

Vox consumptoris – Kuluttajan ääni, Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005, sisältää läpileikkauksen ajankohtaisesta tutkimuksesta. Kirjan artikkeleissa tarkastellaan kuluttajia ja kotitalouksia toimijoina talous- ja yhteiskuntaelämän keskeisillä areenoilla, hyvinvointia edistävien palvelujen tuottajina omassa taloudessa, julkisten palvelujen käyttäjinä sekä kasvavien, kansainvälistyvien markkinapalvelujen käyttäjinä. Kirja on omistettu Kuluttajatutkimuskeskuksen johtajalle, professori Eila Kilpiölle hänen 60-vuotispäivänään.



ISBN 951-698-129-1

Savion Kirjapaino Oy, Kerava, 2005

Vox consumptoris – Kuluttajan ääni, Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005

Vox consumptoris

Kuluttajan ääni

Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005

Johanna Leskinen, Hannele Hallman, Merja Isoniemi,
Liisa Perälä, Taina Pohjoisaho, Erja Pylvänäinen

Vox consumptoris – Kuluttajan ääni

Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005

Toimituskunta: Johanna Leskinen, Hannele Hallman,
Merja Isoniemi, Liisa Perälä, Taina Pohjoisaho, Erja Pylvänäinen

Kansi/taitto: Taina Pohjoisaho

Valokuvat: Petteri Repo

Julkaisija:

KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS

PL 5 (Kaikukatu 3)

00531 HELSINKI

Puh. (09) 77 261

Faksi (09) 7726 7715

www.kuluttajatutkimuskeskus.fi

ISBN 951-698-129-1

Savion Kirjapaino Oy, Kerava, 2005

Vox consumptoris

Kuluttajan ääni

Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005

Johanna Leskinen, Hannele Hallman, Merja Isoniemi,
Liisa Perälä, Taina Pohjoisaho, Erja Pylvänäinen

KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS

LUKIJALLE

Käsillä oleva *Vox consumptoris* – Kuluttajan ääni, Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005 sisältää läpileikkauksen ajankohtaisesta tutkimuksesta. Tutkimuksen ja koko laitoksen toiminnan johtotähtenä on kuluttajien hyvinvoinnin edistäminen tuottamalla ja välittämällä hyvinvoinnin edellytyksiä ja esteitä koskevaa tutkimustietoa yhteiskunnalliseen keskusteluun ja päätöksentekoon. Tutkimus palvelee kauppa- ja teollisuusministeriön hallinnonalan ohella useiden hallinnonalojen, virastojen, oppilaitosten, tiedotusvälineiden, yritysten ja kuluttajien tiedon tarpeita.

Kirjan artikkelit ilmentävät tutkimuksen keskeisiä periaatteita, monialaisuutta, monitieteisyyttä ja kuluttaja/käyttäjälähtöisyyttä. Artikkeleissa tarkastellaan kuluttajia ja kotitalouksia toimijoina talous- ja yhteiskuntaelämän keskeisillä areenoilla, hyvinvointia edistävien palvelujen tuottajina omassa taloudessa, julkisten palvelujen käyttäjinä sekä kasvavien, kansainvälistyvien markkinapalvelujen käyttäjinä. Tuottaessaan ja käyttäessään palveluja kuluttajat myös kehittävät palveluja ja myötävaikuttavat palvelurakenteiden ja markkinoiden muutokseen. Kuluttajat ovat myös oman arkensa innovaattoreita, arkitiedon ja tutkimustiedon yhdistäjiä sekä keksimisen mestareita.

Artikkeleista ilmenee monialaisten tutkimuskysymysten haltuun otto ja ratkaisumahdollisuudet talous- ja yhteiskuntatieteellisten lähestymistapojen ja tutkimusmenetelmien avulla. Kvantitatiivisten kulutus-, ajankäyttö-, hinta- ym. tilastoaineistojen sekä kansainvälisten vertailevien tutkimusaineistojen avulla seurataan ja ennakoidaan kulutusmuutoksia, kotitalouksien toimintatapojen muutoksia sekä markkinarakenteiden muutoksia. Oman kuluttajapaneelin avulla kerätyt laadulliset tutkimusaineistot ovat tehneet Kuluttajatutkimuskeskuksesta laadullisen kuluttajatutkimuksen ja ryhmäkeskustelumenetelmän edellä kävijän. *Vox consumptoris* – Kuluttajan ääni, tulee menetelmällisesti aidoimmin esiin juuri kvalitatiivisen tutkimuksen välityksellä. Siksi viimeinen sana onkin annettu kirjassa kuluttajille.

Kuluttajatutkimuksen nykyinen näkyvyys ja vaikuttavuus ovat pitkäjänteisen kehittämisen tulosta. Johtaja, professori Eila Kilpiö on luotsannut Kuluttajatutkimuskeskusta sen perustamisesta 1.6.1990 lähtien. Omistamme vuosikirjan Eila Kilpiölle hänen 60-vuotispäivänään.

Vaikka kaikkien henkilöiden nimet eivät näy artikkeleissa tai toimitustyössä, tutkimuskeskuksen jokainen työntekijä on edistänyt vuosien mittaan kirjan syntymistä omassa asiantuntijatehtävässään tutkimuksessa, tietopalvelussa, tietohallinnossa tai yleishallinnossa. Suurimman työn on tehnyt kuitenkin Eila Kilpiö itse.

Helsingissä syyskuussa 2005
Toimituskunta

SISÄLLYS

KOTITALOUSTUOTANNON PITKÄ MARSSI TILASTOIHIN.....	1
<i>Johanna Varjonen, Kristiina Aalto</i>	
TISKILTÄ DESKILLE	23
<i>Hannu Kytö, Leena Aatola, Helena Tuorila</i>	
MOBIILIPALVELUT SUOMALAISTEN ARJESSA.....	41
<i>Kaarina Hyvönen, Petteri Repo</i>	
PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN SUURYKSIKÖT, SUUNNITTELU JA SUHTEELLISUUS	61
<i>Katri Koistinen</i>	
MARKKINARAKENNE JA KILPAILU SUOMESSA	75
<i>Ville Aalto-Setälä, Kaisa Matschoss, Marita Nikkilä, Paavo Saarinen</i>	
MIKSI KULUTTAJAT VAIHTAVAT VAKUUTUSYHTIÖTÄ?	87
<i>Raija Järvinen, Ritva Remes</i>	
KULUTUS NUORTEN VELKAANTUMISEN TAUSTALLA?	107
<i>Anna-Riitta Lehtinen, Liisa Peura-Kapanen</i>	
"KOVIN PERIAATTEELLISTA TÄMÄ EI OLE." KULUTTAJIEN RUOAN VALINTA JA ARKISET TOIMINTATAVAT	121
<i>Katja Järvelä, Johanna Mäkelä</i>	
"KOHTUUDELLA KAIKKEA". MAALLIKOT JA ASiantuntijat TERVEELLISESTÄ SYÖMISESTÄ	141
<i>Mari Niva, Sanna Piironen</i>	
RAAKA-AINEISTA ATERIOIHIN	163
<i>Mirja Viinisalo</i>	
URHEILULAJIEN SYNTY	183
<i>Tanja Kotro, Mika Pantzar</i>	
KULUTTAJAT ÄÄNESSÄ! – KOKEMUKSIA RYHMÄ- KESKUSTELUSTA KULUTTAJATUTKIMUSKESKUKSEN TOIMINNASSA	193
<i>Eva Heiskanen, Katja Järvelä, Annukka Pulliainen, Mika Saastamoinen, Päivi Timonen</i>	



KOTITALOUSTUOTANNON PITKÄ MARSSI TILASTOIHIN

Johanna Varjonen, Kristiina Aalto

Artikkelissa käsitellään kotona palkatta tuotettuja palveluksia, niiden määrän ja arvon mittaamista sekä vaikutusta kulutukseen. Keskustelua siitä, pitäisikö kotitalouksien tuottamat palvelut sisällyttää taloustilastoihin ja kansantaloutta koskeviin analyyseihin, on käyty niin kauan kuin taloudellisia tilastoja on ylipäättään laadittu. Erillistutkimukset ovat osoittaneet, että kotitalouksien omaan käyttöönsä tuottamalla hyödykkeillä on suuri merkitys ihmisten hyvinvoinnille, mutta systemaattisen tiedonkeruun puuttuminen on pitänyt asian näkymättömissä ja poissa virallisesta talouspuheesta. Kansantalouden tilinpidon oheen laadittava erillistili, satelliittili, voi tulevaisuudessa korjata tämän puutteen. Artikkelin tavoitteena on valottaa tilastointia edistäneitä ja hidastaneita prosesseja sekä luoda katsaus kotityön kehitykseen 1980-luvulta lähtien.

Todistettavasti tuottavaa toimintaa

Ensimmäinen kotitaloustuotannon erillistili kansantalouden tilinpidon oheen laadittiin Suomessa jo vuonna 1943. Valter Lindberg esitti laskelmat Suomen kansantulosta ja sen rinnalla kotitaloustuotannosta (työn arvosta) vuosilta 1926–1938. Lindberg korosti käsitteiden, määritelmien ja laskentamenetelmien kuvaamisen tärkeyttä, jotta lukujen ajallinen ja paikallinen vertailu tulisi mahdolliseksi. Tässä yhteydessä hän pohti myös kotitalouksien tuotannon roolia kansantaloudessa. Hän totesi kotitaloustuotannon täyttävän taloudellisen tuotannon tuntomerkit, mutta päätyi kuitenkin siihen, että kotitaloustuotanto on tarpeen esittää erillään muista luvuista. Syy oli käytännöllinen:

”Tämäntapaisia palveluja on niin lukuisasti ja niiden kokoonpano on niin vaihteleva, että jo niiden luetteleminen kohtaisi ylivoimaisia vaikeuksia. Kun vielä otetaan huomioon, että näillä palveluksilla ei ole yleensä mitään vaihtoarvoa, on luonnollista, että ne on jo käytännöllisistä syistä jätettävä laskelmien ulkopuolelle. On kuitenkin ehdottomasti korostettava, että tämä tapahtuisi etupäässä käytännöllisistä syistä, sillä niiden avulla muodostuu uutta tuloa.”

Toisaalta, hän lisää:

”Mutta toiselta puolen on myönnettävä, että perheenemäntien kodeissa suorittamat, taloudellisestikin arvokkaat palvelukset eivät ole niin suuressa määrin taloudellista laatua, vaan elämän muoto, sosiaalinen tehtävä, rakkaudesta johtuva huolenpito muista.” (Lindberg 1943, 113)

Nämä kaksi kommenttia sisälsivät ne olennaiset esteet, joiden perusteella kotitaloustuotanto pysyi tilinpidon ulkopuolella jatkossakin.

Vuosisadan alkuvuosikymmenet olivat kotitalousalalla vilkkaan keskustelun ja kehityksen aikaa. Taloustieteilijä, yliopiston opettaja Laura Harmaja kirjoitti ahkerasti kotitalouksien omaan käyttöönsä tuottamien tavaroiden ja palvelujen hyvinvointivaikutuksista. Elli Saurio teki uraauurtavan tutkimuksen emäntien ajankäytöstä, ja kotitalous saatiin oppiaineeksi yliopistoon. Yhdysvalloissa kotitaloutta opetettiin ja tutkittiin monissa yliopistoissa (Harmaja 1946, Saurio 1947, Heinonen 1998, 92–107, 229). Samaan aikaan kehitettiin kansantalouden tilinpidon kehikkoa YK:n ja muiden kansainvälisten organisaatioiden yhteistyönä. Ensimmäinen suositus System of National Accounts, SNA, julkaistiin vuonna 1953 (United Nations... 1993). Huolimatta aktiivisesta keskustelusta kotitaloustuotanto rajattiin tilinpidon ulkopuolelle. Se ei jäänyt ulkopuolelle siksi, että sen ei olisi todettu olevan tuottavaa taloudellista toimintaa. Laura Harmaja puki sanoiksi todennäköisen syyn jo vuonna 1946:

”...Allekirjoittanut haluaisi puolestaan lausua, että tämän [kansantalous]tieteenalan edustajat, niin vanhemmat kuin nykyisetkin, ovat antaneet talouselämästä epätäydellisen kuvan sen vuoksi, että he ovat katsoneet asioita yksipuolisesti elinkeinojen kannalta. He ovat olleet vieraita sille puolelle ihmisen taloudellista toimintaa, jota harjoitetaan kodeissa, koska he voivat ottaa siihen osaa pääasiallisesti vain ns. talousrahan antajina ja niiden etujen nauttijoina, joita tämän talouden muoto kuluttavalle perheenjäsenelle tarjoaa. Siinä tarvittavan työn määrästä ja laadusta heillä ei liene kellään ollut omaa kokemusta ja yksityisen kodin toiminta on tuntunut vain perin vähäpätöiseltä suurten liikkeiden rinnalla. Täten onkin kotitalous taloudellisessa tutkimuksessa jäänyt hyvin huomaamattomaan asemaan.” (Harmaja 1946, 5, ref. Niskanen 2002, 36)

Kun kotityö oli jäänyt taloustilastoinnin ulkopuolelle, sitä ei lukuisista yrityksistä huolimatta sinne enää saatu. Kansantalouden tilinpidon tehtävänä korostui valtioiden taloudellisen kehityksen, nimenomaan rahamääräisen kehityksen ja suhdannevaiheiden seuraaminen. Kotitaloustuotannon sisällyttäminen laskelmiin olisi tuhonnut nämä tavoitteet. Tärkeää oli tuotettujen tietojen kansainvälinen vertailtavuus. Brutto-kansantuotteen suuruudesta tuli maiden taloudellisen kehittyneisyyden mittari, ja se tulkitaan usein samalla hyvinvoinnin mittariksi. Käsitystä kotitalouksien tuotannollisesta roolista yhteiskunnassa muokkasi modernisaatioteoria, jonka mukaan tämä rooli kutistuisi kutistumistaan markkinoiden ja hyvinvointiyhteiskunnan ottaessa hoitaakseen tuotannolliset tehtävät. Kotitalous ei siten ollut kiinnostava analyysikohte talous- ja sosiaalitutkimuksessa. Tätä tulkintaa on alettu kyseenalaistaa vasta 1990-luvulla (Esping-Andersen 1999, 47).

Naistutkimus ja tasa-arvon korostaminen

Kuusikymmentäluvulla voimistunut naisliike raivasi tietä naisten osallistumiselle työelämään tasa-arvoisesti miesten kanssa. Tämä edellytti parempia mahdollisuuksia perheen ja työn yhdistämiselle, missä kotityöt ja lastenhoito olivat suurimpia esteitä. Vuonna 1979 tehty ajankäyttötutkimus paljasti kotityön suuren määrän ja osoitti sen epätasaisen jakautumisen kodeissa (Niemi ym. 1981). Poliittikatavoitteeksi muodostui siirtää osa kotityöstä julkiselle sektorille ja jakaa loput kotona tasan miesten ja naisten kesken.

Naistutkimus, joka voimistui erityisesti 1980-luvulla, nosti palkattoman kotityön yleiseen tietoisuuteen, nimenomaan sukupuolisesti kategorisoituna marxilaiseen teoriaan perustuvana käsitteenä, reproduktiona. Tutkimuksessa peräänkuulutettiin uusia talousteorioita, joissa naisnäkökulma tulisi esille esimerkiksi taloudellisen tehokkuuden uudelleen määrittelyllä.

”Mikä on taloudellisesti tehokasta – mistä löytyisi aineksia ajattelulle, joka ei nojaisi vain esineellisen työn ja siitä kehivän rahatalouden varaan vaan ottaisi huomioon myös ihmissuhdetaidot – laajemmin sanoen toisille olemisen ja vasturationalisuuden?”
(Saarinen 1993, 245)

Tässä keskustelussa ei ole ollut tilaa kotityön arvon mittaamiselle valtavirtataloustieteen keinoin, jota kotityön tilastointi kansantalouden tilinpidon osana epäilemättä tarkoittaa. Taloudellisen arvon mittaamisen on myös pelätty korostavan liikaa kotityön taloudellista roolia ja jättävän sivuun kulttuuriset, sosiaaliset ja kasvatukselliset merkitykset.

Ajankäyttötutkimukset, joita tehtiin monissa maissa, houkuttelivat kuitenkin estimoimaan kotityön arvoa. Se käy verrattain helposti kertomalla työtunnit sopivilla palkoilla. Työn arvo vastaa kotitaloustuotannon arvonlisäyksen likiarvoa, joka suhteutettuna bruttokansantuotteeseen antaa käsityksen kotitaloustuotannon suhteellisesta koosta kansantaloudessa. Tuloksista on tehty kansainvälisiä vertailuja, vaikkakin niihin on sisällytetty menetelmällisiä ja palkkatasoihin liittyviä eroja. Kotityön arvo on vaihdellut 30–50 prosenttia BKT:sta. Naisten osuus kotitaloustuotannosta on ollut noin 65 prosenttia läntisissä teollisuusmaissa lukuun ottamatta Japania, jossa se oli 85 prosenttia vuoden 1996 tutkimuksen mukaan (OECD 1995, 45–57, Varjonen 2000, 49).

Kotityötutkimus, näkökulman laajentaja

Sosiaali- ja terveysministeriön Kotityötutkimus (Kilpiö 1980a) 1970- ja 1980-lukujen vaihteessa edusti uudenlaista näkökulmaa. Se tähtäsi kotitaloustuotannon yksityiskohtaisempaan analysointiin ja menetelmän kehittämiseen. Tavoitteena oli mitata kotitaloustuotantoa eri tavoin, sekä panoksiin että tuotoksiin perustuvia lähestymistapoja käyttäen. Kotitaloustuotannon erilaisten hyvinvointivaikutusten selvittämiseksi tutkimuksessa pohdittiin kotityön määrittelyjä ja ryhmittelyjä sekä vaikutuksia eri kotitaloustyyppeihin. Tutkimus muodostui menetelmälliseksi kivi-jalaksi, johon kansainvälisessä kirjallisuudessa toistuvasti viitataan.

Kotityön tai kotitaloustyön käsite vaati määrittelyä, sillä terminologia ei ollut vakiintunut. Kotityötutkimuksessa *palkattomalla kotityöllä* tarkoitettiin sitä työtä, jota kotitalouden jäsenet tekevät yksityistalouden ja perheenjäsenien hoitamiseksi ja josta he eivät saa palkkaa talouden ulkopuolelta (Kilpiö 1980b, 1). Kotityö rajattiin koskemaan niitä työpanoksia, jotka eivät sisällyneet kansantalouden tilinpitoon (Kilpiö 1980a, 8).

Koottu aineisto oli huomattavasti laajempi kuin aikaisemmissa kotityötä tarkastelevissa tutkimuksissa. Otos suhteutettiin perusjoukkoon ja sille määritettiin kotitalouskohtaiset painokertoimet. Näin tulokset voitiin korottaa koko väestön tasolle. Aineisto käsitti sekä kotitalouksien tuottamat tavarat ja palvelukset (ateriat, leivonnaiset, vaatteet ym.) että työhön käytetyn ajan.

Kotitaloustuotannon laskenta institutionalisoituu

Uudistettaessa kansantalouden tilinpidon menetelmää (SNA93) keskusteltiin paljon tuotannon rajoista ja erityisesti omaan käyttöön tuotettujen tavaroiden ja palvelujen sisällyttämisestä tilinpitoon. Tuloksena oli

jonkinasteinen kompromissi, jossa omaan loppukäyttöön tuotetut tavarat sisällytettiin tilinpidon rajoihin, mutta palveluja ei sisällytetty (poikkeuksena asumispalvelut omaan käyttöön). Kotitaloustuotannon näkyväksi tuleminen kannalta päätöksellä ei ollut suurta merkitystä, sillä lähes koko kotitaloustuotanto määriteltiin palvelujen tuotannoksi. Paljon merkittävämpi oli päätös mahdollisuudesta laatia satelliittitilejä, jotka ovat ydintilinpidosta erillisiä, mutta sen kanssa yhteensopiviksi laadittuja tilejä. Tällöin kotitaloustuotanto voidaan kuvata koko laajuudessaan ja haluttaessa integroida kansantalouden ydintilinpitoon.

