

KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS

TOIMINTA- JA TALOUSSUUNNITELMA 2009-2012

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	9
4	TOIMINTALINJAUKSET	10
4.1	Yhteiskunnallinen vaikuttavuus	10
4.2	Toiminnallinen tuloksellisuus	11
4.2.1	Tutkimustoiminta	11
4.2.2	Viestintä ja tietopalvelu	12
4.2.3	Hallinto	12
4.2.4	Tuottavuutta edistävät toimenpiteet	13
4.3	Henkisten voimavarojen hallinta ja kehittäminen	13
4.4	Resurssisuunnitelma	14

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 työ- ja elinkeinoministeriön Innovaatio-osaston tulosohjauksessa.

Tutkimuskeskus palvelee ennen muuta kuluttaja- ja yhteiskuntapolitiikan kehittämistä perimmäisenä tavoitteena kuluttajien hyvinvointi. Visiona on viedä kuluttajanäkökulma yhteiskunnallisen päätöksenteon keskiöön. Tutkimus- ja asiantuntijatietoa tuotetaan paitsi työ- ja elinkeinoministeriön tehtäväalueelle myös muille hallinnonaloille. Tuote- ja palvelumarkkinoilla tapahtuva nopeatempoinen tuotekehitys samoin kuin kansainvälisen ja sähköisen kaupan kasvu edellyttävät käyttäjälähtöisen tutkimustiedon viemistä innovaatiohankkeisiin. Tutkimuskeskus tukee markkinoiden toimivuutta ja 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 pohjoismaisilla ja EU-foorumeilla niin tutkimushankkeissa kuin asiantuntijoina kehittämishankkeissakin.

Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimusstrategiassa painotetaan monitieteistä tutkimusta, joka perustuu yhteiskunta- ja käyttäytymistieteiden monipuoliseen ja laaja-alaiseen yhdistämiseen. Keskeisenä laadun takeena on tutkimuksen tieteellinen taso ja osallistuminen kansainvälisille tutkimusfoorumeille. Tutkimusta suunnataan sektoritutkimuksen tilaajakonsortioiden samoin kuin kuluttajapolitiittisen ohjelman 2008-2011 tavoitteiden mukaisesti. Tutkimuksen suuntaamista palvelevat myös 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 kuluttajapolitiittisen tiedon tuottajina. Yhteistyöfoorumeina toimivat 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.

Julksen talouden tuottavuustavoitteet edellyttävät henkilöstöpanoksen määrän supistamista 40 henkilötyövuoden tasosta 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 sekä lisääntyvällä EU-rahoituksella. Rahoitus on yhteishankerahoitusta ja kanavoituu käynnissä olevien suunnitelmien mukaan sektoritutkimuksen konsortiorahoituksena. Maksullisen palvelutoiminnan osuus on vähäistä. Julksen talouden tuottavuustavoitteet näkyvät myös budjetti-rahoitukseen kohdistuvina leikkauksina. Tuottavuutta parannetaan varmistamalla tutkimuksen relevanssi ja laatu sekä terävöittämällä viestintää. Sähköisten tietojärjestelmien uudistaminen yhteistyössä Kuluttajaviraston kanssa, kaikkien toimintojen, työnkuvien ja menolajien kriittinen tarkastelu, kilpailutus ja ostopalvelujen käyttö sekä integroituminen hallinnonalan palvelukeskukseen lisäävät osaltaan tuottavuutta.

2 YLEISTÄ

2.1 Toiminta-ajatus

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

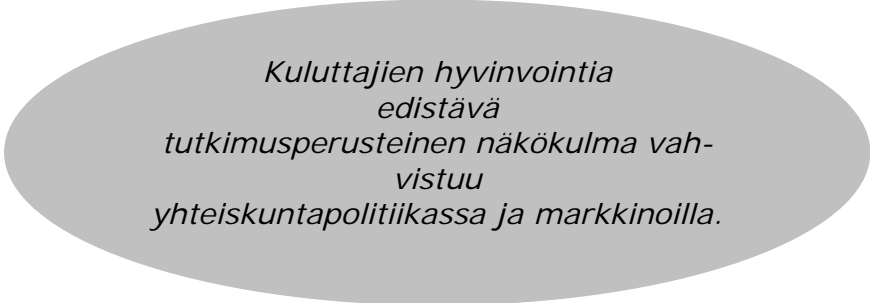
2.2 Arvot

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 visio ja strategia uudistettiin vuoden 2005 aikana yhteistyössä ministeriön kanssa kuullen myös laajaa joukkoa sidosryhmiä.



*Kuluttajien hyvinvointia
edistävä
tutkimusperusteinen näkökulma vah-
vistuu
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 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 tulosten vaikuttavuuden arvioinnissa.

Kuluttajien hyvinvoinnin sisältöön ja rakentumiseen sekä kotitalouksien toiminnalliseen arkeen liittyvä toimintaympäristön ja markkinoiden muutos sekä kuluttajalähtöinen tuotekehitys ja innovaatiot ovat tutkimuskeskuksen pysyviä osaamisalueita. Vuoden 2008 alussa vahvistettavan kuluttajapolitiittisen ohjelman myötäisesti tutkimusohjelman painopisteitä ja tutkimusresursseja kohdennetaan kuluttajanäkökulman tuomiseen julkisten palvelujen ja markkinoiden toimivuuteen, kestäväään asumiseen ja elinympäristöön, elintarviketalouden ja ruokavalintojen muutoksiin sekä kuluttajien oman talouden hallinnan ja taloudellisilta ym. riskeiltä suojautumisen edistämiseen.

