tavoitteet:

Kuluttajanäkökulma on yhteiskunnallisen päätöksenteon ja sidosryhmäyhteistyön ydinainesta.

Tutkimuskeskus on kansallisesti kilpailukykyinen ja kansainvälisesti tunnustettu tutkimuslaitos omalla osaamisalueellaan.

Tutkimuskeskus on kuluttajatutkimuksen tiedonvälityksen edelläkävijä.

Kuluttajatutkimuskeskuksen strategiset tavoitteet

Strategiset yhteiskunnalliset vaikuttavuustavoitteet edellyttävät tutkimuskeskuksen toiminnan suunnittelulta, ohjaukselta, resursoinnilta ja koko toiminnalta kriittisten menestystekijöiden tunnistamista ja täyttämistä.

Tavoite *kuluttajanäkökulma on yhteiskunnallisen päätöksenteon ja sidosryhmäyhteistyön ydinainesta* edellyttää

- kuluttaja-asioiden ennakoitua ja osaamisen vahvistamista horisontaalipolitiikassa
- kuluttajatutkimustiedon saattamista hallinnonalan kuluttaja-, kilpailu-, elinkeino- ja innovaatiopolitiikan lähtökohdaksi
- käyttäjänäkökulman vahvistamista markkinoilla ja elinkeinoelämässä.

Tavoite *tutkimuskeskus on kansallisesti kilpailukykyinen ja kansainvälisesti tunnustettu tutkimuslaitos omalla osaamisalueellaan* edellyttää

- tutkimushankkeiden systemaattista, vuorovaikutteista valmistelua
- ennakoitukykyä ja aloitteellisuutta kansallisten ja kansainvälisten tutkimusohjelmien valmistelussa
- kansallista ja kansainvälistä verkottumista
- tutkimusten tieteellisen tason nostoa ja arviointia.

Tavoite *tutkimuskeskus on kuluttajatutkimuksen tiedonvälityksen edelläkävijä* edellyttää

- infrastruktuurin tarvitsemia resursseja ja osaamista
- ajantasaisia ja uudistuvia tietojärjestelmiä
- uusia palvelukonsepteja ja räätälöityjä palveluita.

4.2 Toiminnallinen tuloksellisuus

4.2.1 Tutkimustoiminta

Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimusstrategiassa painotetaan monitieteistä tutkimusta, joka perustuu yhteiskunta- ja käyttäytymistieteiden osa-alueiden monipuoliseen ja laaja-alaiseen yhdistämiseen. Monitieteisyyden avulla tutkittavia ilmiöitä tarkastellaan toisiaan täydentävästä näkökulmasta. Tämä edellyttää tutkimusryhmien yhteistyötä ja myös entistä tiiviimpää verkottumista muiden tutkimuslaitosten sekä yliopistojen kanssa.

Vision 2011 mukaisesti tutkimuskeskusta kehitetään edelleen kansallisesti ja kansainvälisesti kilpailukykyiseksi laadukasta tutkimusta tekevänä ja ajankohtaiseen tutkimuskysyntään vastaavana asiantuntijalaitoksena. Tutkimushankkeissa vahvistetaan kansallisen ja kansainvälisen tarkastelun dynamiikkaa ja keskinäistä vuorovaikutusta. Tutkimuskeskus vastaa myös toimialaansa liittyviin kotimaisiin ja ulkomaisiin tutkimus- ja selvityspyyntöihin. Tutkimuskeskuksen vahvistunutta asemaa sekä vastuuta tiedeyhteisössä ilmentää siirtyminen tutkimuspartnerin roolista tutkimushankkeiden ja konsortioidenvastuulliseksi koordinaattoriksi. Kuluttajiin liittyvien tutkimuskysymysten kansainvälistyminen ja integroituminen EU:n tutkimusohjelmiin lisäävät myös yhteistyötä kansainvälisellä tasolla.

Tutkimusstrategiassa korostuu tutkimuksen tieteellinen taso. Tason varmistamiseksi tutkimuskeskus suuntautuu tieteelliset kriteerit täyttävään tutkimukseen. Tutkimushenkilöstön korkea koulutustaso (yli puolella tutkijoista on tutkijakoulutus, lisensiaatin- tai tohtorintutkinto) ylläpidetään edistämällä nuorten tutkijoiden ammattitaitoa sekä tukemalla kansainvälistä tutkijavaihtoa ja post doc -opintoja ulkomailla akateemisten rahanhakujen yhteydessä. Kouluttautumista tukevat myös tutkimustyöhön ja opintoihin liittyvien oppikirjojen, metodioppaiden ja käsikirjojen tuottaminen. Uudet rekrytoinnit kohdistetaan tutkijakoulutuksen saaneisiin henkilöihin.