Vuonna 1995 Pekingin naisten maailmankongressissa laaditussa toimenpideohjelmassa suositetaan, että naisten osuus taloudellisesta toiminnasta pitäisi saada paremmin näkyviin tilastoissa. Suomi sitoutui muiden maiden ohella tavoitteeseen. Kotitaloustuotannon arvon estimaatteja onkin laadittu eri puolilla maailmaa verrattain runsaasti vuoden 1995 jälkeen. Satelliittitili sinänsä kuvaa kotitalouksien tuotantoa erottelamatta miesten ja naisten panoksia, joten ajankäyttötutkimukset ovat siinä suhteessa edelleen parhaita tietolähteitä. Käyty keskustelu oli kuitenkin jo herättänyt taloustieteilijät huomaamaan kotitaloustuotannon ja markkinatuotannon välisten siirtymien vaikutuksen erityisesti pitkän aikavälin taloudelliseen kehitykseen (esim. Taimio 1991).

Kotitaloustuotannon satelliittitilin laatimisen metodia on kehitetty aktiivisesti viime vuosikymmenen aikana. Saksassa laadittiin ensimmäinen satelliittitili 1990-luvun alussa, samoin Suomessa (Schäfer & Schwarz 1994, Vihavainen 1995). Eurostatin aloitteesta ja rahoittamana on syntynyt kaksi menetelmäraporttia. Ensimmäisessä on laadittuna kokonaisuus kotitaloustuotannon satelliittitiliksi panoksiin perustuvaa menetelmää käyttäen (Varjonen ym. 1999). Toinen on Eurostatin työryhmän raportti (Household production... 2003), jonka laatimiseen osallistui edustajia Eurostatin ja Suomen lisäksi kuudesta maasta. Tässä työssä tarkastelunäkökulmaa laajennettiin myös tuotoksiin perustuvaan menetelmään. Työryhmän johtopäätöksen mukaan tarvitaan vielä lisää tutkimusta ja käytännön kokemusta tilien laatimisesta, ennen kuin lopullisia suosituksia voidaan tehdä.

Satelliittitileissä lasketaan koko tuotoksen arvo, joka muodostuu työstä, pääoman kulumisesta ja tuotannossa käytettyjen raaka-aineiden ja muiden välituotteiden arvosta. Näin laadittuja tilejä on tuotettu Saksassa, Britanniassa, Australiassa, Unkarissa, Espanjaan kuuluvassa Baskimaassa ja Suomessa (Schäfer 2004, Holloway ym. 2002, Soupournas & Ironmonger 2002, Szép 2003, Prado Valle 2000, Varjonen & Aalto 2005). Satelliittitilit on laadittu kansallisissa tilastovirastoissa tai yhteistyössä niiden kanssa.

Suomen satelliittitilissä on Kotityötutkimuksen tavoin tehty kattava analyysi kotitaloustuotannon arvosta erilaisissa kotitalouksissa ja eri

tehtävääalueilla (Varjonen & Aalto 2005). Lisäksi kotitaloustuotanto on integroitu ydintilinpidon kotitaloussektoriin ja siten koko talouteen. Integrointi luo mahdollisuuden tarkastella muutoksia, joita kotitalouksien tuotannon mukaan ottaminen laskelmiin tuo kokonaistuotokseen, -kulu- tukseen ja kotitalouksien säästämiseen.

Kotityö ei ole katoamassa

Kotityötutkimuksesta kotitaloustuotannon satelliittitiliin on kulunut runsaat kaksikymmentä vuotta, joiden aikana suomalainen yhteiskunta on muuttunut. Elintaso on noussut ja elämä kiireistynyt sekä työelämässä että vapaa-aikana. Miten muutokset näkyvät kotitalouksien arjessa, kotitöiden rakenteessa ja määrässä?

Kotityötutkimuksen ja satelliittitilissä käytetyn Tilastokeskuksen ajankäyttöaineistot on koottu kotitalouskohtaisesti yli 10-vuotiailta perheen- jäseniltä, jotka täyttivät ajankäyttöpäiväkirjaa kahden päivän ajan. Molempiin liittyi myös kotitalouskohtainen haastatteluaineisto ja ateria- oita koskeva kysely. (Kilpiö 1980b, 14–15, Niemi & Pääkkönen 2001). Erona on, että Kotityötutkimuksen aineisto on koottu keväällä ja Tilastokeskuk- sen ajankäyttöaineisto kattaa koko vuoden. Tässä vertailussa ajankäytön luokituksen erot pyrittiin korjaamaan siten, että vuoden 2000 ajankäyttö- aineisto vastaa mahdollisimman tarkoin Kotityötutkimuksen luokitusta (ks. liite).

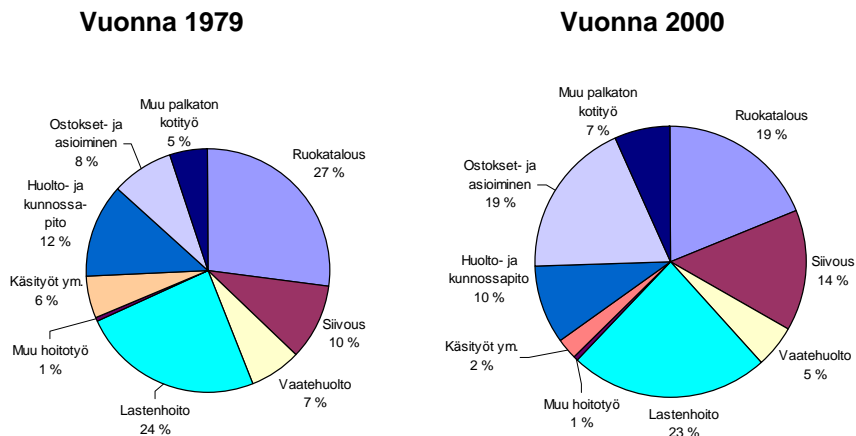
Kotitaloutta kohti lasketut kotityöajat ovat muuttuneet vuodesta 1979 vuoteen 2000 jonkin verran. Kotityöaika on vähentynyt noin kymmenen tuntia viikossa eli 50,4 tunnista 40,8 tuntiin. Koko väestön tasolla tapah- tunutta muutosta kotityön arvossa ja sen BKT-osuudessa kuvataan alla olevassa laskelmassa. Kotityötutkimuksessa työ arvoitettiin kotiaavustajan palkan mukaan ja satelliittitilissä kotiaavustajan/kodinhoitajan palkan mukaan. Molemmissa palkkaan on sisällytetty työnantajan sosiaali- vakuutusmaksut ja lomakorvaus.

Työn arvo suhteessa bruttokansantuotteeseen		
	1980	2001
Tuntipalkka	2,28 euroa	11,99 euroa
Kotityön arvo	13 092 milj. euroa	62 286 milj. euroa
Työn osuus BKT:sta	41,7 %	46,4 %

Vuonna 1980 kotityön arvo 13,53 mk/tunti, koko kansantaloudessa 77 841,7 milj. mk, joka ennakkotietoon perustuvasta BKT:sta oli 41,7 prosenttia (Säntti ym. 1982, 61–62). Vuoden 2001 lähde: Varjonen & Aalto 2005. Molempina ajankohtina mukana on vain kansantalouden tilinpidon ulkopuolelle rajattu kotitaloustuotanto.

Huolimatta kotitaloutta kohti lasketun kotityöajan vähenemisestä sen arvo on kasvanut ja osuus BKT:sta samoin. Selityksen tarjoavat kotiavustajan/kodinhoitajan palkan kasvu (vuonna 2001 ei tilastoitu kotiavustajan palkkaa yksinään) sekä kotitalouksien lukumäärän kasvu vertailuaikana. Kotitalouksien määrä on lisääntynyt noin 1,543 miljoonasta 2,381 miljoonaan eli puolitoistakertaistunut. Vuoden 2001 satelliittitilissä on päädytty käyttämään bruttopalkkaa ilman työnantajan sosiaalivakuutusmaksuja. Silloin työn arvoksi tulee 52 355 milj. euroa, joka on 39 prosenttia BKT:sta.

Ajankäytön rakenteessa on tapahtunut muutoksia, mutta ei samanlaisina kaikissa perhetyypeissä. Ruokataloustöihin kului lähes kolmannes kotityöajasta vuonna 1979, ja sen osuus on vähentynyt viidennekseen vuonna 2000 (2,3 -> 1,3 h/vrk). Niin ikään käsitöiden ja vaatehuollon osuudet ovat pienentyneet. Vastaavasti ostoksiin ja asiointiin kuluva osuus on kasvanut 8 prosentista 19 prosenttiin (0,9 -> 1,2 h/vrk). Myös siivouksen osuus on kasvanut. Kuvaan 1 on koottu tehtäväryhmien osuudet kotityöajasta lapsiperheissä vuonna 1979 ja vastaavat luvut Tilastokeskuksen ajankäyttötutkimuksesta, jonka aineisto on koottu vuosina 1999 ja 2000.

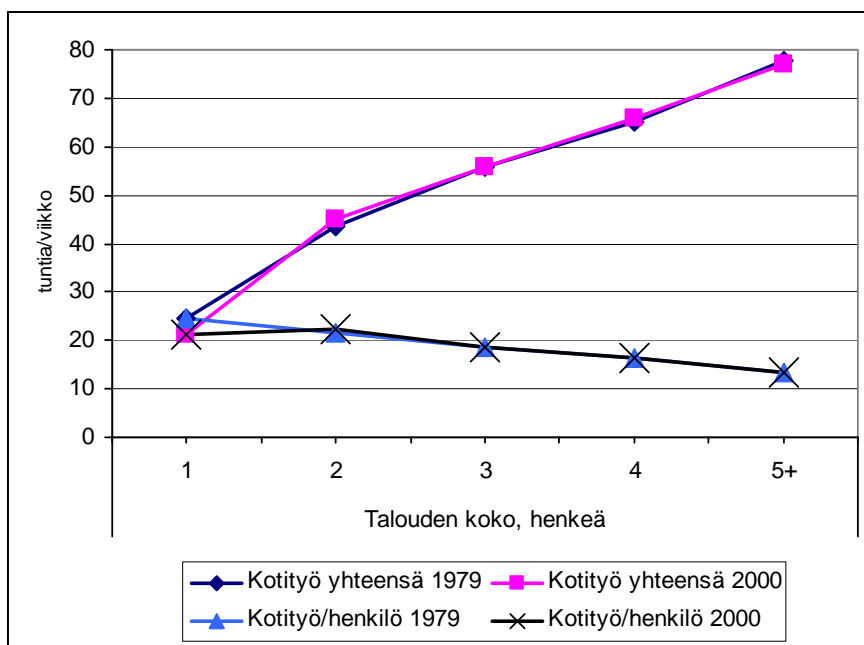


Kuva 1. Kotityön rakenne lapsiperheissä vuosina 1979 ja 2000.

Ostoksiin ja asiointiin käytetään nykyisin lähes yhtä pitkä aika kuin ruokataloustöihin, kun aiemmin asiointiaika oli useimmissa talouksissa huomattavasti lyhyempi. Lastenhoitoaika on lyhentynyt lähes kolmella tunnilla viikossa talouksissa, joissa on yksi lapsi, mutta suuremmissa talouksissa pysynyt lähes ennallaan.

Kotityöaika pysynyt lähes vakiona, sisältö muuttunut

Kotitöihin käytetty aika on vähentynyt yhden hengen talouksissa ja pienissä lapsiperheissä, mutta pysynyt muissa talouksissa suunnilleen ennallaan. Koska pienten talouksien suhteellinen osuus on kasvanut, kaikkien talouksien keskimääräinen kotityöaika on vähentynyt. Kotitöihin käytetty kokonaisaika kasvaa talouden koon kasvaessa, mutta henkeä kohden laskettu kotityöaika pienenee. Huomion arvoista on, että samankokoisissa talouksissa, kotityöaika on edelleen jokseenkin yhtä pitkä kuin se oli vuonna 1979 lukuun ottamatta yhden hengen talouksia (ks. Säänti ym. 1982, Aalto & Varjonen 2005) (kuva 2). Sama koskee myös lapsiperheitä.

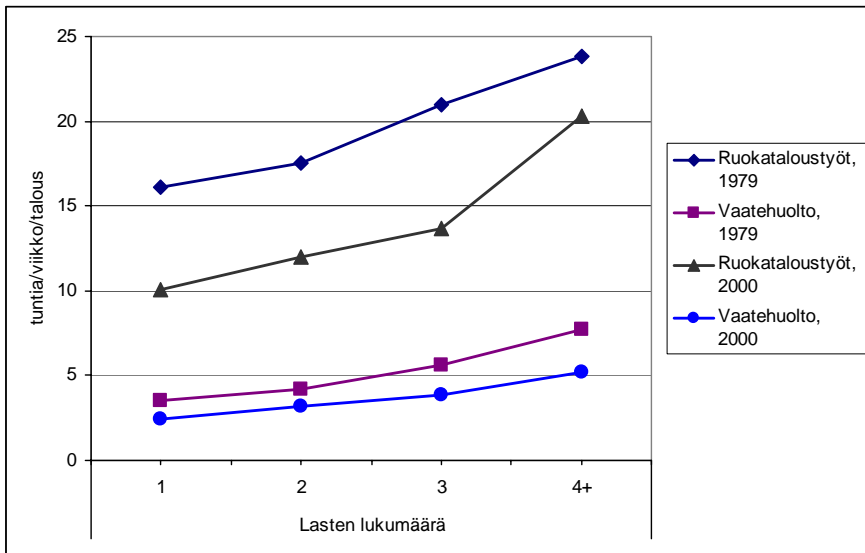


Kuva 2. Kotityöaika vuosina 1979 ja 2000.

Vaikka kokonaiskotityöajassa ei ole tapahtunut suuria muutoksia 20 vuoden aikana, niin yksittäisiin kotitöihin käytetty aika on muuttunut kuten kuvasta 2 käy ilmi. Kuvassa 3 esitetään tehtävät, joihin käytetty aika on vähentynyt. Ruokataloustöihin käytetty aika on lyhentynyt eniten ja sen suhteellinen osuus kotitöistä on vähentynyt selvästi. Aikaa kuluu vähemmän, sillä ruokia ei kotona valmisteta raaka-aineista lähtien yhtä

usein kuin ennen, ja aineksetkin ovat esivalmisteltuja. Einesten, pakas- teiden ja itse tehtyjen ruokien lämmitystä on lisännyt erityisesti mikro- aaltouunien nopea yleistyminen kotitalouksiin 1980-luvun alkupuolelta lähtien. Nykyisin mikroaaltouuni on 74 prosentissa kotitalouksia (Ahlqvist & Berg 2003). Erityisesti yhden hengen talouksissa ja pienten lasten perheissä ruokataloustyöaika on lyhentynyt. Selityksenä ainakin osaksi lienevät kaupan valmisruoat ja kodin ulkopuolella ruokailu.

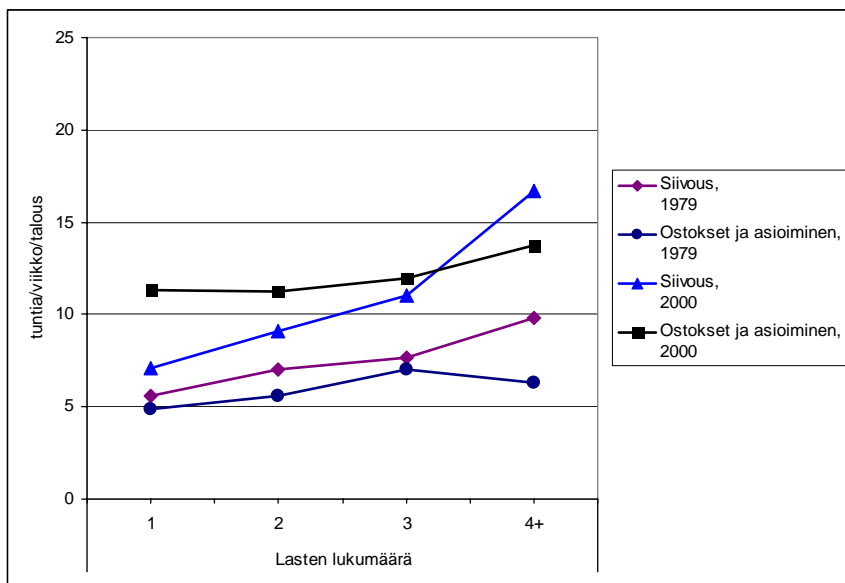
Vaatehuoltoaika kotitaloutta kohden on niin ikään lyhentynyt (kuva 3), vaikka pyykkimäärät ovat kasvaneet. Kotitalouden koon ja rakenteen ohella myös pesukoneen omistus vaikuttaa merkittävästi pyykinpesu- kertoihin. Niissä talouksissa, joissa oli automaattipesukone, pestiin vuonna 1979 pyykkiä useammin kuin niissä, joissa oli pulsaattorikone tai ei pesukonetta ollenkaan. Pesukoneen omistavilla myös pyykkimäärät olivat muita suurempia (Kotitalous- ja kuluttaja-asiain tutkimuskeskus 1975, Aatola & Heikkilä 1983, 17). Oma pesukone on lyhentänyt teks- tiilien hoitoon käytettyä aikaa ja sillittäminen on vähentynyt (Aalto 2003, 25). Nykyisin lähes 90 prosentilla talouksista on oma automaattipesukone, kun vuonna 1981 automaattipesukone oli 57 prosentilla, noin 14 prosen- tilla oli pulsaattoripesukone ja lähes joka kolmannella taloudella ei ollut omaa pesukonetta lainkaan. Työtehoseuran tutkimuksen mukaan 10 kg:n pyykkierä pulsaattorikoneella vei lähes kaksi tuntia, kun automaatti- pesukoneella se vaati työtä vain kymmenen minuuttia (Oittila 1963).



Kuva 3. Ruokatalous- ja vaatehuoltoaika lapsiperheissä vuosina 1979 ja 2000.

Ostoksiin ja asiointiin puolestaan käytetään kaiken kokoisissa kotitalouksissa lähes kaksinkertainen aika aiempaan verrattuna (kuva 4). Myymälät ovat nykyisin suurempia ja ne ovat kauempana keskustoista. Ostosaikaa lisää myös se, että ilmeisesti yhä useammin ostoksilla käydään yhdessä muiden perheenjäsenten kanssa. Tutkimuksessa ostosajaksi ei ole laskettu pelkkää näyteikkunoiden katselua, mutta kylläkin tuotteiden tutkiskelu liikkeessä, vaikka mitään ei ostettaisikaan. Shoppailu-tyyppinen asiointi on ehkä myös lisääntynyt, jolloin ostoksilla viihdytään entistä pidempään.

Myös siivoukseen kuluu hieman enemmän aikaa kuin aiemmin (kuva 4), mikä johtunee pitkälti siitä, että asunnot ovat aiempaa tilavampia ja tavaroita on enemmän. Vuonna 1980 asuntojen keskipinta-ala oli 70 neliometriä ja vuoteen 2001 keskipinta-ala oli kasvanut 77 neliometriin (Tilastokeskus 2002, 8). Erityisesti lapsiperheissä siivousaika on pidentynyt. Kotityötutkimuksen mukaan alle 7 prosenttia talouksista oli käyttänyt ulkopuolista siivousapua keskimäärin 5,6 tuntia kuukaudessa (Suviranta & Mynttinen 1980, 30). Vuonna 2003 siivouspalveluita käyttäneitä talouksia oli jo lähes 20 prosenttia (Varjonen ym. 2005, 92).



Kuva 4. Ostos- ja asiointiaika sekä siivousaika lapsiperheissä vuosina 1979 ja 2000.