Vision toteuttaminen edellyttää vahvaa verkottumista. Sektoritutkimuksessa käynnissä oleva rakenneuudistus tilaajakonsortioineen luo entistä paremmat verkottumismahdollisuudet ja -kanavat temaattisten tuottajakonsortioiden muodostamiseen. Tutkimuksen vaikuttavuus edellyttää yhteistyötä muiden tutkimuslaitosten ja yliopistojen kanssa sekä tutkijoiden keskinäistä yhteistyötä ja verkottumista. Tutkimusyhteistyö painottuu enenevässä määrin kansallisesta yhteistyöstä kilpailuihin kansainvälisiin tutkimusohjelmiin ja verkostoihin. Visio haastaa kehittämään yhteistyötä myös 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 palvelevien verkkopalveluiden kehittäminen edellyttävät myös viestintäpolitiikan uudistamista ja jatkuvaa kehittämistä.

2.4 Strategiakytkennät

Sektoritutkimuslaitoksessa tehtävän kuluttajatutkimuksen näkökulmasta *kuluttajalähtöisyys tarkoittaa kansalaisten hyvinvoinnin edistämistä yhteiskunnallisessa päätöksenteossa, yritys- ja elinkeinoelämässä sekä kotitalouksien piirissä*. Kuluttajalähtöisyys on vahvistunut kansallisten politiikkaohjelmien ja –strategioiden, ennakointihankkeiden ja tulevaisuuskatsausten lähtökohtana. Kuluttajalähtöisyyttä tarvitaan myös arvioitaessa tehtyjä päätöksiä ja politiikkatoimenpiteitä kuluttajien hyvinvoinnin kannalta. Tutkimuksen tehtävänä on kehittää arvioinnissa tarvittavia instrumentteja. Kuluttajatutkimuskeskuksessa on kehitteillä kansainvälistäkin kiinnostusta herättänyt, kuluttajien arjen hyvinvointia mittaava barometri. Myös elinkeinoelämä ja yritykset oivaltavat entistä paremmin kuluttajien tarpeiden ja toiveiden merkityksen: kuluttajalähtöisyydellä parannetaan kilpailukykyä ja markkina-asemia.

Sektoritutkimuksessa menossa oleva rakenneuudistus vahvistaa Kuluttajatutkimuskeskuksen strategista asemaa kulutusta koskevan tiedon tuottajana ja välittäjänä. Työ- ja elinkeinoministeriön ja muiden ministeriöiden politiikkalohkojen tarpeiden rinnalla kuluttajalähtöistä tutkimustietoa tuotetaan horisontaalisten tilaajakonsortioiden tarpeisiin. Kuluttajalähtöisellä kehittämisellä on myönteinen vaikutus talouteen, kilpailukykyyn ja työllisyyteen. Tuottavuuden ja kansallisen kilpailukykyyn parantaminen edellyttää innovaationäkökulman laajentamista teknologisista innovaatioista palvelujen ja liiketoiminnan kehittämiseen samoin kuin sosiaalisten innovaatioiden kehittämiseen. Monialainen, yhteiskuntatieteellisesti suuntautunut kuluttajatutkimus on korvaamaton tuki menossa olevassa kehityksessä.

2.4.1 Kuluttajatutkimusta sektoritutkimuksen tilaajakonsortioiden tarpeisiin

Kuluttajatutkimuskeskus tuottaa kuluttajalähtöistä tutkimustietoa

1) osaamisen, työn ja hyvinvoinnin tilaajakonsortioon

kuluttajien hyvinvoinnin kokonaisvaltaiseen edistämiseen, julkisten ja yksityisten palvelujen laadun ja tuottamistapojen kehittämiseen, elintarvikkeiden turvallisuuteen, sosiaaliturvaan ja tulonjakoon

2) alue- ja yhdyskuntarakenteiden ja infrastruktuurin tilaajakonsortioon

elinkeino- ja yhdyskuntarakenteiden muutosten ennakointiin, alueelliseen kehitykseen sekä yhdyskuntarakenteen, asuntopolitiikan ja infrastruktuurin kehittämiseen

3) kestävä kehityksen tilaajakonsortioon

ympäristön muutosten seurantaan, ohjausmekanismien kehittämiseen ja arviointiin, sosiaalisesti ja kulttuurisesti kestävä kehityksen ja kestävien elämäntapojen edistämiseen sekä luonnonvarojen ja energialähteiden käytön taloudellisten ja yhteiskunnallisten vaikutusten arviointiin.

Turvallisuuden tilaajakonsortioon kohdistuvat tutkimusviritykset liittyvät kuluttajien hyvinvoinnin teema-alueelle.

Tilaajakonsortioiden tutkimustarpeisiin vastataan laajoilla, verkottuneilla yhteishankkeilla.

Kuluttajatutkimuskeskus tunnistaa tilaajakonsortioiden aihealueilta seuraavia, tutkimus- ja osaamisalueilleen asettuvia haasteita ja teemoja:

Osaaminen, työ ja hyvinvointi –teema-alue

Kuluttajatutkimus yrittäjyyden edistämisessä

Kulutuksen merkitys tuotannon rakennetta ohjaavana tekijänä on kasvanut ja kasvaa edelleen. Kuluttajalähtöisyys on menestyvän yritystoiminnan edellytys. Tietoa kuluttajien tarpeista ja toiveista hyödynnetään yrityksissä enenevässä määrin. Kuluttajatutkimuskeskus vastaa tähän tarpeeseen

käyttäjälähtöisellä tutkimusotteella, sidosryhmäyhteistyöllä sekä saattamalla tutkimustuloksia yritysten käyttöön.

Elinkeinopolitiikan päämääränä on kotimaisen yritystoiminnan innovatiivisuuden ja kilpailukyvyyn tukeminen. Yritykset tarvitsevat kuluttajia kumppaneina tuotekehityksessä ja uusien konseptien luomisessa. Kuluttajatutkimuskeskuksessa kehitetyt *vuorovaikutteiset työpajat* tarjoavat toimivan foorumin yritysten ja kuluttajien väliselle vuoropuhelulle. Kuluttajatutkimuskeskuksella on hyvät valmiudet kuluttajien, julkisyhteisöjen ja yritysten sillanrakennukseen.