KTK:n monitieteisissä tutkimusryhmissä vahvistetaan tiimityöskentelyä, vuorovaikutteisuutta, ja työssä oppimista. Tutkijoita kannustetaan yhteistyöhön ryhmien välillä sekä muiden tutkimuslaitosten kesken. Tutkijoita kannustetaan edelleen julkaisemaan tutkimustuloksiaan kansainvälisissä julkaisusarjoissa ja osallistumaan kansainväliseen akateemiseen keskusteluun. Samalla vahvistetaan tutkijoiden kysyntää asiantuntijoiksi kansainvälisiin työryhmiin. Tutkimuskeskus järjestää kansallisia ja kansainvälisiä tieteellisiä seminaareja sekä sidosryhmätilaisuuksia säännöllisesti.

Kehitysareenoita perustetaan edelleen määrääjäksi. Kehitysareenan lähtökohtana voivat olla mm. uudet kulutusilmiöt, trendit ja jännitteet kulutuksessa. Kehitysareenat kytkeytyvät tiiviisti tutkimuskeskuksen perusalueisiin ja toimintaryhmiin ja niiden tavoitteena on tuottaa entistä kekseliäämpiä ja laadukkaampia tutkimus- ja tiedonvälityspalveluja. Areenat ovat investointeja tulevan tutkimuksen ja kehittämisen suuntaamiseksi. Kehitysareenoita on käynnissä vuosittain maksimissaan kolme. Vuosille 2008–2011 on alustavasti ideoitu seuraavia uusia kehitysareenoja, joiden konkreettiset substanssiteemat täsmentyvät myöhemmin:

- tutkimusmenetelmien kehittäminen
- tutkimuskeskuksen koordinoiman kansainvälisen tutkimushankkeen valmisteleminen.

Tutkimustoiminnan vaikuttavuutta ja tuloksellisuutta arvioidaan ja mitataan osallistumalla VTT:n VALO-hankkeeseen sekä yhteistyössä ministeriön kanssa vuosina 2006-2007 kehitettyjen kvantitatiivisten ja kvalitatiivisten mittareiden avulla.

4.2.2 Viestintä ja tietopalvelu

Kuluttajatutkimuskeskus on kehittänyt ja ylläpitänyt vuodesta 1992 lähtien KULTU-tietokantoja. Niiden kautta välitetään tietoja Suomessa tuotetusta kuluttajatutkimuksesta. Tietopalvelun kehittämistyö suuntautuu edelleen KULTU-tietokantojen käytön helpottamiseen, sisällön- ja rakenteiden kehittämiseen sekä laajentamiseen uusilla palveluilla. Tietokantojen käyttöä ja tutkimustulosten välittämistä verkon ja uusien viestintäkanavien kautta parannetaan edelleen (wap, digiTV).

Uusia, sähköisiä säännöllisin väliajoin tuotettavia tuotteita ja palveluita kehitetään erilaisten asiakkaiden tarpeisiin. Lisäksi edistetään viestintäverkkojen dynaamista hyväksikäyttöä.

4.2.3 Hallinto

Hallinto- ja tukipalvelutehtävien sujuva, tehokas hoitaminen edellyttää sähköisten tietojärjestelmien käyttöönottoa ja kehittämistä. Tavoitteena on, että suunnitelmakauden alussa tietojärjestelmät ovat käytössä myös henkilöstöhallinnon että asiakirjahallinnon tehtävissä. Kehittämistyö tapahtuu Kuluttajaviraston vastuulla.

Järjestelmien kehittämisen rinnalla on käynnissä tuottavuushankkeen mukainen hallinto- ja tukipalveluiden palvelukeskusuudistus erityisesti talous- ja henkilöstöhallinnon peruspalveluiden osalta. Tutkimuskeskuksen tarvitsemat talouden peruspalvelut tuotetaan suunnitelmakaudella joko edelleen Kuluttajaviraston toimesta tai muutoin ulkoistettuina hallinnonalan palvelukeskusuudistuksen mukaisesti. Toteutus päätös tehdään ennen suunnitelmakauden alkua.

Tutkimuskeskus vastaa kuitenkin edelleen talouden suunnittelun, seurannan ja valvonnan samoin kuin projektihallinnon kannalta välttämättömistä, substanssiosaamista edellyttävistä tehtävistä. Samoin tietohallinnon kehittäminen vastaamaan tutkimustyön ja tietopalvelun innovatiivisiin tarpeisiin edellyttää resursointia tutkimuskeskuksen sisällä.