Käsitöiden sekä puu- ja metallitöiden tekeminen on vähentynyt aiemmasta ja yhä harvempi tekee näitä töitä. Nykyisin vaatteita valmistaa päivittäin vain alle 3 prosenttia naisista ja muita tekstiilitöitä tekee runsas

7 prosenttia. Käsitöihin osallistuminen ja ajankäyttö on vähentynyt lähes kolmasosaan 20 vuoden takaisesta. (Niemi & Pääkkönen 1989, 73, Niemi & Pääkkönen 2001, 98). Naiset tekivät käsitöitä vuonna 2000 yhteensä pää- ja sivutoimintona noin puolitoista tuntia viikossa, kun vuonna 1979 jo yksin päätoiminen käsityöaika oli yli tunnin pidempi.

Kotityötutkimuksen mukaan (Säntti 1983, 2) vaatteita valmistettiin 68 prosentissa kotitalouksista ja yli puolessa kotityötutkimuksen kotitalouksista valmistettiin kodin tekstiilejä. Valmistus yleistyi kotitalouden koon kasvaessa ja lapsiperheissä tehtiin vaatteita lapsettomia talouksia enemmän (Säntti 1983, 7–10). Heikkisen (2002, 43–45) opinnäytetyön mukaan nykyisin noin joka toisessa lapsiperheessä valmistetaan lasten vaatteita jossain määrin, lähes yhtä monessa ei lainkaan ja vain harvoissa perheissä vaatteita valmistetaan paljon. Vaatteiden valmistajana oli yhtä usein isoäiti kuin äitikin.

Niin ikään ajankäyttö huolto- ja kunnossapitotöihin on vähentynyt erityisesti lapsiperheissä. Vesihuolto ja lämmitys ovat helpottuneet teknisten ratkaisujen ansiosta ja korjaustöitä ostetaan nykyisin ehkä aiempaa enemmän palveluina.

Kotitalouden hoidosta vastaavan henkilön työssäkäynnin on todettu selittävän kotityön määrää. Erot kotiäitien ja työssäkäyvien äitien välillä näyttävät kasvaneen. Yli puolet Kotityötutkimuksen kotitalouden hoidosta vastaavista henkilöistä kävi ansiotyössä kodin ulkopuolella. Näissä talouksissa tehtiin 1,2 tuntia vähemmän kotityötä kuin niissä talouksissa, joissa kotitalouden hoidosta vastaava henkilö ei käynyt ansiotyössä. Tuloilla puolestaan ei ollut selvää yhteyttä palkattoman kotityön määrään (Säntti ym. 1982, 31). Vuonna 2000 lapsiperheiden äideistä yli 70 prosenttia kävi ansiotyössä ja heistä lähes kaikki olivat kokopäivätyössä. Heidän kotityöaikansa oli lähes kolme tuntia lyhyempi kuin niiden äitien, jotka eivät olleet ansiotyössä. Niin ikään isien kotityöaika piteni, jos he eivät olleet ansiotyössä, mutta vähemmän kuin äideillä (Pääkkönen & Niemi 2002, 42).

Case: Pyykinpesun arvo eri menetelmin

Kotitaloustuotantoa voidaan mitata ja sen arvoa estimoida panoksiin (ajankäyttöön ja muihin kustannuksiin) tai tuotoksiin perustuvilla laskelmilla. Seuraavassa esitetään pyykinpesun ja muun vaatehuollon arvo laskettuna eri menetelmillä. Vaatehuolto on ainoa tehtäväalue, josta on olemassa tämäntyyppistä vertailutietoa. Ylipäättään tuotoksista on toistaiseksi esitetty hyvin vähän empiirisiä tuloksia Kotityötutkimusta lukuun ottamatta.

Kotitaloustuotannossa käytetyistä panoksista (aika, raha) on käytettävissä tietoja Tilastokeskuksen kotitaloustiedusteluista ja ajankäyttötutkimuksista. Vain harvoissa tutkimuksissa panoksiin ja tuotoksiin perustuvat menetelmät on yhdistetty kuten Kotityötutkimuksessa (Kilpiö 1980b, Suviranta & Mynttinen 1981).

Tekstiilienhoidon tuotoksia voidaan mitata pesukertoina yhteensä, erilaisten pyykkilajien pesukertoina, pestyjen tekstiilien ja vaatekappaleiden lukumäärinä tai kilomäärinä. Eri tutkimuksissa kokonaispyykkimäärää on selvitetty erilaisin laskelmin, jotka perustuivat kotitalouksien ilmoittamaan pesukertojen ja pyykkilajien määrään ja kerralla pestävien pyykkierien painoihin tai tekstiilien vaihtonopeuteen ja tekstiilituotteiden keskimääräisiin painoihin. Kotitalouksien ilmoitukset pyykkimäärästä ja pesukerroista puolestaan ovat perustuneet kirjanpitoon tai muistinvaraiseen tietoon (Kotitalous- ja kuluttaja-asiain tutkimuskeskus 1975, Suviranta & Mynttinen 1981, Aatola 1983, Aalto 2002).

Niin Kotityötutkimuksessa kuin nykyisinkin yksin asuvien pyykkimäärä oli henkeä kohden laskettuna keskimääräistä pienempi ja lapsiperheissä keskimääräistä suurempi (taulukko 1, Suviranta & Mynttinen 1981, 7, 13–14, Aalto 2003, 35–36). Vaikka eri aikoina toteutetut tutkimukset eivät ole täysin vertailukelpoisia keskenään mm. erilaisten mittausmenetelmien ja otantojen vuoksi, näyttää kuitenkin siltä, että pyykinpestäminen nykyisin aiempaa enemmän ja useammin. Suomalaisten pyykkimäärät ovat lähellä eurooppalaisten kotitalouksien keskiarvoa. (Novem/SAVE 2001, 16).

Taulukko 1. Talouksien pyykkimäärät vuosina 1979 ja 2000, kg.

Vuotuinen pyykkimäärä	Yhden hengen taloudet, kg/henkilö	Lapsiperheet, kg/henkilö	Kaikki taloudet, kg/talous
Vuonna 1979, kg	127	151	390
Vuonna 2000, kg	190	237	516

Aikapanoksena naisilta kului pyykinpesuun ja jälkikäsitteilyyn noin 6 prosenttia (24 min/vrk) kotitaloustöihin käytetystä ajasta vuonna 1979. Miehet puolestaan eivät juuri lainkaan käyttäneet aikaa tekstiilienhoitoon (Säntti & Väliaho 1982, 59, 39). Vuonna 2000 naiset käyttivät vaatehuoltoon edelleen noin 7 prosenttia kotitöihin käytetystä ajasta (16 min/vrk). Se on kotityö, johon miehet osallistuvat vähiten (alle 2 prosenttia kotityöajasta), joskin vaatehuoltoon osallistuneiden miesten osuus on

kasvanut hieman aiemmasta. Vaatehuoltoajasta naisten osuus on lähes 90 prosenttia (Pääkkönen & Niemi 2002, 86).

Vaatehuoltoon käytetystä ajasta suurin osa on käytetty pyykinpesuun, johon siis sisältyy myös lajittelu, ripustaminen kuivumaan sekä laskostaminen ja kaappiin laittaminen. Silityksen ja mankeloinnin osuus on noin neljännes ja muun vaatehuollon osuus on keskimäärin vain 4 prosenttia. Mankeloiminen ja silittäminen ovat vähentyneet huomattavasti verrattuna aiempaan (Aalto 2003, 25).

Koko maan tasolla tarkasteltuna vuonna 1979 kotitaloudet käyttivät pyykinpesuun 220 miljoonaa tuntia ja pesivät yhteensä 670,7 miljoonaa kiloa pyykkiä. Vuoteen 2000 kokonaispyykkimäärä lähes kaksinkertaistui ja työvoimakustannukset kasvoivat huomattavasti. Tuolloin vaatehuoltoitaita (päätoimintona) tehtiin Suomessa kaikkiaan noin 270 miljoonaa tuntia ja pestiin yhteensä 1 220 miljoonaa kiloa pyykkiä. Kotitalouksien pesemän pyykin osuus kaikesta Suomessa pestystä pyykistä oli 90 prosenttia ja muu pyykki jakaantui lähes tasan julkishallinnon ja kaupallisten pesuloiden kesken (Aalto 2003, 36, 53).

Taulukossa 2 esitetään laskelmat, joissa työn arvo on laskettu kahdella tavalla. Ajankäytön perusteella laskettu arvo on saatu kertomalla vaatehuoltoon käytetyt tunnit kotiaivustajan/kodinhoitajan palkalla. Tuotokseen perustuvassa laskelmassa lähdetään ajatuksesta, että kaikki kotitalouksien pesemä pyykki pestäisiin pesulassa. Tällöin työn arvo määrittyy pesulan työkustannuksista kyseisen pyykkimäärän käsittelyssä. Kun työlle on näin saatu markkina-arvo, on kiinnostavaa verrata sen avulla muodostuvaa tuntipalkkaa kodinhoitajan/kotiaivustajan palkkaan. Laskelma osoittaa, että pyykkimäärien (eli tuotoksen) ja pesulan työvoimakustannusten kautta laskettu tuntipalkka on vuonna 1979 pienempi mutta vuonna 2001 suurempi kuin kodinhoitajan/kotiaivustajan palkka. Ero johtuu todennäköisesti automaattipesukoneiden vuoksi tehostuneesta pyykinpesusta kodeissa.

Sama muutos näkyy myös työn arvon BKT-osuuksissa. Kun vuoden 1979 pyykkimäärä arvotettiin kilopyykin työvoimakustannusten perusteella, päädyttiin pyykinpesun arvoon, joka oli 1,2 prosenttia BKT:sta. Vuoden 2001 tuotos eli pestyn pyykin kilomäärän arvottaminen vastaavasti työvoimakustannusten osuuden (46,39 prosenttia) perusteella tuotti arvon 2,5 prosenttia BKT:sta. Tällöin pesuloiden kilopyykin hinnasta oli 75 prosenttia pikkupyykin ja 25 prosenttia liinavaatepyykin kilohintaa. Jos kaikki pyykki olisi laskettu liinavaatepyykin hinnalla, pyykinpesun arvo olisi pienempi, 1,5 prosenttia BKT:sta. Vuoden 2001 pyykinpesun arvo bruttokansantuotteesta oli suurempi myös pyykinpesuajan perusteella laskien niin kodinhoitajan kuin pesulatyöntekijän palkallakin laskien. Suuremmat arvot selittyvät lähinnä pyykkimäärien kasvulla.

Taulukko 2. Pyykinpesun arvo ja osuus BKT:sta¹ eri tavoin laskien.

	Vuonna 1979		Vuonna 2001	
		% BKT:sta		% BKT:sta
Ajankäytön perusteella Kotiavustajan/kodin- hoitajan palkalla, sisältäen työnantaja- kustannukset	2,28 e/h 725 milj. e	1,7 %	11,99 e/h 3 237 milj. e	2,4 % (2,0 % ilman ta.kuluja)
Pesulatyöntekijän palkalla, sisältäen työnantaja- kustannukset	2,38 e/h 749 milj. e	1,2 %	10,26 e/h 2 771 milj. e	2,0 %
Tuotoksen perusteella Pyykkimäärän ja kilopyykin pesulan työvoimakustan- nusten perusteella	670,7 milj. kg/v 332 milj. e	1,2 %	1 220 milj kg/v 3 423 milj. e	2,5 %
Laskennallinen tunti- palkka (jakamalla yllä oleva työvoimakus- tannus kotitalouden pyykinpesutunneilla)	1,43 e		12,68 e	

¹ BKT vuonna 1979 oli 166 959 milj. mk (28 080,5 milj. e) ja vuonna 2001 se oli 135 500 milj. euroa. (Vuoden 1979 laskelmat: Anon. 1986 (osa XIV, 9) ja Suviranta & Mynttinen 1981 (osa VII, 13–16) ja vuoden 2001 laskelmat pyykkimäärien osalta: Aalto 2003, 35 ja arvon osalta: Varjonen & Aalto 2005).

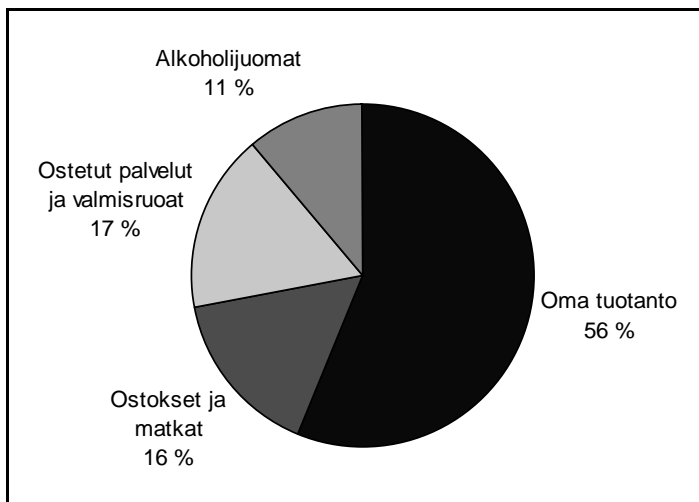
Edellä on laskettu ainoastaan työn arvoa, ei muita kustannuksia. Suomalaisten kotitalouksien vuodessa pesemän pyykkimäärän vuotuiset muut pesukustannukset (vesi-, energia- ja pesuainekustannukset sekä pääoman kuluminen) koko maan kotitalouksille olivat vuonna 2000 lähes 490 miljoonaa euroa. Mikäli kaikki pyykki kuivattaisiin koneellisesti, se aiheuttaisi lisäksi noin 400 miljoonan euron kustannukset. Silitykseen käytetystä ajasta (lähes 65 milj. tuntia) silitysraudan voidaan arvioida olleen käytössä noin 90 prosenttia. Silityksen energiakustannuksiksi muodostui koko maan kotitalouksille noin 4,7 miljoonaa euroa vuodessa (Aalto 2003, 37). Vastaavasti, jos vaatteet pesetettäisiin pesulassa, työn arvoon pitäisi lisätä muut kustannukset. Kaiken kotitalouksien itse pesemän pyykin kustannukset pesulassa pesetettynä olisivat olleet yhteensä 7 380 milj. euroa vuodessa sisältäen arvonlisäveron.

Hyvinvointia markkinoilta ja itse tuottaen

Verotuksesta myönnettävä kotitalousvähennys on nostanut kotitalouksien oman tuotannon poliittiseen keskusteluun. Kotitaloudet nähdään potentiaalisina työllistäjinä, jos ne ostavat palveluja markkinoilta sen sijaan, että tuottavat niitä itse. Mutta kotitalouksien, julkisen sektorin ja markkinoiden välillä on monenlaista vuorovaikutusta. Kotitalouksille myös siirtyy tehtäviä, joita informaatioteknologian kehittyessä voidaan siirtää käteväksi itsepalveluksi. Pitkään vallalla ollut käsitys kotitalouksien tuotannon kutistumisesta olemattomiin perustui siihen virhearvioon, että siirtymät olisivat yhdensuuntaisia, vain kotitalouksista yrityksiin ja julkiselle sektorille. Todellisuudessa siirtymiä on molempiin suuntiin. Ostoksiin ja asiointiin kuluvan ajan ja liikennekustannusten kasvu on tästä selvä osoitus. Myös eräät julkisen sektorin tehostamistoimet siirtävät käytännössä tehtäviä kotitalouksille. Esimerkkejä ovat kotipalvelun rajaaminen terveydenhoidollisiin tehtäviin tai avohoidon lisääminen. Kotityöt eivät voi kokonaisuudessaan siirtyäkään kodin ulkopuolelle, koska asumme pääosin yksittäisissä kodeissa emmekä kollektiiveissa, ja arki organisoituu asumisperusteisesti.

Kotityön siirtymistä markkinoille on ehkäissyt myös siinä koettu tekemisen ilo. Vaikka julkisuuden puhe usein kuvaa kotityön pakkona, se voidaan myös kokea rentouttavaksi työn vastapainoksi, jossa saa näkyvää tulosta aikaan (Varjonen ym. 2005, 48). Ruoan valmistus ja puutarhahoito ovat erityisesti keski-ikäisten suosiossa olevia harrastuksia. Niissä voi kokea haasteita, onnistumisen suoma nautintoa ja saada osakseen sosiaalista arvostusta (Timonen 2005, 5). Vaikka työ suo nautintoa, se ei poista sen taloudellista merkitystä. Aterialla on hinta riippumatta siitä, millä mielellä se on tuotettu, ja hyvin hoidettu puutarha nostaa asunnon arvoa, vaikka sitä hoidetaan omaksi viihtyvyydeksi.

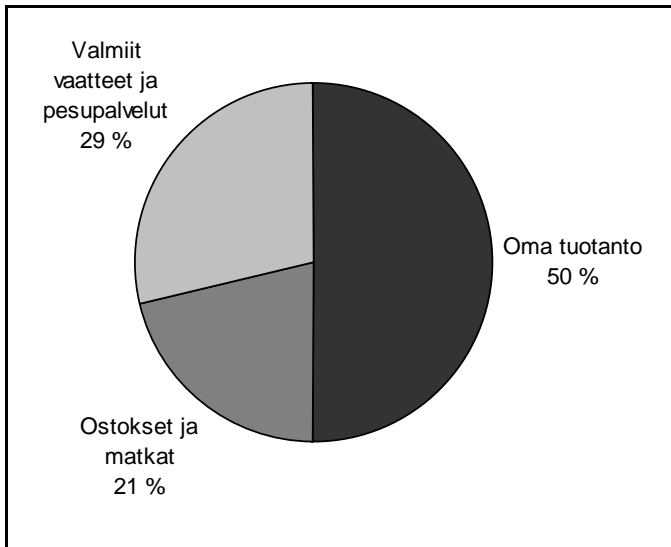
Kotitaloustuotannon satelliittitili antaa mahdollisuuden tarkastella oman tuotannon ja kotitalouksien ostamien palvelujen suhdetta. Kotitaloudet tuottavat palveluja omaan kulutukseensa aivan samalla tavoin kuin tavaroita ja palveluja ostetaan kulutettaviksi (kodeissa ei valmisteta aterioita, jollei niitä kukaan syö). Kotitalouksissa kulutuspäätös tavallisesti edeltää tuotantopäätöstä, toisin kuin markkinatuotannossa, jossa hyödykkeitä tuottaessa ei aina voida olla varmoja siitä, haluaako niitä kukaan kuluttaa. Seuraavassa esitetään kahden esimerkin avulla, miten kotitaloudet hankkivat kulutukseensa hyödykkeitä. Kuvassa 5 esitetään aterioiden, välipalojen ja alkoholijuomien kulutusta ja kuvassa 6 vaadetus ja sen huolto. Tiedot koskevat vuotta 2001. (Varjonen & Aalto 2005.)



Kuva 5. Aterioista ja välipaloista aiheutuneiden kulujen jakauma. (Kuluista laskennallisia ovat itse tuotettujen aterioiden arvo sekä ostosmatkat.)

Kotitaloudet ovat tuottaneet aterioita ja välipaloja omaan käyttöön noin 18 mrd. euron arvosta. Tämä arvo sisältää työn ja raaka-aineiden osuuden sekä koneiden ja laitteiden kulumisen. Markkinoilta ostettujen aterioiden ja välipalojen arvo on 5,4 mrd. euroa eli noin kolmannes oman tuotannon arvosta. Lukuun sisältyvät myös julkisen sektorin järjestämät tai tuottamat ateriat, joista kotitaloudet tavallisesti maksavat vain subventoidun hinnan. Ostettuihin tuotteisiin on sisällytetty ateriapalvelujen lisäksi välipalat, makeiset, kaupan valmisruoat sekä sellaiset elintarvikkeet, jotka normaalisti syödään sellaisenaan kuten jäätelö, mehut ja hedelmät. Niiden hinnoissa on mukana arvonlisävero. Erikseen on kuvattu ruokaostoksiin ja ostosmatkoihin liittyvän tuotannon arvo, joka on lähes 5 mrd. euroa. Ostoksilla käynti on välttämätön aputoiminto, jonka kuluista osa kohdistuu valmiiden aterioiden ja välipalojen ostoon ja osa kotitaloustuotantoon. Kuvaan mukaan on otettu myös alkoholijuomat, joista osan voidaan katsoa kuuluvan aterian osaksi, mutta joista suurin osa juodaan muussa yhteydessä. Alkoholijuomia kotitaloudet ovat kuluttaneet 3,4 mrd. euron arvosta vuonna 2001.