Kuluttajien talous

Kuluttajat tasapainottavat talouttaan sekä lyhyellä aikavälillä että koko elinkaaren aikana. Juoksevien tulojen ja kulujen lisäksi siihen kuuluvat velkaantumisen hallinta sekä sijoittamiseen liittyvä tuottojen optimointi. Kuluttajien talouden hallinta edellyttää yhteiskunnalta vakautta ja toimivan infrastruktuurin tuomaa luotettavuutta. Taloudelliseen toimintaan liittyvä yhteiskunnallisen vakauden ylläpito on politiikan ydintehtäviä. Talouden hallinta on puolestaan kuluttajien ydintehtäviä oman hyvinvoinnin kannalta.

Talous- ja veropolitiikan muutosten ennakointi ja vaikutukset kuluttajien hyvinvointiin painottuvat tutkimuksessa koko ohjelmakauden ajan. Talous- ja veropoliittisten kysymysten painoarvon voidaan ennakoida jopa kasvavan. Näiden ohella kuluttajatutkimuksen tehtävänä on suunnata kuluttajien talouden tutkimus kulloinkin ajankohtaisille talouden alueille. Tällä hetkellä ne liittyvät sijoittamiseen suomalaisten vaurastumisen myötä ja toisaalta velkaantumiseen kansalaisten velkaantumisasteen noustua yli 100:aan. On myös tärkeää tutkia, mistä muodostuu taloudellisessa mielessä se minimi, joka takaa perustuslain mukaisen kohtuullisen toimeentulon ja estää syrjäytymisen.

Kuluttajien turvallisuus

Turvallisuuden varmistaminen on yksi yhteiskuntapolitiikan perustehtävistä. Siitä on muodostumassa globaalisti merkittävä kilpailutekijä kuluttajien kansainvälistyessä ja maasta toiseen muuttojen lisääntyessä. Turvallisuus vaikuttaa myös maan sisäiseen muuttoliikkeeseen. Turvallinen yhteiskunta houkuttelee kansainvälisiä yrityksiä ja turvallinen elinympäristö houkuttelee kuluttajia. Viime vuosina on vauhdittunut lapsiperheiden muuttoliike kaupunkien keskustoista maaseutumaisille paikkakunnille ja kyläyhteisöihin lasten turvallisen elinympäristön takaamiseksi.

Vaikka kuluttajien turvallisuudesta huolehtiminen on yksi politiikan ydinkysymyksiä sekä kansallisella että EU-tasolla, kuluttajien kokonaisvaltaista turvallisuutta osana elinympäristöä on tutkittu kansainvälisestikin varsin vähän. Tutkimus on suuntautunut yksittäisiin kohteisiin, kuten laiteturvallisuuteen, elintarviketurvallisuuteen, liikenneturvallisuuteen ja tuontitavaroiden turvallisuuteen, jotka sinänsä ovat tärkeitä turvallisuuden tutkimusalueita. Onkin perusteltua, että kuluttajatutkimusta suunnataan myös turvallisuuden tutkimukseen, jossa pääroolissa on arjen turvallisuus kohdistuen mm. asumisen turvallisuuteen ja kuluttajien asiointiin liittyvään turvallisuuteen, esimerkkinä turvallinen asiointipolku kauppakeskuksissa.

Elintarvikkeet, kulutus ja elämäntavat

Elintarviketaloudessa ja elintarvikemarkkinoilla tapahtuu huomattavia muutoksia, joiden vaikutukset kuluttajien arkeen ja hyvinvointiin edellyttävät merkittävää tutkimuspanostusta. Kuluttajien kannalta keskeisiä kysymyksiä ovat elintarvikkeiden laatu ja turvallisuus. Muuttuvat tuotantotavat, päätymättömältä näyttävä teknologisoitumiskehitys ja GMO:n herättämät ristiriitaiset näkemykset niin asiantuntijoissa kuin kuluttajissakin edellyttävät kuluttajien näkemysten ja toivomusten perusteellista tutkimista, jotta elintarviketalouden ja –markkinoiden kannalta välttämätön kuluttajien luottamus voidaan ylläpitää.

Elintarvikkeiden, ruoan ja elämäntapojen vaikutukset kuluttajien hyvinvointiin ja terveyteen edellyttävät eri tieteenalojen välisiä tutkimushankkeita. Kuluttajatutkimuksella on näissä keskeinen rooli kuluttajien arkisten toimintatapojen ja valintojen tunnistamisessa sekä ruoka- ja ateriavalintojen tulkinnessa elämäntapojen ja elämäntyylien näkökulmasta.

Alue ja yhdyskuntarakenteet ja infrastruktuurit –teema-alue

Kuluttajat tietoyhteiskunnassa

Kuluttajilla ja kuluttajayhteisöillä on entistä merkittävämpi rooli tietoyhteiskuntapalvelujen kehittämisessä. Ne haastavat yritysten tuotekehityksen ja politiikan ohjauksen. Kuluttajien ja tuotekehityksen, laajasti ottaen verkkopalvelujen, välinen suhde nousee lähivuosina yhä tärkeämmäksi kuluttajapoliittiseksi kysymykseksi. Se johtuu paitsi kuluttajien kasvavasta merkityksestä tuotekehitykselle myös heidän ja tuottajien välisen rajan hämärtymisestä tietoyhteiskuntapalvelujen tarjonnassa.

Yhä suurempi osa tietoyhteiskuntapalveluista tarjotaan lähivuosina ilmaiseksi kuluttajien toimesta. Muutos haastaa myös kuluttajapolitiikan: kuluttajapolitiikan on tällaisen kehityksen edessä arvioitava uudelleen suhtautumista kuluttajiin, kun suojeltavasta tuleekin sääntelyn kohde.