4.2.4 Tuottavuutta edistävät toimenpiteet

Tuloksellisuutta ja taloudellisuutta pyritään lisäämään kaikissa toimintaryhmissä. Tavoitteena on

- vahvistaa osaamista ja uudistumista ydinprosesseissa rekrytointien ja työhyvinvointia edistävien keinoin
- lisätä edelleen yhteistyötä ja verkottumista tutkijoiden sekä tutkimuslaitosten ja yliopistojen kesken
- ohjata henkilöresursseja palvelemaan ydintoimintoja keinoina mm. vuosittainen työnkuvien tarkistus ja uusien rekrytointien yhteydessä tehtäväalueen innovatiivinen suunnittelu
- parantaa toimintaprosesseja sähköisten tietojärjestelmien avulla niin tutkimustiedon välityksessä, viestinnässä kaikkiaan, hallinnossa kuin sisäisessä vuorovaikutuksessa.
- hakea edelleen säästöjä kilpailutuksin, yhteishankinnoin ja ulkoistamalla palvelujen hankintaa.

Toimenpiteiden tulokset näkyvät entistä tehokkaampana työskentelynä ja talouden hallintana. Toimenpiteillä ei ole välittömiä, henkilötyövuosina mitattavia vaikutuksia.

4.3 Henkisten voimavarojen hallinta ja kehittäminen

Tulostavoitteiden saavuttamisen ehtona on motivoitunut ja osaava henkilöstö.

Tutkimuskeskuksen edellytyksiä kilpailla osaavista henkilöistä parannetaan

- vahvistamalla tutkimuskeskusta asiantuntijaorganisaationa
- parantamalla palkkakilpailukykyä ja palkintaa
- parantamalla henkilöstön hyvinvointia sekä
- selkiyttämällä työyhteisön sisäisiä toiminta-käytäntöjä.

Asiantuntemuksen vahvistaminen

Tutkimuslaitoksessa henkilöresurssit ovat kriittisin voimavara. Tutkimusstrategian toteuttamisen kriittinen tekijä on huippuosaamisen keskittyminen pieniin tutkimusryhmiin. Tutkimustoiminta haavoittuu herkästi erikoisosaamista korvaavien resurssien vaihtuessa tai puuttuessa. Nykyinen henkilöstömäärä on välttämätön horisontaalipolitiikassa jatkuvasti kasvavaan tutkimustiedon kysyntään vastaamiseksi. Kehitysareenat ja tutkimusstrategiset linjaukset edellyttävät tutkimusresurssien vahvistamista strategiassa mainituilla teema-alueilla ja kehitysareenoilla.

Kansainvälistymisen haasteet edellyttävät tutkijaosaamisen jatkuvaa kehittämistä ja kilpailukykyä huippututkijoista. Jo nyt tutkimuskeskuksen henkilöstön koulutusindeksi on korkea verrattuna muihin tutkimuslaitoksiin. Osaamistason ylläpitämiseksi tuetaan tutkijoiden jatkokoulutautumista ja tarjotaan menetelmä-, kieli- ja muuta koulutusta. Tutkijoiden osallistuminen kansalliseen ja kansainväliseen post doc -koulutukseen sekä tutkijavaihtoon on erityinen kehittämiskohde Suomen Akatemian linjausten mukaisesti. Lisäksi tutkijoita kannustetaan julkaisemaan tutkimuksia kansainvälisissä tieteellisissä julkaisuissa. Merkittävää on myös työssä oppiminen ja mahdollisuus kehittyä KTK:n sisäisissä tutkimusryhmissä samoin kuin yhteishankkeissa muiden tutkimuslaitosten kanssa.

KTK tukee tutkijoiden ja muun henkilöstön osallistumista ammattitaitoa edistäville tutkimuskeskuksen ulkopuolisille kursseille. Myös sisäistä kurssitoimintaa ja opintopiirejä tuetaan kansainvälisillä foorumeilla julkaisemisen edistämiseksi.

Muulle kuin tutkimushenkilöstölle turvataan mahdollisuus urakehitykseen uusien haasteellisten työtehtävien ja toimenkuvien kautta. Siirtyminen sähköiseen tiedonhallintaan (henkilöstö- ja asiakirjahallinto sekä sisäinen intranet) edellyttää hallinto- ja tukipalveluhenkilöstön aktiivisuutta ja innostuneisuutta uusiin haasteisiin. Osaamista vahvistetaan atk-koulutuksen sekä tarvittaessa ammatillisen täydennyskoulutuksen avulla. Myös hallinnonalan palvelukeskusuudistus tuo osaltaan muutoksia työkuviin. Hallinto- ja tukipalveluiden ollessa jo ulkoistettuina Kuluttajavirastoon merkittäviä henkilöstövähennyksiä tukipalveluissa ei ole mahdollista tehdä.