Kuva 6 vaatteiden hankinnasta ja pesusta ym. huollosta osoittaa, että oman tuotannon osuus on edelleen suuri, vaikka suurin osa vaatteista ostetaan valmiina. Oma tuotanto koostuu lähinnä pyykinpesusta ja jälkikäsittelystä. Vaatteiden ostamiseen kuluu viidennes koko tuotoksen arvosta. Vaatetuksen yhteydessä tuntuu hankalalta puhua pesun sijaan puhtaiden vaatteiden kulutuksesta tai puhdistuspalvelun kulutuksesta, mutta siitä itse asiassa on kyse. (Varjonen & Aalto 2005.)



Kuva 6. Vaatteista ja niiden huoltopalveluista aiheutuneiden kulujen jakauma.

Satelliittitilinpäidosta kehityksen kuvaaja

Kotityötutkimuksen ja satelliittitilinpäidön vertailu luo kokonaiskuvaa muutoksesta, josta on aiemmin ollut käytössä sirpaleista tietoa. Tuloksista käy ilmi, että kotityöaika kotitaloutta kohti laskettuna on vähentynyt, mutta se ei merkitse, että koko maassa kotitöitä tehtäisiin vähemmän kuin ennen. Päinvastoin, sillä kotitalouksia on nyt paljon enemmän ja niiden lukumäärä kasvaa koko ajan. Kotitalouksien rakennemuutos on myös otettava huomioon. Kotitöitä tehdään pienissä talouksissa vähemmän kuin ennen, mutta muun kokoisissa muutosta ei ole havaittavissa.

Kotityön arvo suhteessa bruttokansantuotteeseen osoittaa, vaikkakin likiarvoisesti, kotitaloustuotannon osuutta koko kansantaloudessa. Vuosien 1980 ja 2001 vertailulaskelma osoittaa, että osuus on kasvanut 42 prosentista 46 prosenttiin. Vuonna 1990 osuus oli Tilastokeskuksen laskelman mukaan 45 prosenttia (Vihavainen 1995).

Kasvu on vastoin kansainvälistä trendiä ja saa kysymään, onko tilanne Suomessa jotenkin erilainen kuin Saksassa, Espanjan Baskimaassa tai Australiassa. Laskelmissa käytetty tuntipalkka vaikuttaa työn arvoon. Vuonna 1979 käytetty kotiaavustajan palkka on kuitenkin ollut suhteellisesti alhaisempi kuin vuonna 1990 ja 2001 käytetty kotiaavustajan/kodinhoitajan palkka, mikä on vaikuttanut tulokseen. Toisaalta kotityön määrää on lisännyt se, että vuonna 2001 Suomessa oli huomattavasti enemmän työttömiä kuin vuonna 1979 ja eläkeläisten määrä on kasvanut, mutta

toisaalta kuitenkin kotiäitejä oli suhteellisesti enemmän vuonna 1979 kuin vuonna 2001.

Tässä artikkelissa on keskitytty työnarvolaskelmien vertailuun, koska Kotityötutkimus tuotti vain niitä. Kotitaloustuotannon satelliittitilinpito on laajempi, se kattaa myös raaka-aineet ja muut välittömät tuotantokustannukset (väliuotekäytön) sekä pääoman kulumisen. Siten se mahdollistaa yksityiskohtaisemman tuotannon analyysin, esimerkiksi työn ja muiden kustannusten suhteen kehittymisen. Markkinatuotannon ja kotitalouksien tuotannon systemaattinen seuraaminen edellyttää, että satelliittitilinpito toistetaan ainakin viiden vuoden välein. Kotitalouksien rooli kansantaloudessa on merkittävä. Perinteisen kuluttajan roolin ja kulutuksen dynamiikan ymmärtämiseksi tarvitaan myös tietoa tuotannollisen roolin sisällöstä.

Lähteet

- Aalto K (2002) Kotitalouksien pyykinpesukäytännöt ja niiden ympäristömyönteisyys. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 2/2002. Helsinki.
- Aalto K (2003) Kuka pesee Suomen pyykit? Tekstiilienhoito kotitalouksissa ja tekstiilienhoitopalvelut. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 11/2003. Helsinki.
- Aalto K, Varjonen J (2005) Hoituuko kaksi lasta samalla kuin yksi? Kotityöaika erikokoisissa perheissä. Teoksessa Perheiden ajankäyttö. Toim. H Pääkkönen. Tilastokeskus. Helsinki.
- Aatola L (1983) Pyykinpesutilat I. Tutkimus valtion lainoittamissa kerros- ja rivitaloissa asuvien kotitalouksien pyykinpesumahdollisuuksista ja niiden käytöstä. Kotitalous- ja kuluttaja-asiain tutkimuskeskuksen julkaisuja 2/1983. Helsinki.
- Aatola L, Heikkilä T (1983) Pyykinpesutilat II. Vaihtoehtoisten tilaratkaisujen vertailu. Kotitalous- ja kuluttaja-asiain tutkimuskeskuksen julkaisuja 3/1983. Helsinki.
- Ahlqvist K, Berg M-A (2003) Kotitalouksien kulutusmenojen muutossuunnat. Tulot ja kulutus 21/2003. Tilastokeskus. Helsinki.
- Anon. (1986) Palkattoman kotiyön arvon määrittämisestä. Menetelmävertailu. Kotityötutkimus. Osa XIV. Sosiaalisia erikoistutkimuksia. SVT XXXII: 111.
- Esping-Andersen G (1999) The Household Economy. 47–73. Social Foundations of Postindustrial Economics.
- Harmaja L (1946) Kotitalous kansantalouden osana. Kansantaloudellinen yhdistyksen julkaisuja. WSOY. Porvoo.

- Heikkinen S (2002) Lastenvaatteiden valmistaminen ja hankinta eteläsuomalaisissa ja länsisuomalaisissa perheissä. Käsiyötieteen pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Helsinki.
- Heinonen V (1998) Talonpoikainen etiikka ja kulutuksen henki. Kotitalousneuvonnasta kuluttajapolitiikkaan 1900-luvun Suomessa. Bibliotheka historica -sarja 33/1998. Suomen historiallinen seura. Helsinki.
- Holloway S, Short S, Tamplin, S (2002) Household Satellite Account (experimental) methodology, Office for National Statistics.
- Household production and consumption. Proposal for a methodology of household satellite accounts. (2003) Task force report for Eurostat, Unit E1.
- Kilpiö E (1980a) Palkattoman kotityön käsitteestä ja arvon määrittämisestä. Kotityötutkimus. Osa I. Sosiaalisia erikoistutkimuksia. SVT XXXII:68.
- Kilpiö E (1980b) Tutkimuksen suoritus ja aineisto. Kotityötutkimus. Osa II. Sosiaalisia erikoistutkimuksia. SVT XXXII:68.
- Kotitalous- ja kuluttaja-asiain tutkimuskeskus (1975) Kerrostaloasukkaiden vaihtoehtoiset pyykinpesumahdollisuudet, niiden käyttö ja kustannukset. Helsinki.
- Lindberg V (1943) Suomen kansantulo vuosina 1926–1938. Suomen Pankin suhdannetutkimusosaston julkaisuja B 1/1943.
- Niemi I, Kiiski S, Liikkanen M (1981) Suomalaisten ajankäyttö 1979. Tutkimuksia 65. Tilastokeskus. Helsinki.
- Niemi I, Pääkkönen H (1989) Ajankäytön muutokset 1980-luvulla. Tutkimuksia 153. Tilastokeskus. Helsinki.
- Niemi I, Pääkkönen H (2001) Ajankäytön muutokset 1990-luvulla. Kulttuuri ja viestintä 6/2001. Tilastokeskus. Helsinki.
- Niskanen K (2002) Hushållet och nationalekonomin – Laura Harmajas vetenskapliga utmaning. Naistutkimus 3/2002.
- Novem/SAVE (2001) Revision of energy labelling & targets washing machines (clothes). Novem, the Netherlands, March 2001. Final report. European Commission SAVE programme.
- OECD (1995) Household Production in OECD Countries. Data Sources and Measurement Methods. OECD. Paris.
- Oittila E (1963) Kotitaloustyö aikatutkimuksen valossa. Tehokortisto. Työtehoseuran kotitaloustiedotus 24. Helsinki.
- Prado Valle C (2000) Household production Satellite Account for the Autonomous Community of the Basque Country. Instituto Vasco de Estadística (Eustat).
- Pääkkönen H, Niemi I (2002) Suomalainen arki. Ajankäyttö vuosituhaten vaihteessa. Kulttuuri ja viestintä 2/2002. Tilastokeskus. Helsinki.
- Saarinen A (1993) Missä viiptyvät feministiset talousteoriat? Teoksessa Tieteen huolet arjen ihmeet. Toim. P Korvajärvi, R Nätkin ja A Saloniemi, 235–245. Vastapaino.
- Saurio E (1947) Maalaisemännän ajankäyttö suhteessa laatuun ja henkilöarkeeseen. Väitöskirja. WSOY. Helsinki.

- Soupourmas F, Ironmonger D (2002) Calculating Australia's Gross Household Product: measuring the Economic Value of the Household Economy 1970–2000. Department of Economics. University of Melbourne.
- Suviranta A, Mynttinen A (1980) Palkattoman kotisiivouksen arvo vuonna 1980. Kotityötutkimus. Osa IV. Sosiaalisia erikoistutkimuksia. SVT XXXII: 73. Helsinki.
- Suviranta A, Mynttinen A (1981) Palkattoman pyykinpesun arvo vuonna 1980. Kotityötutkimus. Osa VII. Sosiaalisia erikoistutkimuksia. SVT XXXII: 76. Helsinki.
- Szép K (2003) Összefoglalás helyett – A nemzeti számlákban nem kimutatott háztartási termelés termelési számlája és a jövőbeli feladatok. In: A háztartási termelés értéke a mai Magyarországon. (Household Satellite Accounts), Statistical Sampling and Methodology Section. Hungarian Central Statistical Office.
- Schäfer D, Schwarz N (1994) Wert der Haushaltsproduction 1992. (The Value of Household Production in the Federal Republic of Germany 1992). Wirtschaft und Statistik 8/1994, 597–612. Wiesbaden: Statistisches Bundesamt.
- Schäfer D (2004) Unbezahlte Arbeit und Bruttoinlandsproduct 1992 und 2001. Neuberechnung des Haushalts-Satellitensystems. Wirtschaft und Statistik. Statistisches Bundesamt 9/2004.
- Säntti R, Otva R-A, Kilpiö E (1982) Palkaton kotityö: ajankäyttö ja arvo. Kotityötutkimus. Osa VIII. Sosiaalisia erikoistutkimuksia. SVT XXXII: 78. Helsinki.
- Säntti R, Väliaho H (1982) Lapsiperheiden palkaton kotityö: ajankäyttö ja arvo. Kotityötutkimus. Osa IX. Sosiaalisia erikoistutkimuksia. SVT XXXII: 84. Helsinki.
- Säntti R (1983) Käsityöt sekä puu- ja metallityöt. Kotityötutkimus. Osa XIII. Sosiaalisia erikoistutkimuksia. SVT XXXII: 94. Helsinki.
- United Nations, Inter-Secretariat Working Group on National Accounts (1993) System of National Accounts 1993. Brussels/Luxembourg, New York, Paris, Washington, DC: Commissions of the European Communities-Eurostat, International.
- Taimio H (1991) Kotitaloustuotanto ja taloudellinen kasvu. ETLA Sarja B 74/1991.
- Tilastokeskus (2002) Asunnot, rakennukset ja asuinolot 2001. Asuminen 9/2002. SVT. Helsinki.
- Timonen P (2005) Iloa ja nautintoa kotitöistä. Hyvinvointikatsaus 2/2005, 4–7.
- Varjonen J (2000) Kotitalouksien tuotanto – talousanalyysien sokea piste. Teoksessa Naisten talouskirja. Toim. T Vainio, 42–57. Gaudeamus. Helsinki.
- Varjonen J, Niemi I, Hamunen E, Pääkkönen H, Sandström T (1999) Proposal for a Satellite Account of Household Production. Eurostat Working Papers 9/1999/A4/11.
- Varjonen J, Aalto K, Leskinen J (2005) Kotityön markkinat. Sitran raportteja 45. Helsinki.

Varjonen J, Aalto K (2005) Suomen kotitaloussatelliittitili. Käsikirjoitus.

Vihavainen M (1995) Calculating the value of household production in Finland in 1990. Statistics Finland.

**LIITE: Taulukko 3. Kotityön toimintoluokitukset
Kotityötutkimuksessa ja ajankäyttötutkimuksessa.**

Kotityötutkimus 1979 (Säntti ym. 1982, 109)	Tilastokeskuksen ajankäyttötutkimus 1999–2000, kotitalousaineisto *
1. Ruokataloustyöt 1.1. Ruoanvalmistus (aterioiden valmistaminen, valmiiden ruokien lämmitys, pöydän kattaminen) 1.2. Astioiden pesu (myös mm. keittiön työ- ja astianpesupöydän järjestäminen ja astioiden laittaminen säilytyspaikkoihinsa) 1.3. Leipominen 1.4. Pakastaminen ja muu säilöminen	Ruokataloustyöt Ruoanvalmistus Leipominen ja säilöminen Astianpesu
2. Kodinhoitotyöt 2.1. Siivous (tavaroiden järjestäminen ja päivittäinen siivous)	Siivous Asunnon siivous Järjestelytyöt
2.2. Pyykin pesu ja jälkikäsittely 2.3. Vaatteiden korjaaminen ja jalkineiden kunnossapito	Vaatehuolto Pyykinpesu ja siitys Vaatehuolto
3. Lastenhoito 3.1. Lastenhoito ja auttaminen 3.2. Seurustelu lasten kanssa 3.3. Lasten kuljettaminen	Lastenhoito yhteensä Lastenhoitotehtävät matkoineen
4. Muu hoitotyö 4.1. Vanhusten, sairaiden ja vammaisten hoito 4.2. Muu vanhusten, sairaiden ja vammaisten hoitotyö ja kuljettaminen	Muu hoitotyö/hoiva Perheenjäsenten auttaminen Aikuisen perheenjäsenen auttamiseen liittyvä matka
5. Käsityöt sekä puu- ja metallityöt 5.1. Vaatteiden ja (kodin)tekstiilien valmistaminen 5.2. Puu- ja metallityöt 5.3. Muut käsityöt ja askartelu	Käsityöt Vaatteiden valmistus Käsityöt Koti-irtaimiston valmistaminen ja korjaaminen
6. Huolto- ja kunnossapitotyöt 6.1. Lämmitys ja vedenkanto 6.2. Työ- ja kulkuvälineiden puhdistus, kunnossapito ja korjaus 6.3. Asunnon ja kesäasunnon korjaustyöt ** 6.4. Pihan, kadun sekä hyötypuutarhan puhtaanapito ja hoitaminen	Huolto- ja kunnossapitotyöt Lämmitys ja vesihuolto, erittelemätön kunnossapito Kulkuneuvojen huolto Asunnon remontointi ja muu rakentaminen** Pihansiivous Puutarhanhoito
7. Ostokset ja asioiminen (myös matkat) 7.1. Päivittäistavaroiden hankinta 7.2. Kestokulutustavaroiden hankinta 7.3. Pankissa, postissa ja virastoissa asioiminen sekä palvelusten hankinta	Ostokset ja asiointi Ostokset Palvelut, virastot tms. Erittelemätön asiointi Ostoksiin ja asiointiin liittyvät matkat
8. Muu palkaton kotityö 8.1. Johto ja suunnittelutyö 8.2. Muu kotitaloustyö (lemmikkieläinten ja huonekasvien hoitaminen ym.) 8.3. Muiden kotitalouksien korvauksetta auttaminen 8.4. Erittelemätön kotityö	Muu palkaton kotityö Muu kotityö (kodin taloudenpito ja suunnittelu) Toisen kotitalouden auttaminen Eläinten hoito ja koiran ulkoiluttaminen Kodinhoitoon liittyvät matkat

*Tilastokeskuksen vuosina 1999–2000 kokoama kotitalouspohjainen ajankäytön päiväkirja-aineisto. Aineistossa yhteensä 4 420 tutkimuspäivää eli ajankäytön kirjaukset kaikilta talouden vähintään 10-vuotiailta jäseniltä yhteensä 2 240 taloudesta.

** Ei talonrakennus ja peruskorjaus, jotka on huomioitu kansantaloudentilinpöydässä.

TISKILTÄ DESKILLE

Hannu Kytö, Leena Aatola, Helena Tuorila

Suomalainen palvelujärjestelmä on murrosvaiheessa. Hyvinvointivaltion palvelurakenteita ollaan uudistamassa ja tuotantovastuita jaetaan uudelleen. Odotettavissa on ehkä suurin koko suomalaisen hyvinvointivaltion rakenteisiin kohdistunut remontti. Artikkelissa tarkastellaan lyhyesti suomalaisen julkisen palvelujärjestelmän muotoutumista, palveluja koskevia keskeisiä tutkimusintressejä, kansalaisten aseman muuttumista julkisten palvelujen käyttäjänä sekä julkisen ja yksityisen palvelutuotannon eroja. Palvelututkimusta kuvaavassa osuudessa on esimerkkejä palvelujen määrää, laatua ja taloudellista merkitystä käsittelevistä tutkimuksista. Artikkelissa käsitellään myös tietotekniikan vaikutuksia palvelujen tuottamiseen ja käyttämiseen sekä palvelujärjestelmään kohdistuvia tulevaisuuden haasteita ja kehittämistarpeita.

Julkisen palvelujärjestelmän muotoutuminen

Hyvinvoinnin tuottamiseen osallistuu pääasiassa kolme tahoja (Abrahamsson 1991). Suurin osa hyvinvoinnista tuotetaan yhteisöissä perheen, kotitalouden, naapuriovun, yhdistysten tai lähiyhteisön toimesta. Toinen keskeinen taho ovat markkinat, joilta kasvava osa hyvinvointipalveluista ostetaan. Kolmas hyvinvoinnin tuottajataho on julkinen valta, ennen kaikkea kunnat ja valtio. Julkinen valta sekä tuottaa hyvinvointipalveluja että säätelee yhteisöjen ja markkinoiden palvelutuotantoa.

Hyvinvointiyhteiskunnasta ja palvelusektorin tulevaisuudesta on käyty laajaa ja kaikkia kiinnostavaa keskustelua. Lähtökohdat ovat julkisen talouden kriisissä ja siinä, että asian tärkeyden muutokset koskettavat kaikkia kansalaisia. Tällä hetkellä näyttää siltä, että suomalaisen yhteiskunnan menossa oleva murroskausi jatkuu useiden vuosien ajan, kuten

myös siihen liittyvä arvokeskustelu julkisen talouden roolista hyvinvointipalvelujen tuottajana.

Itsenäisyysaikamme voidaan jakaa muutamiiin kausiin, jotka kuvaavat yhteiskunnallista kehitystä palvelutuotannon lainsäädännön näkökulmasta. Kuvassa 1 on esitetty suomalaisen palvelujärjestelmän rakentamiseen keskeisimmin liittyvät lait ja kehittämishankkeet yhteiskunnallisen tilanteen kontekstissa.

Itsenäistymisen jälkeiset ensimmäiset vuosikymmenet olivat niukkuuden aikaa, jonka merkittävimpiä lakeja olivat oppivelvollisuuslaki (1921) ja köyhäinhuoltolaki (1922). Niillä pyrittiin turvaamaan elinolojen tasa-
puolinen kehitys maan eri osissa suurista aluetaloudellisista eroista huolimatta. Vuoden 1948 lapsilisälaki ja vuoden 1956 kansaneläkelaki olivat luonteeltaan universaalisia ja poistivat köyhäinhoidon luomaa avustuksiin liittyvää häpeätunnetta.