Toimivat markkinat

Kulutustutkimus tuo kuluttajan kriittisen äänen markkinoiden kilpailullisuuteen ja toimivuuteen. Kuluttajien käyttäytyminen ja kulutus muuttuvat entistä enemmän lifestyle-pohjaiseksi ja tilannekohtaiseksi moniarvoisessa toimintaympäristössä. Toisaalta perinteinen ja moderni kohtaavat mm. puutarhanhoidon, sisustuksen, ruuanlaiton ja liikuntaharrastusten kasvattaessa suosiotaan. Asumisväljyys ja -mukavuus kasvavat ja tuovat uusia vaateita asuntojen ja asuinalueiden suunnitteluun.

Innovaatiot syntyvät monimutkaisissa vuorovaikutteisissa prosesseissa. Tutkimuslähtöisten ja käyttäjälähtöisten teknologisten innovaatioiden yhdistelmällä voidaan luoda kuluttajille uusia korkealatauisia tavaroita ja palveluja. Innovaatiotutkimuksen kohteita 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 parantamiseen ja edulliseen hinnoitteluun. Tästä huolimatta Suomessa joillain palvelualoilla hintataso on korkea EU-tasoon verrattuna. Tutkimustietoa eri toimialojen kilpailutilanteesta on saatavissa verrattain vähän, vaikka tutkimuksen avulla on mahdollisuus löytää puutteita kilpailun toimivuudessa ja esittää suosituksia kilpailun edistämiseksi. Alueellinen tutkimus tarjoaa välineitä erilaisten seutukuntien analysointiin ja alueellisten menestystekijöiden tunnistamiseen. Suurena haasteena on lokalisaatio- ja globalisaatiokehitys sekä palvelujen viennin ja vientiosaamisen kehittäminen. Tässä kuluttajatutkimus voi toimia palvelukonseptien ja –standardien kehittämisen apuna.

Markkinat hajoavat yhä pienemmiksi kuluttajasegmenteiksi. Kuluttajasegmenteillä tulee olla riittävä valinnanvapaus sekä mahdollisuus löytää itselleen sopivia palvelutapoja esimerkiksi itsepalvelun ja henkilökohtaisen palvelun välillä. Tämä edellyttää asiallista ja oikeaa informaatiota samoin kuin kuluttajien oman osaamisen vahvistamista. Edelleen jakelun toimivuus kuluttajan kannalta on haasteellinen kysymys, 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 arvioida sääntelyn ylläpidon merkitystä tai purkamiseen liittyviä kysymyksiä.

Palvelut ja palvelurakenteiden muutokset

Kuntien yhdistäminen ja yhteistyön lisääminen muuttavat julkisten palvelujen tuotantoa ja samalla palvelujen saavutettavuutta. Palvelujen totutut hankintakanavat ja laatu saattavat muuttua uudelleenjärjestelyjen tai palvelujen yksityistäminen vuoksi. PARAS- hanke ja siihen läheisesti liittyvä julkisen sektorin ja palvelujen tuottavuuden kehittäminen asiakaslähtöisesti edellyttävät kuluttajanäkökulman tuomista makrotason tarkastelujen rinnalle. Sama suuntaus on nähtävissä myös yksityisissä kauppa- ja asiointipalveluissa. Kuluttajatutkimuksen tehtävänä on seurata mm. palvelujen laadun ja saavutettavuuden muutoksista johtuvia moninaisia vaikutuksia kuluttajien arkeen.

Uusia palvelusektoreita syntyy, viimeisimpinä ripeästi kasvavat kotitalouspalvelumarkkinat. Jatkuva seuranta tarvitaan näiden palvelujen tarjonnan, laadun, hinnan ja saavutettavuuden muutoksista kuluttajan kannalta. Markkinapalveluiden ohella kotitalouksien omaa palvelutuotantoa ja sen kehitystä on seurattava. Myös kasvavien yksityisten turvamarkkinoiden kehittäminen edellyttää tutkimusperusteista kuluttajapalautetta.

Asuminen

Asumisen käytäntöjen tutkimus tuottaa kuluttajapoliittisesti uutta ja tärkeää tietoa asumisen arjesta ja arkitaloudesta. Kuluttajatutkimuskeskuksen asumisen kehitysareena paljastaa asumisen arjen dynamiikan ja myös moniäänisyyden. Kehitysareena kokoaa yhteen asumisen käytännöistä ja arkitaloudesta kiinnostuneita tutkijoita ja kehittäjiä tutkimuslaitoksista, hallinnosta ja yrityksistä vaihtamaan näkemyksiään ja mielipiteitään.

Areenalla tutkitaan, miten materiaaliset objektit, symbolit, mielikuvat ja osaaminen muokkaantuvat ja uusiutuvat kulutusprosesseissa. Asumista tarkastellaan kulutuksen käytäntöinä, miten ihmiset sekä luovat asumisen käytäntöjä, sopeutuvat niihin että luopuvat uusien myötä vanhoista. Esi-merkkinä ovat koti vapaa-ajan paikkana ja työpaikkana sekä asumisen ja luontoympäristön vuorovaikutus.

Kestävä kehitys –teema-alue

Elämäntavat ja kulutusvalinnat

Kestävän kehityksen vaateet ohjaavat enenevästi kuluttajan valintoja. Useilla toimialoilla kuten elintarviketuotannossa, rakentamisessa, kaupan ja muiden palveluiden aloilla kestävä kehitys on muodostumassa myös kilpailueduksi. Kestävään kehitykseen liittyy kiinteästi kierrätys ja uusiokäytön 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. Kehittämishaasteita sekä tutkimukselle että tuotekehitykselle avautuu ympäristöosaamisen tuotteistamisessa sekä asumiseen, elinympäristöön ja vapaa-aikaan liittyvien innovaatioiden kehittämisessä.