Palkkauksen, työsuhte-etujen ja hyvinvoinnin parantaminen

Uusi palkkausjärjestelmä otettiin käyttöön marraskuussa 2004. Siirtymäkausi ulottuu vuoteen 2008. Palkkakilpailukykyyn ennustetaan siirtymäkauden päättyessä olevan edelleen suhteessa muihin valtion tutkimuslaitoksiin alhainen (taso noin 85-90 %). Tavoitteena on saada palkkauksellista kilpailukykyä kohentamaan kohdentamalla projektirahoitusta suoritusten myötäisesti. Palkkausjärjestelmän toimivuutta arvioidaan ja tarvittaessa sitä uudistetaan. Siirtymäkauden jälkeen, vuodesta 2009 lähtien suunnitelmissa on käynnistää tulospalkkauksen kehittäminen talouden tila huomioon ottaen.

Henkilöstöstrategiassa painottuvat henkilöstön asiantuntemuksen vahvistaminen ja työsuhteiden turvaaminen. Henkilöstöstrategian kynnyskysymys on em. tutkimuskeskuksen palkkakilpailukyky. Haasteina ovat kansallisten ja kansainvälisten hankkeiden johtamiseen ja tieteelliseen osaamiseen tarvittavien henkilöresurssien varmistaminen sekä tieto-, talous- ja henkilöstöhallinnossa tarvittavan osaamisen varmistaminen ottaen huomioon julkisen talouden tuottavuushankkeet ml. henkilöstöresursseihin kohdistuvat leikkaukset.

Kuluttajatutkimuskeskuksen henkilöstön keski-ikä on edelleen korkeampi kuin muissa sektori- tutkimuslaitoksissa. Haasteet kohdistuvat ikäjohtamiseen sekä työterveyden ylläpitämiseen. Henkilöstön työhyvinvointia edistetään joustavin työaikajärjestelyin sekä etätömahdollisuuksien, työterveyshuollon palvelujen ja liikunta- ja virkistystoiminnan avulla. Työtyytyväisyys- ja työilma- piirikartoitukset sekä palkkausjärjestelmän toimivuuteen liittyvät henkilöstökyselyt tehdään vuosit- tain. Lisäksi hyödynnetään Valtiokonttorin kehittämiä työkaluja parantaa työhyvinvointia edelleen.

Toimintakäytäntöjen ja työnkuvien kehittäminen

Tutkimuskeskus toimi matalan organisaatorakenteen pohjalta. Toimintavastuiden muutostarpeita arvioidaan joustavasti vuosittain mm. työnkuvien tarkistamisten yhteydessä. Haasteena on toisaalta ikääntyvän henkilöstön osaamisen ja hiljaisen tiedon siirtäminen organisaation käyttöön ottaen mm. huomioon henkilökohtaiset tarpeet ja työuratoiveet, toisaalta nuoren henkilöstön vastuun lisääminen ja kiinnittäminen organisaation kehittämis- ja esimiestehtäviin.

Hallinto- ja johtamisstrategiassa korostuu johtamis- ja esimiestyön merkitys. Monialainen, laajasti verkottunut tutkimuslaitos on erityisen haasteellinen johtamisen ja esimiestyön näkökulmasta. Tieteenalojen retoriset käytännöt, ministeriöiden ja hallinnonalojen vaihtelevat toimintatavat ja kaikkeen toimintaan läpitunkevat tehokkuus- ja tuloksellisuusvaateet lisäävät esimiestyön vaatimuksia ja paineita. Esimiestyön tueksi otetaan käyttöön työnohjausjärjestelmä sekä organi- saatiota koskevana että henkilökohtaisena tukena (esim. mentorointi). Kaikkineen henkilöstön työnohjausta pyritään kehittämään.

4.4 Resurssisuunnitelmat

Taloussuunnitelma

Rahoitusstrategian perustana on suora budjettirahoitus ja sitä täydentävä tulorahoitus. Budjetti- rahoituksen tavoitteena on turvata tutkimuskeskuksen pitkäjänteinen kehittäminen sekä tutkimus- ja menetelmäosaamisen kasvattaminen. Budjettirahoitus takaa myös sen, että tutkimustoiminnan linjat ja kehittämisen painopisteet voidaan asettaa puolueettomasti, yksittäisistä ulkopuolisista rahoittajista riippumatta. Budjettirahoitusta tarvitaan myös laitoksen infrastruktuuriin ylläpitoon, tietopalveluun ja tietohallintoon.