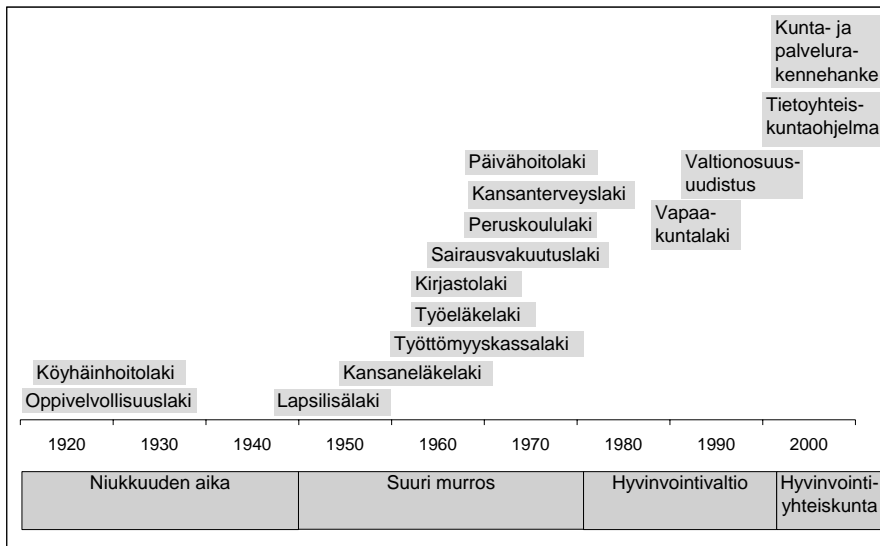
Suomalaisen hyvinvointivaltion rakennustyöt olivat kiivaimmillaan 1960- ja 1970-luvuilla, jolloin eri ministeriöt käynnistivät laajoja hyvinvoinnin lisäämiseen tähtääviä suunnitteluhankkeita. Suomi oli hyvinvointivaltion rakentamisessa huomattavasti jäljessä muista Pohjoismaista ja saavutti määrällisillä mittareilla mitattuna eurooppalaisen keskitason vasta 1980–1990-luvun vaihteessa (Julkunen 2001, 4). Suunnitelmia ja ehdotuksia uudistuksiksi ja niiden vaatimaksi lainsäädännöksi tehtiinkin eri politiikkalohkoja edustavissa lukuisissa työryhmissä. Tällä työllä luotiin perusta nykyisenkaltaiselle hyvinvointivaltiolle muodostamalla institutioita, jotka tarjosivat kaikille kansalaisille yhtäläiset opiskelumahdollisuudet ja sosiaaliturvan. Vuoden 1972 kansanterveys- ja päivähoitolait pohjüstivat taloudellista kasvua, lisäsivät sukupuolten välistä tasa-arvoa sekä integroivat yhteiskuntaa yksilö- ja aluetasolla. Vuonna 1989 voimaan tullut vapaakuntalaki ja hallinnonuudistuskokeilut käynnistivät kunnallisten lautakuntien yhdistämisaallon ja aloittivat julkisen palvelutuotannon tehostamisen. Vuoden 1993 valtiosuus uudistus tähtäsi kuntien kasvamaan itsehallintoon ja kunnalliseen demokratiaan.

Vuonna 2003 alkanut tietoyhteiskuntaohjelma on yksi hallituksen neljästä poikkihallinnollisesta politiikkaohjelmasta, jonka tarkoituksena on tieto- ja viestintäteknologiaa hyödyntämällä lisätä kilpailukykyä ja tuottavuutta, sosiaalista ja alueellista tasa-arvoa sekä kansalaisten hyvinvointia ja elämänlaatua. Kansalaisille tarjottavien sähköisten palvelujen kehittämistyössä kiinnitetään erityistä huomiota asiakaslähtöisyyteen, helppokäyttöisyyteen ja tietoturvaan.

Nykyinen suomalainen hyvinvointiyhteiskunta, jonka kilpailukyky, palvelujen tuottamisen tehokkuus, tekninen osaaminen ja opetuksen taso on useissa perättäisissä kansainvälisissä tutkimuksissa todettu olevan huipputasoa ja jota käydään ihmettelemässä ympäri maailmaa, on koko itsenäisyysiemme ajan tapahtuneen kehityksen tulos. Esimerkiksi aikoi-

naan paljon kritiikkiä osakseen saanut peruskoulu onkin osoittautunut todelliseksi menestystuotteeksi, jonka tulokset ovat suomalaisille mairittelevia OECD:n kansainvälisessä PISA-vertailussa. Hyvinvointivaltion laajeneminen on kuitenkin ohi, vaikkakin hyvinvointipolitiikan kysyntä ja tarpeet laajenevat edelleen ikärakennemuutosten ja elämän epävarmuuksien vuoksi. Ilmosen (2005, 30) mukaan poliittisessa puheessa on alettu 1990-luvulla painottaa hyvinvointiyhteiskunnan käsitettä hyvinvointivaltion sijasta, mikä heijastelee sosiaali- ja terveystalouden tarjonnassa tapahtunutta muutosta, niiden yksityistämistä (ks. Österberg 2003) ja kiinnittymistä aikaisempaa tiukemmin lääketieteellisuuteen. Palvelujen osuus bruttokansantuotteesta on jo runsaat 2/3. Vuonna 2003 hitaasti laskeva julkisyhteisöjen palvelujen osuus oli 18,7 prosenttia ja kasvava yksityisten palvelujen osuus 48,9 prosenttia bruttokansantuotteesta.

Julkisen palvelutuotannon taloudelliset ongelmat ja useat muut palveluverkoston epäkohdat liittyvät raskaaseen kuntarakenteeseen. Vuonna 2005 käynnistyneen kunta- ja palvelurakennehankkeen tavoitteena onkin turvata palvelujen järjestäminen rakenteellisten uudistusten avulla. Käytännössä tähän tarvitaan nykyistä suurempia kuntia ja ennen kaikkea tutkimustietoa siitä, miten palvelujen kysyntä tulee kehittymään maan eri osissa.



Kuva 1. Suomen julkisen palvelujärjestelmän muototutumisen merkkipaaluja yhteiskunnallisen tilanteen muutoksissa.

Julkisten palvelujen suosio on lisääntynyt

Suomalaisen yhteiskunnan tilaa sekä kansalaisten suhtautumista palveluihin, niiden tuotantotapoihin, saatavuuteen ja riittävyyteen on seurattu useissa barometrityyppisissä tutkimussarjoissa (esim. Haikonen & Kiljunen 2003, Kunnallisanalyytiikka 2004). Molemmissa seuranta tutkimuksissa näkyy selvä trendi kansalaisten suhtautumisessa verotukseen ja palvelujen karsintaan. Veronkorotuksia pidettiin vuosi vuodelta palvelujen karsintaa pienempänä pahana siten, että veronkorotusten kannalla oli viimeksi tehdyssä mittauksessa jo yli neljä viidesosaa väestöstä (Kunnallisanalyytiikka 2004, 26). Kansalaismielipide on 1990-luvun alkupuolen laman jälkeen muuttunut myös EVAn raportin mukaan melko johdonmukaisesti samaan, julkista sektoria suosivaan suuntaan. Samalla kun markkinat ovat vapautuneet ja markkinatalous on voimistunut, on myös julkisen turvaverkon vaade kasvanut (Haikonen & Kiljunen 2003, 122).

Laman mentyä julkisen sektorin säästötoimet eivät kuitenkaan loppuneet. Julkisten palvelujen supistamisesta ja tehostamisesta tuli pysyvä ilmiö, vaikka Veronmaksajien keskusliiton tutkimuksen mukaan verotulot ovat kasvaneet kymmenen vuoden ajan vuodesta 1995 alkaen (Kurenoja 2005). Samalla julkisten palvelujen yksityinen sponsorointi yleistyy vauhdilla ja näiden palvelujen käyttäjistä on tulossa kaupallisten toimijoiden ilmaisia mainostajia halusivatpa he sitä tai eivät. Tämä herättää kysymyksiä: Ollaanko hyvinvointiyhteiskunnasta siirtymässä hyvinvointitekeväisyhteiskuntaan? Täytyykö kuluttajien tästä lähtien varmistua, minkä yksityisen sponsorin tuotetta hän mainostaa viedessään lapsensa leikkipuistoon tai istuessaan torinlaidan penkille? Ja: Miksei palvelujen rahoittajien mielipiteitä huomioida palvelujen tuotantotapoja kehitettäessä?

Ruotsissakin koettiin poikkeuksellisen syvä lama 1990-luvulla. Siellä toteutettiin varsin samansuuruinen julkisen talouden tasapainotus kuin Suomessa (Kautto 2001). Julkisen (2001, 5) mukaan Ruotsin kansallisen toimintatavan jatkuvuudet ovat kuitenkin näkyneet elvyttävämmässä lamanaikaisessa politiikassa ja valtiontalouden tasapainottumisen jälkeisessä sosiaalietuuksien tason palautuksessa. Ehkä voisi tulkita niinkin, että Ruotsissa säästöohjelma todella oli olosuhteiden pakottama, kun Suomessa laman ja kriisitietoisuuden harvinaisella hetkellä haluttiin tuottaa rakennemuutosta. Kianderin (2001) mukaan Suomi nousi lamasta kuitenkin entisiin rakentein, joskin tuotantoelämän omia rakenteita lama uudisti: se tuhosi huonosti kannattaneita yrityksiä ja nosti tuottavuutta. Julkisen ja Nätin (1999) mukaan nousu lamasta toteutui kritiikin kohteena olleiden rakenteiden nojalla.

Hyvinvointivaltioon ja julkisiin palveluihin suhtaudutaan kuitenkin usein platonisella tyylillä (ks. esim. Julkunen 2001, 7). Platonin (427–347 eKr.) mukaan valtion perustajina ovat inhimilliset tarpeet. Niistä tärkeimmät ovat ”ravinnon, asunnon, vaatetuksen ja muun sellaisen” hankkiminen. Mutta kaikki eivät tyydy näihin. He haluavat lisäksi ”ruokailusohvia, pöytiä ja muita tavaroita, liha- ja kalaruokia, hajuvoiteita, suitsukkeita, huilunsoittajattaria ja leivonnaisia, jokaista vielä useaa lajia”. Välttämättömään tyytyvä valtio on Platonin mukaan terve, ylellistä elämäntapaa viettävä tulehtunut. (Platon 1981, 63–69.) Vaikka liiallinen yksityistämisen ja tuottavuuden korostaminen saattavat olla uhka sekä koko yhteiskunnan toimivuudelle että myös Suomen houkuttelevuudelle mm. kansainvälisten yritysten sijaintipaikkana, eivät julkisen vallan voimavarat riitä kaikkien nykyisten julkisten palvelujen tuottamiseen tulevaisuudessa. Voimakkaan muuttoliikkeen ja väestörakenteen muutoksen seurauksena palvelujen tarjonta ja kysyntä eivät kohtaa optimaalisesti. Etenkin alueellisessa palveluverkostossa on odotettavissa suuria muutoksia, jotka kuitenkin tulee toteuttaa niin, että myös palvelujen käyttäjien näkemykset huomioidaan.

Julkisen valta sekä tuottaa hyvinvointipalveluja että säätelee yhteisöjen ja markkinoiden palvelutuotantoa. Yhä kasvava osa tuotetaan yksityisellä ja kolmannella sektorilla julkisen sektorin toimiessa enenevässä määrin tilaajan ja maksajan roolissa, mikä korostaa palvelujen laadun entistä tehokkaampaa seuranta. Osa julkisesta palvelutuotannosta on kuitenkin lähtökohdiltaan ja päämääriltään sellaista, että sitä ei voi tuottaa yksityisillä markkinoilla. Yksityinen palvelutuottaja ei perusta toimintaansa oikeudenmukaisuuden tai tasa-arvon lähtökohdille, vaan taloudellisen kannattavuuden arviointiin. Markkinat, siis asiakkaiden odotukset, saattavat edellyttää palvelutuottajalta laadukkaita, oikeudenmukaisia, tasarvoisia tai jopa ekologisia toimintamuotoja, mutta ne ovat yksityisen yrityksen näkökulmasta joka tapauksessa toissijaisia, ellei niiden avulla paranneta taloudellista tulosta tavalla tai toisella.

Palvelutuotannon päämääränä, olivatpa ne yhteiskunnan tai yksityisten tuottamia, on ylläpitää ja lisätä asukkaiden hyvinvointia. Julkisten palvelujen tuottamisen strategiana on perinteisesti ollut palvelujen tasapuolinen jakautuminen (maan eri osa-alueille) ottaen huomioon demografiset erot alueiden välillä. Asukkaiden palvelutarve vaihtelee kuitenkin myös sosioekonomisen aseman, harrastusten, terveydellisten, tiedollisten ym. resurssien mukaan. Useissa tutkimuksissa onkin ollut havaittavissa, että hyvinvoinnin rakenteellisten edellytysten alueelliset erot ovat kasvaneet selvästi etenkin 1990-luvulla (Kainulainen ym. 2001, Virtanen 2003). Jo kymmenen vuotta jatkunut muuttovirta kasvukeskuksiin on seurausta siitä, että maaseudulla ei ole työtä ja vähenevän väestön maksamat verot eivät riitä lapsiperheiden ja ikääntyvien tarvitsemien peruspalvelujen yllä-

pitoon. Useimmat palvelutarjonnan ongelmat voidaan korjata lisäämällä kuntaliitoksia, kuntien välistä yhteistyötä, uudistamalla palvelutuotannon rakenteita ja kehittämällä palvelujen uusia tuotantotapoja, esim. sähköisiä palveluja (Kytö ym. 2003a). Palvelutuotannon järkevä kehittäminen ei onnistu kuitenkaan ilman palveluihin kohdistunutta laajaa ja monitieteistä tutkimustoimintaa, joka keskittyy palveluverkoston toimivuuden, palvelujen uusien tuotantotapojen ja palvelujen laadun lisäksi myös palvelujen käyttäjien ja tuottajien näkemysten esiintuomiseen.

Palveluihin kohdistuneet tutkimusintressit

Palvelujen tutkimus on kansainvälisestikin ajatellen suhteellisen nuorta. Ensimmäiset palvelututkimukset tehtiin markkinointitutkimuksina Yhdysvalloissa 1970-luvulla. Vasta 1980-luvulla alettiin painottaa palvelujen merkitystä kansantaloudelle (Grönroos 1998, 44). Julkisia palveluja koskevat ensimmäiset tutkimukset juonsivat kansalaisten antamasta kritiikistä, joka koski hallinnon pitkiä käsittelyaikoja ja heikkoa palvelukykyä. Ongelmiksi koettiin erityisesti hallinnon monimutkaisuus, keskittyneisyys sekä tiedonkulun heikkous ja puutteet. Kansalaiset kokivat, että heitä juoksutettiin luukulta toiselle. Valtiovarainministeriö julisti vuonna 1982 ns. byrokratiatalkoot, joiden tavoitteeksi asetettiin byrokratian haittavaikutusten vähentäminen sekä hallinnon palvelukyvyn ja yleisösuhteen parantaminen. Erityisesti korostettiin asiakaspalvelun kehittämisen tarvetta. (Valtiovarainministeriö 1982.) Vuosina 1986–1988 valtion- ja kunnallishallinnon yhteistyönä toteutettiin Parempaa julkista palvelua -kampanja, johon sisältyi myös selvitys julkisesta palvelukuvasta (Valtiovarainministeriö 1993). Kehittämisessä pidettiin tärkeänä kansalaisten tarpeiden ja odotusten huomioon ottamista.

Kuntapalveluja koskevat seurantatutkimukset aloitettiin 1980-luvun alussa Suomen Kaupunkiliitossa ja ne tähtäsivät kuntien palveluvarustuksen suunnitteluun ja kehittämiseen. Sittenmin Efektia Oy on tehnyt jatkuvaa kuntatutkimusta (Miettinen 2001, 7) selvittäen mm. palvelujen käyttöä sekä asukkaiden mielipiteitä palveluista ja kuntahallinnosta. Myös Kunnallisalan kehittämissäätiön Ilmapuntaritutkimuksissa (1992–1998, 2000) on kartoitettu kuntalaisten mielipiteitä mm. käyttömaksujen ja verojen korotuksista sekä palvelujen yksityistämisestä. Kyselyt on suunnattu sekä palvelujen käyttäjille että kuntajohdolle. Kuluttajatutkimuskeskuksen Palvelut tietoyhteiskunnassa -tutkimus osoitti, että kuntajohdon, yritysten ja asukkaiden mielipiteet palvelujen toimivuudesta ja kehittämistarpeista eivät ole läheskään aina yhdenmukaisia (Kytö ym. 2003b).

Palvelututkimusten kysymyksenasetteluissa lähtökohtana on ollut usein palvelujen määrän ja laadun muutokset tai menojen säästöt. Asenne- mittauksista mainittakoon esimerkkinä vuosittain toteutettava Sosiaali- barometri (1994–), jossa sosiaalitoimen, sosiaalialan toimistojen ja järjes- töjen johtavassa asemassa olevat työntekijät ja ryhmät arvioivat hyvin- voinnin toteutumista ja omia mahdollisuuksiaan kansalaisten tukemiseen. Allénin (1995) tutkimus oli ensimmäisiä laaja-alaisia kuntien palvelu- tutkimuksia, jossa kuntia tarkasteltiin markkina-alueina ja selvitettiin kuntalaisille osoitetulla laajalla postikyselyllä mm. palvelujen käyttöä, riittävyttä ja saatavuutta, kuntalaisten tyytyväisyyttä palveluihin ja niiden tarjontaan sekä mielipiteitä palvelujen rahoitustavasta ja priorisoinnista.

Julkisia palveluja lisättiin ja laajennettiin tasaisesti 1980-luvun noususuhdanteessa. Seuraavan vuosikymmenen lama johti leikkauksiin ja pakotti uudistamaan sekä julkista hallintoa että palvelujärjestelmiä. Vuosituhannen vaihteessa julkinen valta oli kasvavissa palvelujen kehittä- mispaineissa. Sähköisiä palveluja tuli kehittää, työntekijöitä kouluttaa uusiin menetelmiin ja samanaikaisesti palvella kansalaisia perinteisillä tavoilla. Resurssien vähetessä suurimmaksi haasteeksi nousivat palvelujen tehokkuuden ja tuottavuuden lisääminen sekä tietotekniikan hyödyntä- minen. 1990-luvun loppupuolelta lähtien palvelujen tuotanto-, tehokkuus- ja laatuksymykset sekä niitä koskevat arviointimenetelmät ovat olleet keskeisiä tutkimus- ja kehittämiskohteita. Tuorilan (2001) kokoaman aineiston mukaan peruspalveluja koskevien tutkimusten vuotuinen määrä kymmenkertistui vuodesta 1990 vuoteen 1999. Laajasta palvelukirjosta on sosiaali- ja terveystalouden palveluja tutkittu eniten. Stakesin viime vuonna julkaisema terveyden- ja sosiaalihuollon laatua koskeva kirjallisuus- luettelo sisältää liki puolitoista sataa palvelun käyttäjän näkökulmasta julkaistua tutkimusta ja artikkelia kymmenen viime vuoden ajalta (Savo- lainen ym. 2004). Myös laatusuosituksia on annettu ([www.stakes.fi/ laatusuositus](http://www.stakes.fi/laatusuositus)). Laadun seuranta asiakaspalautteiden avulla on muodostu- nut pysyväksi käytännöksi.