Energian hintakehitys edellyttää tutkimusta, joka liittyy energiainfrastruktuuriin ja kilpailukykyisen energian saantiin. Tarvitaan kuluttajien hyväksymiä ekotehokkaita ratkaisuja. Tämän lisäksi ympäristö-, energia-, liikennepolitiikan alueilla haasteena on uuden teknologian kehittäminen, kaupallistaminen ja kansainvälistäminen. Tärkeä tutkimuskohde on kallistuvan polttoaineen vaikutus työmatka-, harrastus- ja asiointiliikenteeseen ja sitä kautta yhteiskunnan infrastruktuurin muutostarpeeseen.

Ihmisten ruokavalio ja ruoan kulutus kotitalouksissa ja ruokapalveluissa ovat tärkeitä tekijöitä kestävä kehityksen näkökulmasta. Merkittävä osa kotitalouksien aiheuttamasta ympäristökuormituksesta liittyy elintarvikkeiden kulutukseen. Niinpä on tarpeen tutkia, minkälainen on ja olisi kestävä ruokavalio, jolla on mahdollisuus toteutua kuluttajien arjessa. Kestävän kehityksen kannalta on olennaista myös tunnistaa ja ennakoida ruoan kulutuksen tulevaisuuden kehityssuuntia.

2.4.2 Kuluttajatutkimusta työ- ja elinkeinoministeriön ja muiden hallinnonalojen tarpeisiin ja kytkentä EU:n tutkimusohjelmiin

Laajojen konsortiohankkeiden ohella Kuluttajatutkimuskeskus tuottaa tutkimustietoa työ- ja elinkeinoministeriön innovaatio-, yrittäjyys-, kuluttaja- ja kilpailupolitiikan kehittämistä varten. Kyseinen tutkimus perustuu entistä enemmän ministeriön suoriin tilauksiin eri politiikkalohkojen tarpeisiin. Vuoden 2008 alussa vahvistettavan uuden kuluttajapoliittisen ohjelman myötä kuluttajatutkimuksen kysyntä kasvaa. Isäntäministeriön ohella horisontaalinen kuluttajatutkimus palvelee myös muita hallinnonaloja, erityisesti maa- ja metsätalousministeriötä, ympäristöministeriötä, sisäasiainministeriötä, sosiaali- ja terveysministeriötä sekä liikenne- ja viestintäministeriötä. Monialaisella Kuluttajatutkimuskeskuksella on hyvät valmiudet vastata laajasti sektorihallinnon tutkimustarpeisiin.

EU:n uuden kuluttajapoliittinen strategian keskeisenä tavoitteena on "evidence-based" politiikan tekeminen, mikä korostaa tutkimuksen asemaa politiikanteon työvälineenä. Kuluttajatutkimuskeskus nostaa niin kotimaassa kuin EU:nkin tasolla tärkeitä kuluttajapoliittisia kysymyksiä tutkimuksen kohteiksi ja on tiiviissä vuorovaikutuksessa pohjoismaisen kuluttajatutkimusverkoston kanssa. EU:n seitsemännän puiteohjelman valmistelu ja hankehaut tehdään tiiviissä yhteistyössä mm. pohjoismaisten tutkimusverkostojen kanssa. Erityisesti kestävään kehitykseen, ruokailuun, ruokatottumuksiin sekä ruoan ja terveyden välistä yhteyttä luotaaviin tutkimuksiin jätetään kuluttajalähtöisiä projektihakemuksia. Myös ylivelkaantumiseen, velkaongelmiin ja kuluttajien talouden vakauteen liittyvien kysymysten pohjalta tehdään tutkimusyhteistyötä EU:n tutkimusverkostoissa. Kuluttajatutkimuskeskuksen kuluttajien hyvinvoinnin rakentumiseen, mittaamiseen ja tyytyväisyyteen liittyvä barometrityö on noussut keskiöön EU:n kuluttajapoliittisessa keskustelussa ja tilastoinnin kehittämisessä.

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 elinkeino toimintaan sekä uudistuvaan yhteiskunnalliseen keskusteluun ja palvelutuotantoon.

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

- kuluttajien hyvinvointi: hyvinvoinnin sisältö ja jakautuminen, polarisaatio, arjen sujuvuus, ajan riittävyys ja jaksaminen
- markkinoiden toimivuus: elintarvikemarkkinat, palvelumarkkinat, finanssimarkkinat, asuntomarkkinat, sähköiset ja mobiilimarkkinat, säädellyt markkinat, tiedon markkinat, tilaaja-tuottaja mallit
- kestävä kehitys: arjen prosessit, yleistetty tieto, vastuullisuus ja eettisyys
- asuminen: asumisen arki, arkitalous, asumisen käytännöt, asumisen turvallisuus
- kuluttajana selviäminen: talouden hallinta, toimeentulon perusedellytykset, uudet riskit, ikääntyvät ja muut kuluttajaryhmät
- kuluttajien aktivoituminen: osaamisen ja tiedon kasvu, halu vaikuttaa, innovatiivisuus
- tuote- ja palvelumaailma: teknistyminen, innovaatiot, palvelukeskeisyys, runsaus, erilaistuminen, elämyksellisyys.

3.2 Tutkimuslaitoksiin ja rahoitusjärjestelmään kohdistuvat haasteet

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

Käynnissä olevan sektoritutkimuksen rakenneuudistuksen ennakoita tuovan muutoksia paitsi kuluttajatutkimuksen rahoitukseen myös organisoitumiseen ja hallintoon. Sektoritutkimuksen neuvottelukunta tuottaa toimenantonsa mukaisesti vuoden 2008 loppuun mennessä rakenteellisia ehdotuksia tutkimuslaitosten tehtäväkenttään ja keskinäiseen työnjakoon. Tutkimuskeskuksen strateginen asema edellyttää ministeriön ja tutkimuskeskuksen johdon tiivistä yhteistyötä kuluttajatutkimuksen aseman vakiinnuttamiseksi.