Tutkimuskeskuksen ulkopuolinen tulorahoitus koostuu pääasiassa yhteishankkeisiin myönnetystä julkisesta, keskeisimmin eri ministeriöiden myöntämästä osarahoituksesta ja vähäisessä määrin julkaisujen myynnistä. Tietoja tutkimustuloksista, raporteja ja niiden lyhennelmiä, on veloitusetta saatavilla tutkimuskeskuksen www-sivuilta. Tutkimuskeskuksella ei ole säädöksiin perustuvia velvoitteita, joista kertyisi palvelumaksuja. Kuluttajatutkimuksen keskeisillä hyödyntäjätahoilla, kuluttajaviranomaisilla ja kuluttajajärjestöillä, ei ole määrärahoja yleisen kuluttajatutkimuksen rahoittamiseen, vaikka niillä on runsaasti tutkimustiedon tarpeita.

Ulkopuolisen tulorahoituksen osuus kokonaismenoista pyritään suunnitelmakaudella pysyttämään ennallaan (noin 30 %) valtiontalouden henkilöstöresurseihiin kohdistuneet leikkaukset vuoteen 2011 huomioon ottaen.

Liiketaloudellisin perustein hinnoiteltu maksullinen toiminta koostuu julkaisujen myynnistä ja yritysten tai muiden tahojen kanssa tehdyistä tutkimussopimuksista. Maksullisen toiminnan tuottama tulorahoitus edustaa noin 1 % ulkopuolisen tulorahoituksen määrästä eikä sen osuutta ole tarkoitus lisätä.

Valtion tutkimuslaitoksilta edellytetään toiminnan avoimuutta ja tulosten julkisuutta, mikä rajoittaa yritysten toimeksiantoja. Tutkimustulosten laajaa hyödynnettävyyttä ja julkisuutta koskevien periaatteiden vuoksi tutkimuskeskuksen rahoituspohjaa ei ole tarkoituksenmukaista ryhtyä merkittävästi laajentamaan yritysrahoituksen tai muun kaupallisen rahoituksen suuntaan. Konsortioyhteistyötä yritysten kanssa jatketaan edelleen mm. Tekesin rahoittamissa tutkimushankkeissa.

Taloussuunnitelma 2008–2011

	2007 TAE	2008	2009	2010	2011
Menot	2 722 000	2 845 300	2 846 000	2 846 000	2 846 000
- henkilöstömenot	2 147 000	2 254 300	2 255 000	2 255 000	2 255 000
- toimitilavuokrat	209 000	211 000	211 000	211 000	211 000
- palvelujen ostot	226 000	230 000	230 000	230 000	230 000
- muut toiminnan menot	140 000	150 000	150 000	150 000	150 000
Tulot	800 000	800 000	900 000	900 000	900 000
- Maksullisen toiminnan tulot	10 000	15 000	20 000	20 000	20 000
- Muut tulot, yhteishankkeet	790 000	785 000	880 000	880 000	880 000
Nettomenot	1 922 000	2 045 300	1 946 000	1 946 000	1 946 000
Budjettiraha	1 922 000	1 922 000	1 922 000	1 922 000	1 922 000
Siirtomäärärahaa jää (arvio)	350 000	226 700	202 700	178 700	178 700
bruttomenot/kk	226 833	237 108	237 167	237 167	237 167
palkkaukset/kk	178 917	187 858	187 917	187 917	187 917
Tulot % bruttomenoista	29,4 %	28,1 %	31,6 %	31,6 %	31,6 %

Henkilöstösuunnitelma

Henkilöstösuunnitelmassa on otettu huomioon Kuluttajatutkimuskeskukselle asetettu, tuottavuustavoitteen mukainen velvoite vähentää henkilötyöpanosta (htv) vuodesta 2004 vuoteen 2011 kolme (3) henkilötyövuotta.

Henkilöstösuunnitelma 2008–2011(ml. 2004–2007)

	2004 (tot.)	2005 (tot.)	2006 (arv.)	2007 (arv.)	2008 (arv.)	2009 (arv.)	2010 (arv.)	2011 (arv.)
henkilötyövuodet	41	40	40	40	40	40	38	38
eläkkeelle siirtyneiden / siirtyvien (65 v) lukumäärä	0	0	2	0	1	0	2	2

Vuosina 2008–2011 eläkkeelle siirtyy kolme (3) henkilöä perustuen ao. henkilöiden antamaan ennakkotietoon tai laskennallisen 65 vuoden eläkeiän saavuttamiseen.