Kuluttajatutkimuskeskuksen palvelututkimukset painottuivat aluksi kaupan tutkimuksiin, mutta aihepiiri laajeni vähitellen kattamaan kulutta- jan kannalta merkityksellisten palvelujen koko kirjjon. Laman jälkeiset julkisten menojen säästöpainotukset virittivät tutkimusta, jolla pyrittiin selvit- tämään kansalaisten mielipiteitä julkisten palvelujen laadusta ja priorisoinnista. Yhtenä kokeiluna valtiovarainministeriö ryhtyi kehittä- mään yleistä julkisten palvelujen laadun seurantajärjestelmää. Kuluttaja- tutkimuskeskus ja Tilastokeskus tekivät toimeksiannosta esitutkimuksen laatubarometrin kehittämiseksi (Aatola ym. 2002). Sittemmin Talous- tutkimus on jatkanut seurantatutkimuksia esitutkimuksen linjoilla (Taloustutkimus Oy 2003). Tulokset osoittavat, että julkisia palveluja pidetään suhteellisen hyvinä. Palveluja käyttäneet ovat antaneet parempia

arvosanoja kuin ne henkilöt, jotka arvioivat palveluja pelkän mielikuvansa perusteella (Kytö & Aatola 2004).

Hallintoalamaisesta aktiiviseksi asiakkaaksi

Asiakaslähtöisyys, joka yksityisissä palveluissa on ydinasia, julistettiin julkisten palvelujen kehittämisen päätavoitteeksi 1990-luvun markkina-henkisen hallinnon myötä. Julkisten palvelujen laatustrategia-projektissa (1996–97), jonka toteuttivat viisi keskeistä ministeriötä (VM, SM, KTM, OPM, STM) yhdessä Suomen Kuntaliiton, järjestöjen, elinkeinoelämän ja tiedeyhteisöjen kanssa tarkasteltiin kehittämistarpeita projektikuvausten mukaan erityisesti asiakkaan, ei viranomaisen silmin (Suomen Kuntaliitto ja VM 1998). Palvelustrategiassa korostetaan asiakaskeskeisyyttä (Huuskonen ym. 1997). Hankkeen yhtenä suosituksena on Ison-Britannian Citizens´ Charterista vaikutteita saanut palvelusitoumus, johon kuuluvat asiakaspalaute, oikaisu- ja mahdollinen korvausmenettely. Korostaessaan kuntalaisen oikeuksia palveluihin, palvelun saamisen määräaikoja ja palautemahdollisuuksia palvelusitoumus on vastastrategia julkishallinnon talousperusteiselle ajattelulle (Haverinen 1999, 8). Korvausmenettely, mikäli lupauksen mukaista palvelua ei voida toteuttaa, viittaa kuluttaja-oikeuksien suuntaan. Palvelusitoumukset eivät ole yleistyneet alkuperäisessä tarkoituksessaan, mutta useat julkiset organisaatiot käyttävät termiä toiminta- ja tavoitekuvaustensa yhteydessä. Kuluttajansuojalaki ei koske julkisia palveluja, mutta esimerkiksi lait potilaan asemasta ja oikeuksista (785/1992) ja laki sosiaalihuollon asiakkaan asemasta (812/2000) ovat askeleita kuluttajaoikeuksien suuntaan. Niiden tarkoituksena on edistää asiakaslähtöisyyttä ja asiakkaan oikeutta hyvään palveluun ja kohteluun.

1990-luvulla omaksuttu uusi hallintokulttuuri korostaa markkina-lähtöisyyttä ja kuntalaisten valinnanvapautta myös julkisissa palveluissa. Kuntalaisen rooli on muuttunut 'hallintoalamaisesta' asiakkaaksi. Muutoksen katsottiin johtuneen laman seurausvaikutuksista, mutta esim. Julkisen mukaan lama oli katalysaattori, joka laittoi liikkeelle suunnanmuutoksen. Tavoitteena ei ole enää edellisten vuosikymmenten tapaan lisätä kansalaisten sosiaalisia oikeuksia tai taloudellista tasa-arvoa, vaan mukauttaa sosiaalipolitiikka uusiin olosuhteisiin ja 'laittaa vihdoin kuriin julkisten menojen kasvu'. Julkunen pitää muutosta hyvinvointivaltion jälkeisenä ajatteluna ja siirtymisenä kansalaisten tasa-arvosta kannustavuuteen, aktiivisuuteen ja omaan vastuuseen. (Julkunen 2001.)

Markkinat eivät tunne yhteiskunnallista vastuuta. Markkinapalvelujen käyttäjä on asiakas tai kuluttaja, joka valitsee itse palvelun ja maksaa siitä markkinahinnan. Asiakasrooli liittyy yritysten rationaliteettiajatteluun, jossa haetaan kysynnän ja tarjonnan kohtaamista liiketaloustieteen oppien

mukaan. Verovaroin rahoitetuilla tai tuetuilla julkisilla palveluilla on ollut toisenlainen tavoite ja luonne. Käsitteissä kansalainen ja kuntalainen painottuvat yksilön asema yhteisön jäsenenä ja siitä seuraavat oikeudet ja velvollisuudet normatiivisten julkisten palvelujen käyttäjänä. Julkisessa hallinnossa etsitään nyt julkisen ja yksityisen rajat ylittäviä toimintamalleja ja vaihtoehtoja. Palveluiden käyttäjiä kehoitetaan arvioimaan palvelujen toimivuutta, sisältöä ja laatua erilaisten palautemekanismien kautta. Pyritään saamaan 'vastiketta rahalle'. (Sutela 2001.) Asiakkaiden tyytyväisyyskyselyt, erilaiset palautejärjestelmät ja arviointimenetelmät ovat yleistyneet julkisissa palveluissa. Asiakkaan toimintamahdollisuudet riippuvat kuitenkin myös hänen tilanteestaan. Osallistumisen korostaminen ei saa johtaa ongelmiin, jos asiakkaalla ei ole tietoa, kykyä, rohkeutta tai halua ilmaista omia näkemyksiään. Kuluttajan hyvinvoinnin edellytyksenä ovat toimivat ja turvalliset markkinat ja julkiset palvelut. Kuluttajapolitiittisen ohjelman mukaan hyvinvoinnin turvaamisen ja ylläpidon ehtona on vuorovaikutteinen ja avoin yhteiskunta, jossa kuluttajat voivat vaikuttaa, mutta jonka turvallisuuteen ja toimivuuteen heidän on voitava myös luottaa. Kuluttajilta itseltään edellytetään vastuullista roolia omassa toiminnassaan. (Valtioneuvosto 2004, 11.)

Tietotekniikka muuttaa palvelujärjestelmiä

Tietoyhteiskunnan kehittäminen on ollut korostetusti hallitusohjelmissa 1990-luvun alusta lähtien. Julkisen verkkoasioinnin kehittämishanke JUNA (1999–2002) oli ensimmäinen kattava kokonaisselvitys ja verkkoasioinnin koordinointi- ja tukihanke, jonka toimialana oli koko julkinen hallinto kunnista keskushallintoon asti. Selvityksen mukaan verkkopalvelujen kehittämistyötä vaikeuttivat eniten taloudellisten resurssien niukkuus, yhteisen verkkopalvelustrategian ja vision puuttuminen sekä verkkopalvelujen ja asioinnin irrallisuus muusta toiminnan kokonaisuunnittelusta. Vaikeuksia tuotti myös sähköisen asioinnin yhdistäminen muihin tietojärjestelmiin, osaamispuutteet tieto- ja viestintäteknologian hallinnassa, Internet, intranet ja extranet sekä teknologian nopean kehityksen myötä syntyvät monet vaihtoehtoiset ratkaisumallit. Verkkopalvelujen kysyntää katsottiin rajoittavan myös asiakkaiden arkuus tai tottumattomuus hyödyntää tietotekniikkaa ja asiakkaiden halu henkilökohtaiseen palvelukontaktiin. (Sisäasiainministeriö 2000a ja 2000b.) JUNA-hankkeen yhteydessä arvioitiin myös kuntien sähköisiä palveluja (Ruusula 2001). Tuolloin enää viideltä pieneltä kunnalta puuttuivat omat verkkosivut, mutta tilanne korjautui niissäkin nopeasti.

Viime vuosina julkinen hallinto on panostanut voimakkaasti tietotekniikkaan, infrastruktuurin rakentamiseen ja verkkopalvelujen kehittä-

miseen. Kuntien kotisivuihin sisältyy lähes poikkeuksetta mahdollisuus antaa kuntajohdolle palautetta ainakin sähköpostilla. Mahdollisuus tutustua verkkopalvelun kotisivuilla kunnan toimintaan, palvelutarjontaan, ajankohtaisiin asioihin ja hallinnon pöytäkirjoihin antaa asukkaille entistä paremmat mahdollisuudet myös osallistua oman kunnan kehittämiseen. Valtakunnallinen kansalaisten keskustelufoorumi tarjoaa kaikille kiinnostuneille mahdollisuuden tuoda ilmi mielipiteensä mm. hallinnon kehittämisestä, uuden tietotekniikan vaikutuksista kansalaisten osallistumis- ja vaikutusmahdollisuuksiin, julkisten palvelujen laadusta ja sähköisestä asioinnista (www.otakantaa.fi).

Ensimmäisiä paikallisia tietoyhteiskuntaprojekteja oli 1980-luvun loppupuolella Pohjois-Karjalassa perustetut tietotuvat, joissa kansalaisilla oli mahdollisuus opetella käyttämään sen ajan tietotekniikkaa (Cronberg 1985). Viime vuosina on toteutettu lukuisia palvelujen käyttöön ja kehittämiseen liittyviä paikallisia ja alueellisia projekteja, joihin liittyy tietoverkkojen rakentamista sekä tietokoneen ja Internet-palvelujen käyttö-opastusta. Varsinkin Itä-Suomessa on EU-tuella voitu käynnistää useita hankkeita, joista suuri osa on kohdistunut välillisesti tai välittömästi verkkopalvelujen kehittämiseen. Rahoittaessaan useita tietoyhteiskuntahankkeita Sitra on ollut ratkaisevassa asemassa tietotekniikan käyttöönotossa ja kansalaisten opastamisessa verkkopalvelujen maailmaan. Vuosina 2001–2003 toteutettu Oppivat seutukunnat -hanke (OSKU) opetti Sitran oman arvion mukaan, että tarvitaan esimerkkien voimaa, käyttäjä- ja asiakaslähtöisyyttä sekä hyötyjen kirkasta määrittelyä arkikielellä (www.sitra.fi). Pelkkä helppokäyttöisyys ei riitä, vaan palvelun tulee tarjota myös merkityksellistä sisältöä ja todellista hyötyä käyttäjälleen. Verkkopalvelujen kehittämistä ja yhtenäistämistä on omiaan edistämään valtiovarainministeriön asettaman työryhmän laatimat julkisten verkkopalvelujen laatu- ja arviointikriteerit (Valtiovarainministeriö 2003).

Useissa kunnissa asiakaslähtöisyys ja käyttäjänäkökulma on vielä enemmänkin paperinmakuista retoriikkaa kuin käytännön toimintaa. Syy ei ole yksinomaan kunnan. Puuttuu taloudellisia ja tiedollisia resursseja sekä taitoresursseja. Muutokset ovat tapahtuneet nopeasti. Se mikä hallinnossa näyttää selkeältä ei aina käytännössä toimi tai ei ole olosuhteiden vuoksi toteutettavissa. Muutoksia on tehtävä monella taholla ja tasolla. Jo siirtyminen sähköisiin palveluihin on perinteisiin toimintatapoihin totuneille suuri ponnistus tiskin molemmilla puolilla. Miten hallinnon 'alamaisuuteen' totuneet ikäihmiset voisivat muuttua aktiivisiksi, oikeuksiaan perääviksi, omien tarpeitten ja toiveitten mukaisia palveluja vaativiksi kuluttajiksi? Asiakaskyselyjen yhteydessä on käynyt ilmi, että asiantuntijoiden toiminnan arviointi koetaan vaikeaksi silloinkin, kun kysytään vain asiakkaan omia subjektiivisia kokemuksia (Kytö & Aatola 2004).

Toisaalta kyselyissä on myös käynyt ilmi, että oikeuksistaan entistä tietoisempi, kantaa ottava ja tekniikan hallitseva asiakaskunta on kasvamassa.

Uusien tietoteknisten laitteiden kehittäminen ja palveluinnovaatiot toteutuvat rinnakkain. Asiointi, tietojen siirto ja vastavuoroinen yhteydenpito alkaa olla verkkopalvelujen vakiopalvelua. Myös kasvokkain tapahtuva palvelu on jo nyt teknisesti mahdollista verkkopalveluna television kautta. Palvelu mahdollistaisi kuvansiirron avulla esimerkiksi virtuaaliset lääkäripalvelut (Verkkotie Oy 2005).

Palvelujärjestelmän tulevaisuuden haasteita

Yhteiskunnan rakenteet ovat jatkuvassa muutoksessa. Globalisaatio, kansan- ja kuntatalouden kehitys, väestörakenteen muutokset ja sähköiset palvelut muun muassa ovat keskeisiä haasteita, jotka suomalainen palvelujärjestelmä joutuu kohtaamaan ja joihin se omalla tavallaan joutuu sopeutumaan.

Suomalaisen hyvinvointiyhteiskunnan tulevaisuutta linjattaessa on viime vuosina nostettu keskeisimpänä haasteena esiin globalisaation moninaiset vaikutukset (Väyrynen 1999). Globalisaatio liittyy ihmiset ja valtiot eri puolilla maailmaa yhteen yhä voimakkaammin sitein ja riippuvuussuhtein. Globalisaation myötä siirrymme kohti maailmanlaajuisia markkinoita, tietoyhteyksiä, matkustamista, kulttuuria ja osittain myös yhteistä kieltä, englantia. Myös maailmanlaajuiset ympäristöongelmat, kuten otsonikato ja ilmastomuutos, ovat yhteisiä. Globalisaation sosiaalisen ulottuvuuden myötä kuuluminen laajempiin alueellisiin yhteisöihin kuten Eurooppaan tulee entistä tärkeämmäksi. Maailmasta muodostuu enenevässä määrin yksi suuri sosiaalinen järjestelmä.

Talouden vapautuminen ja sen mukanaan tuoma monitasoinen kilpailu haastaa voimakkaasti muun muassa perinteisen tavan tuottaa julkiset palvelut. Työvoiman ja palveluiden liikkuvuus yli valtioiden rajojen saa vähitellen uusia muotoja, joihin kaikki perinteiset julkisin varoin tuotetut palvelut eivät välttämättä pysty vastaamaan hintansa tai saatavuutensa – yleisesti ottaen uudistumiskykynsä – puolesta. Tarkemmin tarkasteltuna globalisaation haaste osoittautuu hyvinvointipalveluiden näkökulmasta huomattavasti monisysteemiseksi asiaksi kuin pelkäsi tehokkuuskysymykseksi. Kyse on pitkälti yhteiskuntamme keskeisten arvovalintojen uudelleenarvioinnista. Kuinka määrittelemme hyvinvoinnin ja minkälaisilla välineillä mittaamme hyvinvointipalvelujen toimivuutta?

Tavalliselle kadunmiehelle tai -naiselle globalisaatiota läheisempi kysymys on, miten kunta tuottaa tarvittavat hyvinvointipalvelut. Vuoden 2004 kuntavaalitaiston loppusuoralla nousi poliittisen väittelyn huomion kohteeksi kiistely julkisten palvelujen tuotantotavoista. Toiseksi suurin

hallituspuolue ja suurin oppositiopuolue käynnistivät julkisen kädenväännön siitä, mikä on tulevaisuudessa hyväksyttävissä oleva julkisten palvelujen ulkoistamisen tai markkinoistamisen aste. Kysymys ei ole uudesta asiasta, sillä suurimmassa osassa kuntia tiettyjä peruspalveluja on annettu lisääntyvästi yksityisten tahojen ja kolmannen sektorin organisoitaviksi. (Hänninen 2005, 32.)

Sosiaali- ja terveysturvan keskusliiton Sosiaalibarometrissa (Eronen ym. 2005, 223) palveluntuottajat katsovat kansalaisten hyvinvoinnin rakentuvan tulevaisuudessa nykyistä enemmän yksityisten yritysten ja järjestöjen tuottaman tuen ja palvelujen varaan ja vastaavasti suhteessa entistä vähemmän julkisen tuen varaan. Toinen arvioitu kehitystrendi on palvelujen tuottaminen nykyistä useammin kuntien keskinäisessä tai kuntien ja valtion välisessä yhteistyössä. Samoin erityyppisten epävirallisen tuen muotojen arvellaan lisäävän merkitystään. Kaiken kaikkiaan palvelutuotannossa on käynnissä voimakas rakenteellinen muutos, jossa erityisesti welfare mix -ratkaisut lisääntyvät.

Toteutuessaan EU:n palveludirektiivi edistäisi kuntien yhteistyömahdollisuuksia ulkomaisten palvelujen tarjoajien kanssa, sillä palveludirektiivillä luotaisiin tosiasiallisesti EU:n sisämarkkinat. Vaikka EU:n perusoikeuksiin kuuluvat yritysten sijoittumisvapaus ja palvelujen vapaa liikkuvuus, ovat palvelumarkkinat vielä hyvin kansallisia. Direktiivin myötä poistettaisiin palveluyritysten sijoittamisvapautta haittaavat esteet niin, että palvelujen vapaa liikkuminen toteutuisi koko EU:n alueella. EU-valtioiden kansalaisilla olisi puolestaan oikeus käyttää toisissa jäsenmaissa tarjottavia palveluja esteettä. EU:n palveludirektiivistä on monissa yhteyksissä tehty kaiken pahan alku ja juuri. Julkiset hyvinvointipalvelumme eivät kuitenkaan ole uhattuina palveludirektiivin vuoksi. Sosiaali-, kulttuuri- ja koulutuspalveluissa sekä oikeudellisissa palveluissa noudatettaisiin kohdemaan lainsäädäntöä. Palveludirektiivi ei pakottaisi ostamaan palvelua sellaisena kuin niitä tarjotaan, jos laatu- tai muut vaatimukset eivät ostajan mielestä täyty.

Olipa palvelujen tuottaja yksityinen, julkinen, kotimainen tai ulkomainen, lisääntyy itsepalvelu tulevaisuudessa. Suuret organisaatiot rationalisoivat palveluaan ja siirtävät sitä itsepalveluksi. Pankit käyttävät jonoja ohjatakseen asiakkaat verkkoon, sairaalat lyhentävät hoitopäiväjaksoja ja siirtävät osan operaatioihin liittyvästä hoidosta itsehoidoksi kotiin (Torkkola ym. 2002). Verkkopalvelujen kehittyminen tukee tätä kehityssuuntaa. Verkkopalvelujen lisääntyessä on syytä pitää mielessä, että Internet kykenee edistämään kaikkien kansalaisten hyvinvointia ainoastaan, jos se edistää myös niiden hyvinvointia, jotka verkkopalveluja eivät halua tai voi käyttää.

Verkkotoimintojen luominen tai verkon kautta tapahtuva neuvonta vaativat myös työtä, mutta toisenlaisia taitoja kuin suorassa kasvokkain

tapahtuvassa kontaktissa annettu asiakaspalvelu. Verkkovälitteinen itsepalveluyhteiskunta luo uudenlaisia itsepalvelun kombinaatioita, joissa osa vaadittavista taidoista ja valinnoista siirtyy asiakkaille itselleen. Heidän roolinsa palvelujen myötäutuottajina, aktiivisina kansalaisina, korostuu. (Julkunen 2003, 34.) Omalta osaltaan tähän kehitykseen vaikuttaa kansalaisten koko ajan lisääntyvä tietoisuus siitä, miten asiat muualla ovat. Globalisaatio ja Internet muokkaavat kansalaisista entistä vaativampia kuluttajia. Toisaalta tietoyhteiskunnasta esitettyjen visioiden analysointi osoittaa, että hallitakseen elämäänsä tulevaisuudessa talouden ja tekniikan puristuksessa massaviestintien maailmassa ihmisen on asetettava itselleen tavoitteita, mietittävä oman hyvän elämänsä visio ja kartutettava valmiuksiaan kohti visiotaan. Tietoyhteiskunnassa, muuttuvissa rakenteissa, oman elämän hallinta edellyttää hyviä viestintävalmiuksia (Viherä 1999).