Tutkimuskeskuksen strategiaa tulee sopeuttaa myös julkisen talouden tuottavuusohjelman vaatimusten mukaisesti. Budjettirahoituksen supistuessa haasteena on entistä kattavamman omarahoi-

tusosuuden varmistaminen, jotta toiminnan laatu ja volyymi kyetään pitämään yllä sekä vastaamaan kysyntään ja sidosryhmien odotuksiin.

Taloudellisiin toimintaympäristömuutoksiin tutkimuskeskus varautuu suuntaamalla tutkimusresursseja ydinosaamisalueilleen, 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.

Kuluttajien hyvinvoinnin toteutuminen edellyttää julkisen sektorin ja yritysten ja elinkeinoelämän panostusta sekä kuluttajakansalaisten omaa aktiivisuutta. Hyvinvointi syntyy kaikkien toimijatahojen vuorovaikutuksena, jossa kuluttajien ja kansalaisten tarpeet ja näkemykset, kuluttaja- ja kansalaislähtöisyys, ovat lähtökohtana ja tavoitteena. Hyvinvoinnin toteutuminen edellyttää

- avointa ja vuorovaikutteista kansalaiskeskustelua ja kuluttajien kuulemista
- innovatiivista ja ennakoivaa tutkimus- ja kehittämistoimintaa
- yhteistyötä eri toimijatahojen ja tieteenalojen edustajien sekä tutkimuslaitosten kanssa
- tutkimustiedon ja asiantuntemuksen välittämistä tiedontarvitsijoiden käyttöön.

Kuluttajatutkimuskeskuksella valtion sektoritutkimuslaitoksena on keskeinen rooli tuoda laadukkaan, monitieteisen ja -metodisen tutkimuksen keinoin kuluttajakansalaisten näkemykset ja tarpeet osaksi yhteiskunnallisia kehittämishankkeita niille painoalueille, jotka kulloinkin julkisessa politiikkaohjauksessa keskeisiksi määritetään.

Kuluttajatutkimuskeskuksen toiminnan vaikuttavuus näkyy

1. yhteiskunnallisena vaikuttavuutena

- julkisen vallan päätöksenteko perustuu aiempaa vahvemmin kuluttajien ja kansalaisten tarpeisiin ja hyvinvointiin
- kuluttaja-asiat ovat entistä enemmän esillä yhteiskunnallisessa keskustelussa

2. taloudellis-teknologisena vaikuttavuutena

- tuotteet ja palvelut vastaavat nykyistä paremmin käyttäjien ja kuluttajien tarpeita

3. tieteellisenä vaikuttavuutena

- kulutusta ja kuluttajia koskeva tutkimustieto kumuloituu
- monitieteinen ja menetelmällinen kulutustutkimusosaaminen vahvistuu

Kuluttajatutkimuskeskuksen 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 ennakoimista 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
- ennakointikykyä 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. Kuluttajatutkimuskeskus tuottaa tutkimustietoa uudistuvassa sektoritutkimuskentässä erityisesti osaamisen, työn ja hyvinvoinnin, alueiden ja infrastruktuurin sekä kestäväen kehityksen tilaajakonsortioihin.

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 konsortioiden vastuulliseksi 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. Tutkimushenkilöstöllä on korkea koulutustaso, sillä yli puolella tutkijoista on tutkijakoulutus, lisensiaatin- tai tohtorintutkinto. Osaamista ylläpidetään edistämällä nuorten tutkijoiden ammattitaitoa sekä tukemalla kansainvälistä tutkijavaihtoa ja post doc -opintoja ulkomailla akateemisten rahanhakujen yhteydessä. Koulututtamista tukevat myös tutkimustyöhön ja opintoihin liittyvien oppikirjojen, metodioppaiden ja käsikirjojen tuottaminen. Uudet rekrytoinnit kohdistetaan tutkijakoulutuksen saaneisiin henkilöihin.

Monitieteisissä tutkimusryhmissä vahvistetaan tiimityöskentelyä, vuorovaikutteisuutta, ja työssä oppimista. Tutkijoita kannustetaan yhteistyöhön myös muiden tutkimuslaitosten tutkijoiden kanssa. Tutkijoita kannustetaan edelleen julkaisemaan tutkimustuloksiaan kansainvälisissä julkaisusarjoissa ja osallistumaan kansainväliseen akateemiseen keskusteluun. Samalla vahvistetaan tutkijoiden kysyntää asiantuntijoiksi kansainvälisiin työryhmiin. Tutkimuskeskus järjestää säännöllisesti kansallisia ja kansainvälisiä tieteellisiä seminaareja sekä sidosryhmätilaisuuksia.

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 2010–2012 on alustavasti ideoitu tutkimusmenetelmien kehittämiseen sekä tutkimuskeskuksen koordinoiman kansainvälisen tutkimushankkeen valmisteluun liittyviä uusia kehitysareenoita.

4.2.2 Viestintä ja tietopalvelu

Tutkimustiedon yhteiskunnallinen vaikuttavuus nojautuu tutkimustiedon tehokkaaseen välittämiseen eri välineiden kautta. Kuluttajatutkimuskeskuksen pyrkimyksenä on toimia kuluttajatutkimukseen liittyvän tiedonvälityksen edelläkävijänä.

Kuluttajatutkimuskeskuksen viestinnän keskiössä ovat säännöllisesti päivittyvät Internet-sivustot. Pääsivuston ohella julkaistaan useita muita sivustoja ja verkkotuotteita, jotka palvelevat erilaisten asiakkaiden tarpeita. Pääsivustolle kootaan asiakkaiden näkökulmasta keskeisimmät uutiset, jotka myös tarjotaan osaksi asiakkaiden verkkopalveluja. Viestintä suosii avoimien standardien mukaisia teknisiä ratkaisuja, jotta turvataan tiedon saatavuus ja tiedon hyödynnettävyys uusissa ja kehitettävissä palveluissa.

Kuluttajatutkimuksen Kultu-tietokantojen kautta välitetään tietoa Suomessa tuotetusta kuluttajatutkimuksesta. Kultu-tietokannat parantavat tutkimustiedon saavutettavuutta ja suosivat open access –käytäntöjen mukaisesti julkaistuja tutkimuksia.

4.2.3 Hallinto

Hallinto- ja tukipalvelutehtävien sujuva, tehokas hoitaminen edellyttää sähköisten tietojärjestelmien käyttöönottoa ja kehittämistä. Vuosien 2007–2008 kehittämistyön tavoitteena on, että vuoden 2009 alussa niin henkilöstöhallinnon asiakirjat kuin muu asianhallinta on siirretty sähköisiin järjestelmiin. Tuolloin voidaan todeta, että tutkimuskeskus on kokonaisuudessaan hallinnon tehtävissä siirtynyt paperittomaan asioiden käsittelyyn. Kehittäminen ja käyttöönotto tapahtuvat yhteistyössä Kuluttajaviraston kanssa.

Kuluttajatutkimuskeskuksen tarvitsemat talous- ja henkilöstöhallinnon palvelut siirretään vuoteen 2010 mennessä hoidettavaksi hallinnonalan palvelukeskukseen Mikkeliin. Siirtymäajankohta päätetään ennen suunnitelmakauden alkua. Tämä merkitsee irtautumista Kuluttajaviraston kanssa tehdystä palvelutuotosopimuksesta näiden palvelujen osalta. Palvelut muuttuvat samalla tutkimuskeskukselle maksullisiksi.

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

Tuottavuutta pyritään lisäämään kaikissa toimintaryhmissä. Vuosina 2007-2008 vaiheittain etenevän riskianalyysin tuloksena pyritään osaltaan entistä sujuvampiin ja tehokkaampiin toimintaprosesseihin mm. tutkimus- ja kehittämisprojektien hallinnassa.

Valtion tuottavuusohjelma edellyttää, että tutkimuskeskuksen henkilötyöpanosta vähennetään vuodesta 2004 (41 htv) vuoteen 2011 kolme henkilötyövuotta. Tavoite on näin ollen vuonna 2011 38 htv. Se saavutetaan erinäisin tuottavuutta parantavin toimin (ks. taulukko) ja sopeuttaen toimintaa kauden loppupuolelle ajoittuviin henkilöstön eläkkeelle siirtymisiin. Ennakoimattomat perhe- tai muista syistä johtuvat virkavapaat aiheuttavat jossain määrin muutoksia suunniteltuihin varauksiin.

Tuottavuusohjelman mukainen henkilöstömäärän kehitys vuoteen 2012

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Toteutuneet/toteutuvat htv:t	40	40	40	40	39	39	38	38
Tuottavuusohjelman mukaiset htv-vähennykset (kumuloituva)	1	1	1	1	2	2	3	3
Toimenpiteet	A	lisätään edelleen yhteistyötä ja verkottumista tutkijoiden sekä tutkimuslaitosten kesken, osana sektoritutkimuksen konsortioyhteistyötä						
	B	parannetaan tutkimusten laatua						
	C	tarkistetaan vuosittain työnkuvat, uusien rekrytointien yhteydessä tehtäväalue suunnitellaan innovatiivisesti						
	D	haetaan säästöjä kilpailutuksin ja yhteishankinnoin						
	E	ylläpidetään ja kehitetään sähköisiä tietojärjestelmiä						

4.3 Henkisten voimavarojen hallinta ja kehittäminen

Vision ja vuosittaisten tulostavoitteiden saavuttamisen ehtona on motivoitunut ja osaava henkilöstö. Erityisesti sektoritutkimuksen uudistamisprosessi samoin kuin monet tuottavuushankkeet synnyttävät osaamisen johtamiseen runsaasti haasteita: osaava henkilöstö tulee pitää organisaatiossa, osaamista tulee edelleen kehittää ja henkilöstöä tulee motivoida ja kannustaa uudistusprosessien edetessä.

Asiantuntemuksen vahvistaminen

Tutkimusstrategian toteuttamisen kriittinen tekijä on osaamisen keskittyminen pieniin tutkimusryhmiin. Tutkimustoiminta haavoittuu herkästi erikoisosaamista edellyttävien resurssien vaihtuessa. Tutkimusryhmien keskinäinen yhteistyö, siirtymät ryhmästä tai hankkeesta toiseen, työssä oppiminen, senioritutkijoiden tarjoama mentorointi sekä tutkijavaihdot vahvistavat ja vankistavat jo olemassa olevaa osaamista. Uusissa rekrytoinneissa tutkimushankkeisiin painopisteenä on tutkijakoulutuksen saaneet henkilöt.

Vaikka henkilöstön koulutusindeksi on korkea verrattuna muihin tutkimuslaitoksiin, erityisesti kansainvälistymisen haasteet edellyttävät tutkijaosaamisen jatkuvaa kehittämistä. Kansainvälisten ja myös kansallisten hankkeiden johtamis- ja koordinaatiovalmiuksia on tarpeen vahvistaa. 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.

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

Muulle kuin tutkimushenkilöstölle turvataan mahdollisuus urakehitykseen uusien haasteellisten työtehtävien ja toimenkuvien kautta. Osaamista vahvistetaan atk-koulutuksen sekä tarvittaessa ammatillisen täydennyskoulutuksen avulla. Lisääntyvät kansainväliset projektit vaativat panostusta hallinto- ja tukipalveluhenkilöstön kielikoulutukseen. Myös hallinnonalan palvelukeskusuudistus tuo osaltaan muutoksia työnkuviin. Palvelukeskus- ja muista ulkoistamishankkeista huolimatta tutkimuskeskuksessa tarvitaan tieto-, talous-, henkilöstö- ja asianhallinnan osaamista.