Niin kansalaisten vaatimusten kuin palvelujen kysynnän lisääntyminen sekä taloudellisten resurssien niukkuus pakottavat kansalaiset ottamaan enemmän vastuuta tarvitsemistaan palveluista ja niiden hankkimisesta. Kulunut vuosikymmen on jo merkinnyt valtion vetäytymistä, jonka seurauksena sosiaalinen vastuu on siirtynyt toisaalta enenevässä määrin ihmisille itselleen ja toisaalta valtio-kuntasuhteen muutoksen myötä paikallisyhteisöille (Eronen ym. 2005, 223).

Hyvistä palvelukonsepteista vientituotteita

Suurin syy palvelujen kysynnän lisääntymiseen on maamme väestön ikääntyminen. Yli 65-vuotiaiden osuuden arvioidaan nousevan seuraavan kolmenkymmenen vuoden aikana puolitoistakertaiseksi nykyisestä. Yli 80-vuotiaiden osuus kaksinkertaistuu. Suomessa väestön ikärakenteen muutos tapahtuu aiemmin kuin useimmissa Euroopan maissa. Suomen on pystyttävä vastaamaan väestön muuttuneen ikärakenteen mukanaan tuomiin haasteisiin. Suomen edelläkävijyys tässä muutoksessa on suuri mahdollisuus uudelle toimintatavoille, joilla voidaan luoda Suomelle kansainvälistä kilpailuetua. On huomattava, että Suomen tilannetta lähellä väestön ikärakenteessa tulevat olemaan sellaiset valtavat markkina-alueet kuin Kiina ja Japani. (Wallenius & Hjelt 2004, 18.) Palvelutuotannon sähköistyvässä toimintamallissa valtion- ja kunnallishallinnon sekä alueellisten, valtakunnallisten ja pitemmällä tähtäimellä myös valtioiden väliset rajat madaltuvat ja menettävät merkitystään.

2000-luvulla yhtenäistä kuluttajakuntaa tai tyyppistä kuluttajaa tuskin on olemassa, kuten Pantzar ja Heinonen (1998) toteavat. Kuluttajien intressit pirstoutuvat ja valinnan motiivit moninaistuvat. Samaan aikaan konventionaaliset markkinat hajoavat osamarkkinoiksi, kuten esimerkiksi mustiksi kriminaalimarkkinoiksi, vaaleanpunaisiksi hoivamarkkinoiksi ja

harmaiksi työmarkkinoiksi. Epätyypillisten markkinoiden, uuden teknologian ja varallisuuserojen kasvun myötä kuluttajista tulee epätyypillisiä kuluttajia. Kulutuskäyttäytymisen päättelemisen perinteisten demografisten ominaisuuksien perusteella on lähestulkoon mahdotonta. Tämän vuoksi kuluttajien segmentoiminen on tehtävä eri perusteilla kuin ennen. Esimerkiksi samalla tulotasolla ja samassa elämäntilanteessa olevat ihmiset voivat kuluttaa monin eri tavoin. Tämän lisäksi kulutuskäyttäytyminen ja kuluttajaryhmien koostumus voivat vaihdella tilanteesta toiseen. Kokonaiset kuluttajaryhmät voivat muuttaa kulutustaan ja yksittäiset kuluttajat siirtyä kuluttajaryhmästä toiseen. Uusien kuluttajaryhmien tunnistaminen on erittäin vaikeaa. Alkanut kehitys jatkuu tulevaisuudessa ja monimutkaistaa kuluttajakenttää entisestään. Tulevaisuuden kuluttajien intressit eivät välttämättä ole alkuunkaan yhteneviä, minkä seurauksena personalisoitujen palvelujen kysyntä kasvaa (Bentley & Wilsdon 2003).

Esimerkiksi ikääntyvä väestö, yksi tulevaisuuden vaikutusvaltaisimmista kuluttajaryhmistä sisältää erilaisia iän, elämänvaiheen, tulojen, arvojen, elämäntapojen ym. kulutukseen liittyvien tekijöiden suhteen toisistaan poikkeavia alaryhmiä. Perinteisen ikääntyvän henkilön roolin tilalle kehittyä harrastusten, terveydentilan, taloudellisen aseman ja monen muun tekijän osalta erilaisia ryhmiä. Näillä voi olla toisistaan hyvinkin poikkeavia odotuksia palveluilta ja elämältä.

Tuleva kehitys ei ole valmiiksi kirjoitettu ohjelma, joka toteutuu omia aikojaan ilman meidän myötävaikutustamme. Monia asioita voidaan ennakoida ja kehityksen kulkuun vaikuttaa tehtävin päätöksin. (Taipale 2005, 7.) Palvelututkimuksella sekä erilaisilla julkisen ja yksityisen sektorin ennakointihankkeilla on tärkeä merkitys tulevaisuuteen varautumisessa. Kyse on paljolti tavasta, jolla kohdattaviin haasteisiin ja niistä mahdollisesti seuraaviin muutostarpeisiin suhtaudutaan. Tulevaisuus ei ole täynnä ainoastaan pelottavia uhkia, joista tulee selvitä jollain epätoivoisella keinolla. Tulevaisuus sisältää myös monia mahdollisuuksia luoda uutta ja kehittää nykyistä palvelujärjestelmää entistä parempaan suuntaan.

Väestön ikärakenteen muutoksen eri palvelualoille luomien mahdollisuuksien hyödyntäminen edellyttää uudenlaisten palvelukonseptien syntymistä sekä muutoksia olemassa olevien palvelujen tarjoajien tavoitteissa ja toimintatavoissa. Myös esimerkiksi sähköisten palvelujen ja maailman parhaan koulujärjestelmän tuotteistamista ja myymistä maailmalle kannattaa harkita.

Uusien palvelukonseptien kehittelyn kriittiseksi tekijäksi muodostuu ikääntyvän työvoiman kykeneminen tarvittavaan dynaamisuuteen ja innovatiivisuuteen. Toisaalta ikääntyvien taitoja, luovuutta ja innovatiivisuutta ei suomalaisessa työelämässä osata riittävästi hyödyntää. Yritysten ja

julkisen sektorin on sisäistettävä ikääntyvien työntekijöiden arvo organisaatioille.

Yhteiskunnallinen muutos vaatii uskallusta siirtyä raskarakenteisesta hyvinvointivaltiosta kohti joustavaa hyvinvointiyhteiskuntaa. Palvelujärjestelmää on tehostettava ja tunnustettava se tosiasia, että eri elämäntilanteissa ihmisillä on erilaiset tarpeet. Ketään ei saa jättää heitteille eli kansalaisten perusturvasta ei pidä luopua. Vuonna 2005 alkanut kunta- ja palvelurakennehanke tarjoaa tilaisuuden lähes koko palvelujärjestelmän uudelleen arviointiin. Millä periaatteilla perusturva taataan ja nykyistä järkevämpi peruspalvelutarjonta järjestetään -kysymyksiin vastaaminen vaatii ennakkoluulottomuutta ja perusteellista tutkimustietoa.

Lähteet

- Aatola L, Godenhjelm P, Kytö H, Melkas T, Nieminen T, Siikanen A (2002) Julkisten palvelujen laatubarometrin kehittäminen. Esitutkimus. Kuluttajatutkimuskeskus ja Tilastokeskus. Julkaisematon moniste.
- Abrahamsson, P (1991) Programs against poverty and deprivation in a welfare state context: comparing Europe and the United States. Teoksessa: J Lehto, (ed.): Deprivation, social welfare and expertise. NAWH Research reports 7. VAPK-publishing. Helsinki.
- Allén T (1995) Kunnallisten palvelujen kysyntä – tarpeet, kulutus ja kokemukset. Palkansaajien tutkimuslaitoksen tutkimuksia 58/1995. Helsinki.
- Bentley T, Wilsdon J (2003) Introduction: the adaptive state. In: The Adaptive State. Strategies for personalizing the public realm. Ed. by Bentley T, Wilsdon J. Demos. London.
- Cronberg T (1985) Uusi arki. Työn, asumisen ja hoitotoimen yhdistämisestä lähiyhteisössä. Tasa-arvoasiain neuvottelukunnan monisteita 5/1985.
- Eronen A, Londén P, Perälähti A, Siltaniemi A, Särkelä R (2005) Sosiaalibarometri 2005. Hyvinvointipalvelujen tuottajien ajankohtainen tilanne ja näkemys kansalaisten hyvinvoinnista. Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto ry. Helsinki.
- Grönroos C (1998) Nyt kilpaillaan palveluilla. Ekonomia-sarja. Porvoo.
- Haikonen J, Kiljunen P (2003) Mitä mieltä suomalainen? EVAn asennetutkimuksien kertomaa vuosilta 1984–2003. EVA raportti.
- Haverinen R (1999) Palvelusitoumukset ja hyvinvointivaltion palvelujärjestelmän käänne. STAKES Tutkimuksia 106/1999. Helsinki.
- Huuskonen J, Ijäs N, Lehtoranta O (1997) Julkisten palvelujen laadunarviointi. Arviointikehikko ja näkökulma. Tilastokeskus ja Suomen Kuntaliitto. Helsinki.
- Hänninen E (2005) Welfare mix tulevaisuuden palvelutuotannossa. Teoksessa: Signaaleja. Stakesin tulevaisuusraportti 2005. Toim. L Vuorenkoski, R Wiman, M Sinkkonen. STAKES Aiheita 1/2005. Helsinki.

- Ilmonen K (2005) Kansalaisyhteiskunta ja yhteiskunnan uudistumiskyky. Palkansaajien tutkimuslaitos. Tutkimuksia 94. Helsinki.
- Julkunen R (2001) Hyvinvoinnin suunnanmuutos. Nettilehdessä ”Ennen & nyt – historian tietosanomat”, 4/2001.
- Julkunen R (2003) Palvelutyö 2000-luvun alussa. Teoksessa Yhteiskunnan kehityssuuntia ja PAM. Tausta-aineistoa Pamin strategiatyöhön. Palvelualojen ammattiliitto PAM ry. Helsinki.
- Julkunen R, Nätti J (1999) The Modernization for Working Times: flexibility and Work Sharing in Finland. SoPhisarja 46/1999. Jyväskylä University. Jyväskylä.
- Kainulainen S, Rintala T, Heikkilä M (2001) Hyvinvoinnin alueellinen erilaistuminen 1990-luvun Suomessa. Kahtiajakautuva Suomi? – tutkimusprojektin julkaisu. STAKES Tutkimuksia 114. Helsinki.
- Kaarto M (2001) Diversity among Welfare States. Comparative Studies of Welfare State Adjustment in Nordic Countries. Research Report 118, Stakes. Helsinki.
- Kiander J (2001) Laman opetukset: Suomen 1990-luvun kriisin syyt ja seuraukset. VATT-julkaisuja 27:5. Valtion taloudellinen tutkimuskeskus. Helsinki.
- Kunnallisanon kehittämissäätö (2004) Kansalaismielipide ja kunnat. Ilmapuntari 2004.
- Kurenoja J (2005) Suomi työn verottajana. Kansainvälinen palkkaverovertailu. Veronmaksajat.
- Kytö H, Aatola L (2004) Luulo ei ole tiedon väärsti. Muutokset kuluttajien antamissa julkisten palvelujen laatuarvioissa vuosina 2002–2003. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 7/2004. Helsinki.
- Kytö H, Aatola L, Tuorila H (2003a) Palvelut tietoyhteiskunnassa -tutkimuskokonaisuuden loppuraportti. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 13/2003. Helsinki.
- Kytö H, Aatola L, Tuorila H, Lehtinen A-R (2003b) Kauas kaikki karkaa – vai karkaako? Palvelut tietoyhteiskunnassa -tutkimuskokonaisuuden yhteenvetoraportti. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 14/2003. Helsinki.
- Miettinen H (2001) Kuntapalvelut 2001. Asukaskyselyn tulokset 33 kunnassa. Efektia Oy. Tutkimuksia 154 /2001. Helsinki.
- Pantzar M, Heinonen V (1998) Kuluttajapolitiikan uudet haasteet. Kuluttajatutkimuskeskuksen keskustelualoitteita 26/1998. Helsinki.
- Platon (1981) Teokset. IV osa: Valtio.
- Ruusula M (2001) Palveleeko verkko kuntalaisia? Suomen kuntien verkkosivustojen laadullinen vertailu 2001. JUNA-julkaisuja 2/2001. Helsinki.
- Savolainen M, Andersson S, Harju A (2004) Terveystuella ja sosiaalihuollon laatua käsittelevää kirjallisuutta. Stakesin asiakirjat. Helsinki.
- Sisäasiainministeriö (2000a) Kohti tietoyhteiskuntaa. julkisten verkkopalvelujen kehittämisen lähtökohdat. Sisäasiainministeriön julkaisusarja 1/2000.

- Sisäasiainministeriö (2000b) Ensiaskeleet – verkkopalveluiden kehittäminen ja tulevaisuus julkisessa hallinnossa keväällä 2000. Sisäasiainministeriön julkaisusarja 7/2000.
- Sosiaalibarometri (2005) Ks. Eronen ym. (2005)
- Suomen Kuntaliitto ja valtiovarainministeriö (1998) Julkisten palvelujen laatustrategia. Osa I. Helsinki.
- Sutela M (2001) Kuntalaisen roolin muutos: asukkaasta asiakkaaksi – tarkastelukohteen sosiaalihuollon asiakaslähtöisyys. Oikeus 30 (4) 418–436.
- Taipale V (2005) Merkkejä tulevasta? Teoksessa: Signaaleja. Stakesin tulevaisuusraportti 2005. Toim. L Vuorenkoski, R Wiman, M Sinkkonen. STAKES. Aiheita 1/2005. Helsinki.
- Taloustutkimus Oy (2003) Julkisten palvelujen laatu- ja palvelutalouden barometri. Valtiovarainministeriö. Kesäkuu 2003. Helsinki.
- Tilastokeskus (2004) Suomen tilastollinen vuosikirja 2004. SVT. Helsinki.
- Torkkola S, Heikkinen H, Tiainen S (2002) Potilasohjeet ymmärrettäviksi. Opas potilasohjeiden tekijöille. Tammi. Helsinki.
- Tuorila H (2001) Katsaus suomalaiseen peruspalvelututkimukseen. Määrittelystä arviointiin. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 2/2001. Helsinki.
- Wallenius T, Hjelt M (2004) Uhasta mahdollisuudeksi? Väestön ikärakenteen muutokset ja sen seuraamukset Suomen elinkeino-, teknologia- ja innovaatiopolitiikalle. Gaia. Helsinki.
- Valtioneuvosto (2004) Kuluttajapoliittinen ohjelma vuosille 2004–2007. KTM Julkaisuja 15/2004.
- Valtiovarainministeriö (1982) Byrokratiatalkoot. Valtiovarainministeriön järjestelyosasto. Helsinki.
- Valtiovarainministeriö (1993) Tuloksena palvelu. Palveluhankkeen loppuraportti. Helsinki.
- Valtiovarainministeriö (2003) Laatu verkko. Julkisten verkkopalvelujen laatu- ja arviointikriteerit. Työryhmämuistioita 5/2003.
- Viherä M-L (1999) Ihminen tietoyhteiskunnassa – kansalaisten viestintävalmiudet kansalaisyhteiskunnan mahdollistajana. Turun kaupunkorakennuslaitoksen julkaisuja. Sarja A 1/1999. Turku.
- Virtanen V (2003) Valta- ja vastavirtaan. Selvitys maassamuuttajien elinoloista, uuteen kiinnittymisestä ja arvotaustasta Suomessa. Sisäasiainministeriön julkaisu 14/2003.
- Väyrynen R (1999) Suomi avoimessa maailmassa. Globalisaatio ja sen vaikutukset. Suomen itsenäisyyden juhlarahasto Sitra. Helsinki.
- Verkkotie Oy (2005) Kuvansiirtoa tukeva yhteys parantaa vanhuspalveluita. 16.6.2005. www.tietoyhteiskunta.fi/=uutiset/166918.
- Österberg J (2003) Recession, förtroende och entreprenörskap inom social- och hälsovårdsektorn. Licentavhandling i sociologi. Åbo: Sociologiska institutionen, Åbo Akademi.



MOBIILIPALVELUT SUOMALAISTEN ARJESSA

Kaarina Hyvönen, Petteri Repo

Johdanto

Matkapuhelimesta on tullut tärkeä osa monien ihmisten arkipäivää kaikkialla maailmassa. Toistaiseksi matkapuhelinta on käytetty ensisijaisesti puheluihin ja tekstiviestien lähettämiseen, mutta käytännöt muuttuvat. Erityisesti palvelut haastavat vakiintuneet tavat käyttää matkapuhelinta. Mobiilipalveluille onkin pitkään asetettu suuria odotuksia (Kalakota & Robinson 2002, Sadeh 2002). Seuraavan sukupolven matkaviestintään on suunniteltu kuuluvan kehittyneiden palvelujen, kuten multimedian käyttö laajakaistaa hyödyntäen (Robins 2003, UMTS Forum 2003). Kehitys on kuitenkin ollut ennakoitua hitaampaa.

Mobiilipalvelut ovat itsessään uusi palvelukategoria. Sen lisäksi mobiilipalvelut voivat korvata puhelinsoitolla hankittuja palveluja ja muita perinteisiä palveluja sekä Internetin palveluja. Mobiilipalvelujen avulla voidaan hankkia informaatiota, tehdä tilauksia ja varauksia sekä asioida pankissa ja viranomaisten kanssa. Palvelutarjonta kehittyy nopeasti paitsi määrällisesti ja valikoimaltaan myös teknologialtaan. Uusia palveluja ja palveluteknologioita kehitettäessä voi helposti unohtua, että valtaosaa mobiilipalveluista voi itse asiassa käyttää hyvinkin vanhalla tekniikalla. Mobiilipalveluja voidaan tarjota monella tavalla. Kuva 1 esittää esimerkkejä uutispalveluista.



Kuva 1. Uutisia monella tavalla matkapuhelimeen.

Kaksi ensimmäistä uutispalvelua tarjotaan tilattuina viesteinä. Tekstiviesti (SMS) on säilyttänyt asemansa palvelualustana, vaikka sitä pidetään teknisesti vanhentuneena ja vaatimattomana. Palveluntarjoajat ovat kuitenkin mukautuneet hyvin tekstiviestiteknologiaan, koska edelleen joka toisella suomalaisella on käytössään matkapuhelin, jolla tekstiviesti on ainoa mahdollisuus hankkia mobiilipalveluja. Käyttäjille tekstiviesti onkin suoraviivainen tapa tilata palveluja. Multimediaviesti (MMS) on tekstiviestistä kehitetty muoto, joka tukee multim mediasisältöjä. Tekstiviestit toimivat kaikilla GSM-puhelimilla, mutta multimediaviestit edellyttävät varsin uuden puhelimen käyttöä. Kolmas uutispalvelu tarjotaan WAP-selaimessa. Neljäs ja viides uutispalvelu tarjotaan sovelluksilla, jotka voidaan asentaa kehittyneisiin puhelimiin.

Tämä tarkoittaa, että käytössä oleva puhelin ja sen käyttötaidot ohjaavat käyttökokemusta. Jotta voi käyttää kaikkein kehittyneimpiä ja näyttävimpiä palveluja, täytyy hankkia uusi ja kehittynyt puhelin, jonka käyttö puolestaan on hankalaa. Suomessa nykyään myytävissä puhelimissa on yleensä värinäyttö, multimediatuki ja datayhteydet. Palvelujen käyttämättömyys liittyy siten mitä ilmeisimmin paitsi puuttuvaan tarpeeseen myös käytön hankaluuteen.