Palkkauksen, työsuhte-etujen ja hyvinvoinnin parantaminen

Henkilöstöstrategian kynnyskysymys on tutkimuskeskuksen palkkakilpailukyky. Toimintavuonna 2009 tutkimuskeskuksen uuden palkkausjärjestelmä siirtymävaihe on ohi ja kaikille maksetaan vuonna 2004 laskettu tavoitepalkka täysimääräisenä. Palkkakilpailukyvyyn ennustetaan kuitenkin olevan edelleen alempi kuin muissa valtion tutkimuslaitoksissa ja organisaatioissa (taso noin 85-90 %). Kilpaillun projektirahoituksen avulla voidaan pyrkiä palkkauksellisen aseman parantamiseen. Suunnitelmassa on tulospalkkauksen käyttöönotto vuonna 2009.

Kuluttajatutkimuskeskuksen henkilöstön keski-ikä on edelleen korkeampi kuin muissa sektori-tutkimuslaitoksissa. Haasteet kohdistuvat ikäjohtamiseen sekä työterveyden ylläpitämiseen. Henkilöstön työhyvinvointia edistetään joustavin työaikajärjestelyin sekä etätyömahdollisuuksien, työterveyshuollon palvelujen ja liikunta- ja virkistystoiminnan avulla. Työtyytyväisyyskartoitukset tehdään vuosittain. Määrävälein seurataan myös kokemuksia palkkausjärjestelmän kehittämistarpeista.

Toimintakäytäntöjen ja työnkuvien kehittäminen

Tutkimuskeskus toimii matalan organisaatorakenteen pohjalta. Toimintavastuita tarkastellaan 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 kaikkien toimintaan läpitunkevat tehokkuus- ja tuloksellisuusvaateet lisäävät esimiestyön vaatimuksia ja paineita. Esimiestyön tukena käytetään henkilökohtaista ja ryhmässä tapahtuvaa työnohjausta.

4.4 Resurssisuunnitelma

Rahoitusstrategian perustana on budjettirahoitus ja tutkimusprojektien kautta saatava ulkoinen tulorahoitus. Budjettirahoituksen tavoitteena on turvata tutkimuskeskuksen tutkimustoiminnan jatkuvuus ja kehittäminen ml. tutkimus- ja menetelmäosaamisen kasvattaminen sekä infrastruktuurin ylläpito. Budjettirahoitukseen nojautuen tutkimustoiminnan linjat ja kehittämisen painopisteet voidaan asettaa ja osa hankkeista toteuttaa ulkopuolisista rahoittajista riippumatta.

Tutkimuskeskuksen ulkopuolinen tulorahoitus koostuu pääasiassa yhteishankkeisiin myönnetystä julkisesta rahoituksesta ja EU-rahoituksesta. Ulkopuolinen rahoitus kattaa osan hankkeen budjetistä. Esimerkiksi EU-projektien menoista noin puolet katetaan EU-tuella ja toinen puoli kansallisella budjettirahalla. Kansallinen tutkimusrahoituksen odotetaan kanavoituvan sektoritutkimuksen konsortioiden kautta, muiden julkisten rahoittajatahojen ohella. Tuloja kertyy vähäisessä määrin julkaisujen myynnistä, sillä tietoja tutkimustuloksista, raportteja ja niiden lyhennelmiä, on veloitetusta saatavilla tutkimuskeskuksen www-sivuilta.

Valtion tutkimuslaitoksilta edellytetään toiminnan avoimuutta ja tulosten julkisuutta, mikä rajoittaa yritysten toimeksiantoja. Tutkimustulosten laajaa hyödynnettävyyttä ja julkisuutta koskevien periaatteiden vuoksi tutkimuskeskuksen rahoitus pohjaa ei ole tarkoituksenmukaista ryhtyä merkittävästi laajentamaan yritysrahoituksen tai muun kaupallisen rahoituksen suuntaan. Konsortioyhteis-

työtä yritysten kanssa jatketaan edelleen mm. Tekesin rahoittamissa tutkimushankkeissa. 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.

Rahoitusrakenteeseen ennakoidaan merkittäviä muutoksia sektoritutkimuksen uudistusprosessin edetessä. Ulkopuolisen tulorahoituksen osuus nousee noin 30 % tasosta, jos suunnitelmat leikata budjettirahoitusta kolmanneksen tai jopa puolet toteutuvat.

Taloussuunnitelma vuosille 2009–2012 on tehty ministeriön antamien kehystietojen perusteella. Suunnitelmassa on otettu huomioon henkilöstöresursseihin kohdistuvien leikkausten aiheuttamat budjettivaikutukset vuoteen 2011 mennessä.

Taloussuunnitelma 2009-2012

	2009	2010	2011	2012
Menot	2 820 000	2 720 000	2 720 000	2 720 000
- henkilöstömenot	2 150 000	2 050 000	2 050 000	2 050 000
- toimitilavuokrat	230 000	230 000	230 000	230 000
- palvelujen ostot	330 000	330 000	330 000	330 000
- muut toiminnan menot	110 000	110 000	110 000	110 000
Tulot	870 000	870 000	880 000	880 000
- Muilta valtion virastoilta	700 000	700 000	700 000	700 000
- EU:lta saatava rahoitus	150 000	150 000	150 000	150 000
- Maksullisen toiminnan tulot	20 000	20 000	30 000	30 000
Nettomenot	1 950 000	1 850 000	1 840 000	1 840 000
Budjettiraha	1 824 000	1 822 000	1 822 000	1 822 000
Siirtomäärärahan käyttö	126 000	28 000	18 000	18 000
Siirtomäärärahaa jää (arvio)	239 000	211 000	193 000	175 000
bruttomenot/kk	235 000	226 667	226 667	226 667
palkkaukset/kk	179 167	170 833	170 833	170 833
Tulot % bruttomenoista	30,9 %	32,0 %	32,4 %	32,4 %

Henkilöstöresursseja koskeva suunnitelma on esitetty luvussa 4.2.4.