Kuinka halukkaita kuluttajat ovat käyttämään mobiilipalveluja? Tutkimukset osoittavat kuluttajien omaksuvan innovaatioita, kuten mobiilipalveluja, jos nämä tarjoavat joitakin etuja vakiintuneisiin tapoihin verrattuna (Rogers 1995). Edut voivat liittyä ajan- tai rahansäästöön tai esimerkiksi nautittavuuteen. Etujen yksityiskohtainen määrittelyminen on vaikeaa, koska mobiilipalvelujen tarve kasvaa yleensä sitä mukaa, kun palvelut kehittyvät ja niitä otetaan käyttöön. On hyvä pitää mielessä, että vielä 10–15 vuotta sitten useimmat pitivät matkapuhelinta turhana uutuuutena. Nyt harva haluaisi luopua siitä – tarve matkapuhelimelle on syntynyt. Näyttää kuitenkin siltä, että mobiilipalvelujen omaksuminen on edelleen aikaisessa vaiheessa. Omaksuminen kuitenkin etenee, ja on tärkeää tutkia sen suuntaa ja nopeutta.

Mobiilipalvelujen käytön kimmokkeita ja esteitä on tarkasteltu useissa tutkimuksissa (esim. Samtani ym. 2003, Teo & Pok 2003, Carlsson ym. 2004, Kim ym. 2004, Carlsson ym. 2005a), mutta edelleen on tarve kattaville tutkimuksille, jotka käsittelevät palvelujen käyttöä ja palvelujen käytön merkitystä arkipäivän käytäntöihin. Tarkastelemme tässä artikkelissa mobiilipalvelujen käyttöä sekä käytön motiiveja, ongelmia ja esteitä Suomessa. Pyrimme tulkitsemaan mobiilipalvelujen käyttöä arkipäivän näkökulmasta.

Kuluttajien arkipäivä on vähän huomiota saanut lähtökohta sekä mobiilipalvelujen tutkimuksessa että kehittämisessä. Matkaviestintäala etenee valmistaja-, operaattori- ja tekniikkavetoisesti. Kuluttajat ovat tärkeitä asiakkaita, mutta heidän tehtäväkseen on katsottu pikemminkin

sopeutua kehitykseen kuin luoda uusia käytäntöjä. Tekniikan kehitys nähdään tärkeänä edellytyksenä ellei peräti syynä käytön kasvulle. Näin teknisten rajoitteiden poistamisen nähdään vapauttavan kuluttajat tyydyttämään palvelutarpeensa entistä paremmin. Näkökulmaa voidaan perustella sillä, että uutta luodessa ei voida tukeutua pelkästään vanhaan.

Matkapuhelinvisiot ja tekninen tutkimus olettavat siis yleensä, että teknologinen kehitys yhdistettynä sopivaan liiketoimintamalliin edistää suoraviivaisesti mobiilipalvelujen vaatimatonta nykykäyttöä (vrt. Robins 2003, Sigurdson & Ericsson 2003). Visiot perustuvat ajatukseen, jonka mukaan uusi tarjonta luo lisäarvoa, josta kuluttajat ovat valmiita maksamaan. Palvelujen käyttö ei käyttäjätutkimusten mukaan kuitenkaan välttämättä lisääny palveluteknologian kehityksen myötä (vrt. Teo & Pok 2003, Carlsson ym. 2005b). Edes käyttäjätyytyväisyys ei aina kasva käytön lisääntyessä (Kim ym. 2004). Siksi palveluteknologiaa olisikin syytä tarkastella pikemminkin neutraalina kuin palvelujen käyttöä merkittävästi edistävänä tekijänä.

Puhelinominaisuutta arvostetaan matkapuhelimessa toistaiseksi enemmän kuin sen mahdollistamia palveluja. Palvelut eivät ole olleet merkittävä syy uuden matkapuhelimen hankintaan (Repo & Hyvönen 2003). Suomessakin vain noin puolet kehittyneen matkapuhelimen omistajista on tehnyt teknisesti kehittyneiden palvelujen käytön mahdollistavat asetukset (Liikenne- ja viestintäministeriö 2004). Lisäksi monet niistäkään, joilla nämä asetukset ovat, eivät käytä palveluja usein eivätkä paljon.

Teoreettisia lähestymistapoja

Mobiilipalvelut edustavat uudenlaista tapaa käyttää matkapuhelinta. Siksi tutkimuksissa ei toistaiseksi ole voitu hyödyntää dokumentoituja tapauksia laajasta palvelujen käytöstä. Tutkimuksissa on tarkasteltu pikemminkin palvelujen käyttöönottoa uuden teknologian hyväksyttävyyden tai omaksumisen teorioita hyödyntäen. Myös meidän tutkimustemme tärkein teoreettinen lähestymistapa liittyy hyväksyntään, jota täydennämme diffuusioteorialla.

Teknologian hyväksymisteorioiden mukaan teknologia tarjotaan kokonaisuuksina, jotka kuluttajat voivat joko hyväksyä tai hylätä (esim. Samtani ym. 2003, Teo & Pok 2003, Amberg ym. 2004, Pagani 2004). Taustalla on psykologiaan pohjautuva ajattelutapa, jonka mukaan lopullinen käyttö rakentuu aikomuksista, asenteista ja normeista.

Teorioiden peruskäsitteitä ovat palvelujen hyödyllisyys ja helppokäyttöisyys, jotka ovat epäilemättä tärkeitä tekijöitä arvioitaessa mobiilipalvelujen tulevaa käyttöä. Ylimalkaisuutensa takia tällainen tulkinta ei kuitenkaan juuri auta kehittämään mielekkäitä palveluja. Hyödyllisyyttä ja

helppokäyttöisyyttä voidaan pitää lähtökohtaisesti palvelujen vaatimuk-
sina, joiden toteutumista voidaan arvioida vasta jälkikäteen. Hyödyllisyys
ja helppokäyttöisyys ovat lisäksi usein subjektiivisia näkemyksiä. Se,
mikä on yhdelle hyödyllistä ja helppoa, ei ole sitä toiselle. On myös
muistettava, että käytön helppous ja hyödyllisyys eivät vielä välttämättä
takaa palvelujen haluttavuutta.

Hyväksyttävyy- ja käytettävyytutkimus on alun perin kehitetty orga-
nisaatioiden käyttöön pohdittaessa sitä, miten valittu teknologia voidaan
parhaiten ottaa käyttöön (Davis ym. 1989, Venkatesh ym. 2003).
Kuluttajamarkkinoilla tämä ei yleensä sovi lähtökohdaksi, koska kulutta-
jaa on useimmiten vaikea käskeä, hallita tai ylipäättänsä ymmärtää.

Innovaatioiden diffuusion näkökulma nostaa kuluttajapsykologian
rinnalle sosiaalisen vuorovaikutuksen ja kuluttajien erilaisen suhtau-
tumistavan innovaatioihin (Rogers 1995). Näkökulma korostaa suhteelli-
sen edun merkitystä innovaatioiden omaksumisessa: uuden ratkaisun tulisi
olla käyttäjälleen parempi kuin nykyisen. Käyttäjät voidaan ryhmitellä
omaksumisen asteen mukaan. Innovaattorit tulevat ensin, sitten aikaiset
omaksijat, aikainen enemmistö, myöhäinen enemmistö ja lopulta vitkas-
telijat. Tutkimuksen tehtäväksi jää selvittää, mitkä sosiodemografiset ja
muut tekijät jakavat käyttäjät tähän ryhmittelyyn. Diffuusiolähestymis-
tavan heikkous on siinä, ettei se erityisen hyvin pysty etukäteen selittä-
mään tulevaa käyttöä. Lisäksi käyttäjiä ja teknologioita kuvaavat määri-
telmät ovat varsin ylimalkaisia.

Yhteistä edellä mainituille lähestymistavoille on helppokäyttöisyyden
ja etujen korostaminen. Käytännöt löytyvät arkielämästä, ja ne voivat olla
hyvin samankaltaisia silloinkin, kun niitä hyödyntävät käyttäjät ovat
taustaltaan varsin erilaisia. Siksi saattaa olla parempi tarkastella yleis-
kuluttajia (Repo 2004) kuin seurata pienryhmiä, koska uudenlaisten
palvelujen kehittäminen ja markkinointi edellyttävät yleensä laajempaa
kuluttajien osallistumista kuin vakiintuneiden palvelujen kehittäminen ja
markkinointi (Magnusson ym. 2003).

Kyselyaineistot

Tutkimusaineistomme kerättiin kahdella kyselyllä Kuluttajatutkimus-
keskuksen kuluttajaneelin jäseniltä. Kuluttajaneeliin kuuluu noin
1 200 vapaaehtoisesti paneeliin ilmoittautunutta jäsentä. Korvaukseksi
työstään he saavat kuluttaja-asioita käsittelevän lehden vuositilauksen.

Ensimmäinen kysely tehtiin verkkokyselynä toukokuussa 2003.
Kyselylinkki lähetettiin 779:lle paneelin jäsenelle, joilla oli sähkö-
postiosoite. Kyselyyn saatiin 582 vastausta, joten vastausprosentti oli
74,7. Toinen kysely tehtiin tammi-helmikuussa 2004 yhdistettynä verkko-

ja postikyselynä, ja se koski kaikkia panelisteja. Siihen vastasi 944 paneelistia, eli 81,8 prosenttia paneelin jäsenistä. Molempien kyselyjen vastaajista huomioitiin vain ne, joilla oli matkapuhelin käytössään.

Kuluttajapaneelin käyttöön tutkimusaineistoa kerätessä päädyttiin yhtäältä siksi, että paneelin jäsenet ovat innokkaita osallistumaan tutkimuksiin ja toisaalta siksi, että näin on mahdollista tutkia mobiilipalvelujen käytön etenemistä samojen henkilöiden keskuudessa useamman vuoden aikana. Mobiilipalvelut ovat teknologisesti ja toiminnallisesti monimutkainen asia tavallisille kuluttajille. Siksi on hyödyllistä käyttää laajaa ja pysyvää paneelia niihin liittyvän tiedon hankinnassa. Panelistit ovat harrastuneisuutensa takia muita kuluttajia tiedostavampia kulutukseen liittyvissä kysymyksissä. Muuhun väestöön verrattuna naiset ja keski-ikäiset ovat yliedustettuina paneelissa. Kaikki panelistit ovat vähintään 18-vuotiaita.

Kyselyjen tuloksia on julkaistu useissa artikkeleissa (esim. Carlsson, Hyvönen, Repo & Walden 2004, Carlsson, Hyvönen, Repo & Walden 2005a, Repo & Hyvönen 2003, Hyvönen & Repo 2004). Olemme muun muassa vertailleet paneeliaineiston tuloksia Åbo Akademin IAMSR-Instituutin Christer Carlssonin ja Pirkko Waldenin tutkimusten tuloksiin, jotka perustuvat koko väestöä koskevaan satunnaisotosaineistoon.

Mobiilipalvelujen käyttö

Kyselyihin osallistuneilta tiedusteltiin mobiilipalvelujen käyttöä yleensä sekä erikseen yli kahdenkymmenen yksittäisen palvelun käyttöä ja käytön useutta. Kysytyt palvelut erosivat jonkin verran vuosien 2003 ja 2004 tutkimuksissa jo siitä syystä, että palvelutarjonta oli muuttunut kyselyjen välillä. Vastaajilla oli lisäksi mahdollisuus kertoa, jos he käyttävät joitakin heille esitetyssä listassa mainitsemattomia mobiilipalveluja. Luokittelimme palvelut neljään ryhmään: viestintä-, viihde-, informaatio- sekä asiointi- ja ostamispalveluihin (taulukko 1). Palvelujen käytön luokittelimme säännölliseen ja kokeilukäyttöön. Säännöllinen käyttö tarkoittaa sitä, että palvelua käytetään säännöllisesti joko päivittäin, viikoittain tai esimerkiksi joitakin kertoja kuukaudessa. Kokeilu viittaa puolestaan siihen, että vastaaja on käyttänyt, kokeillut, palvelua muutamia kertoja satunnaisesti.

Taulukko 1. Eniten käytetyt mobiilipalvelut vuosina 2003 ja 2004.

		Säännöllinen käyttö		Kokeilu	
		% vastaajista		% vastaajista	
		2003	2004	2003	2004
Viestintä	Tekstiviestit (SMS)	97,1	96,4	2,4	2,7
	Mobiilisähköposti	4,5	9,4	7,0	19,6
	Multimediaviestit (MMS)	4,3	8,9	9,6	28,3
Viihde	Soittoäänät ja logot	6,4	-	29,0	-
	Soittoäänät	-	12,9	-	55,1
	Logot ja ikonit	-	10,7	-	54,9
	Musiikin kuuntelu	-	3,5	-	7,0
	Pelit	0,9	1,2	4,6	9,9
Informaatio	Hakupalvelut	13,9	-	16,8	-
	Personoidut informaatiopalvelut	-	9,0	-	24,8
	Internet-surffailu	-	6,6	-	16,0
	Aikataulut	2,7	5,7	8,6	17,2
	Uutiset	3,3	-	7,9	-
	Sääätiedotukset	2,7	-	9,6	-
	Paikannuspalvelut	0,3	2,0	6,5	11,6
Asiointi ja ostaminen	Pankkipalvelut	5,5	12,3	8,1	20,0
	Elokuvalippujen varaus/ ostaminen	-	5,2	-	18,2
	Matkalippujen varaus/ ostaminen	-	3,1	-	10,2
	Matka- ja elokuvalippujen varaaminen/tilaaminen	3,3	-	9,5	-
	Matka- ja pääsylippujen tilaaminen ja maksaminen	2,7	-	8,4	-
	Mobiilimaksaminen	1,5	6,7	7,9	23,2
	Tavaroiden tilaaminen	0,9	2,6	6,9	13,7

Mobiilipalvelujen säännöllinen käyttö ei ole Suomessa toistaiseksi kovin yleistä. Monia palveluja pikemminkin vasta kokeillaan. Tekstiviestit ovat ylivoimaisesti suosituimpia mobiilipalveluja, ja niitä käyttävät jo lähes kaikki säännöllisesti. Muita kuin tekstiviestipalveluja ilmoitti käyttäneensä vuoden 2003 kyselyn mukaan noin 40 prosenttia vastaajista, ja heistäkin suurin osa oli käyttänyt vain harvoja yksittäisiä palveluja. Tekstiviestien ohella laajempaa säännöllistä käyttöä on osoitteiden, nimien, puhelinnumeroiden yms. hakupalveluilla, pankkipalveluilla sekä soittoäänillä, logoilla ja ikoneilla. Myös mobiilisähköposti ja multimediaviestit samoin kuin personoidut informaatiopalvelut näyttävät vakiinnuttaneen asemansa säännöllisessä käytössä, joskin näihin prosentiosuuksiin on syytä suhtautua tietyin varauksin, sillä palvelujen nimikkeet

on voitu ymmärtää väärin. Edellisiä selvästi vähemmän säännöllisesti käytettyihin palveluihin kuuluvat muun muassa palvelujen ja tavaroiden tilaaminen ja maksaminen sekä viihdepalvelut soittoääniä, logoja ja ikoneja lukuun ottamatta.

Kokeilijoita on ollut eniten soittoäänillä, logoilla ja ikoneilla. Muita melko monien kokeilemia palveluja ovat multimediasivut, mobiilisähköposti, personoidut informaatiopalvelut, aikataulut, hakupalvelut, mobiilimaksaminen, pankkipalvelut sekä elokuvalippujen varaaminen ja ostaminen. Soittoääniä ja logoja lukuun ottamatta viihdepalveluja ovat myös kokeilleet vain verrattain harvat.

Mobiilipalvelujen käytössä ei tapahtunut suuria muutoksia vuodesta 2003 vuoteen 2004. Palvelujen suosituimmuusjärjestys pysyi lähes samana, mutta useimmilla palveluilla oli vuonna 2004 enemmän käyttäjiä ja ainakin kokeilijoita kuin edellisenä vuonna. Mobiilisähköpostin ja multimediasivujen lisääntynyt säännöllinen käyttö ja erityisesti kokeilu samoin kuin joidenkin muiden Internet-tyyppisten palvelujen nouseminen eniten käytettyjen ja kokeiltujen palvelujen joukkoon ovat ehkä suurimpia näiden vuosien välillä tapahtuneita muutoksia, vaikka näitä palveluja säännöllisesti käyttäneiden osuudet olivatkin vielä melko pieniä. Tämä kehitys viestii kuitenkin osaltaan siitä, että GSM-puhelimista ollaan vähitellen siirtymässä kehittyneempiin puhelimiin, joilla on mahdollista käyttää laajempaa palveluvalikoimaa. Suureen osaan eroista oli syynä nimenomaan se, että uusia ja uudentyyppisiä mobiilipalveluja oli tarjolla vuoden 2004 kyselyn aikaan ja ainakin entistä useammalla oli mahdollisuus käyttää niitä tuolloin. Vuonna 2003 kolmella viidestä vastaajasta oli käytössään ainoastaan perus-GSM-puhelin, ja vuonna 2004 GSM-puhelinta käytti noin joka toinen.

Näistä tuloksista johtopäätöksiä tehtäessä on otettava huomioon se, että kaikki tutkimuksiin osallistuneet ovat olleet vähintään 19-vuotiaita. Tämän voi olettaa näkyvän eniten viihdepalvelujen käytössä, koska monet viihdepalvelut ovat nimenomaan nuorten suosiossa. Lisäksi osa taulukossa esitetyistä prosenttiluvuista voi olla liian suuria, sillä jotkut palvelunimikkeet on voitu ymmärtää väärin. Tämä koskee erityisesti Internet-tyyppisiä palveluja.

Verrattaessa paneeliaineiston tuloksia koko väestöä koskeviin tuloksiin suurimmaksi eroksi osoittautui ehkä se, että koko väestö oli käyttänyt useimpia suosituimpia palveluja hieman yleisemmin kuin paneelin jäsenet ainakin vuonna 2004. Sen sijaan palvelujen suosituimmuusjärjestys ei juurikaan poikennut toisistaan. (Carlsson ym. 2005a.)

Mobiilipalvelujen käytön motiivit

Tutkimukset antavat varsin yhteneväisen kuvan mobiilipalvelujen käytön motiiveista Suomessa ja samalla mobiilipalvelujen suhteellisista eduista. Tulokset ovat suurin piirtein samanlaisia riippumatta esimerkiksi siitä, perustuvatko ne avoimiin vai strukturoituihin kysymyksiin saatuihin vastauksiin.

Vuoden 2003 kyselyssä mobiilipalvelujen käyttäjiä pyydettiin kertomaan avoimessa vastauksessa kolme heille tärkeintä syytä palvelujen käyttöön. Ehdottomasti tärkeimmäksi mobiilipalvelujen käytön syyksi osoittautui helppous, vaivattomuus ja joustavuus eli se, että palveluja voi käyttää kätevästi missä ja milloin tahansa. Mobiilipalvelut langattomina palveluina vapauttavat perinteisestä aika- ja paikkasidonnaisuudesta vielä tehokkaammin kuin Internetin palvelut. Useimmat käyttäjät (60 %) perustelivat mobiilipalvelujen käyttöönsä näillä motiiveilla. Toiseksi yleisimmin käytön syyksi mainittiin nopeus. Tällä vastaajat tarkoittivat viestinnän, tiedonsaannin ja asioiden hoitamisen nopeutumista sekä siitä koituvaa ajansäästöä verrattuna muihin tapoihin hoitaa samat asiat. Nopeuden oli maininnut yhdeksi tärkeimmistä syistä neljännes mobiilipalveluja käyttäneistä. Mobiilipalveluja käytetään paitsi hädän myös huvia vuoksi. Lähes joka neljäs käyttäjä ilmoitti yhdeksi mobiilipalvelujen käytön syyksi huvia tai viihtymisen. Erityisesti soittoaania ja logoja tilataan ja käytetään huvia ja mielihyvän vuoksi.

Muita, joskin edellisiä harvempien käyttäjien esille tuomia, mobiilipalvelujen käytön syitä olivat uteliaisuus, edullisuus, keino päästä Internetiin/Internetin korvike, mahdollisuus saada omiin tarpeisiin sopivia personoituja palveluja sekä mahdollisuus saada ajankohtaista tietoa.

Strukturoidulla kysymyksellä vuoden 2004 tutkimuksessa motiiveja kysyttäessä saatiin pitkälti samanlaiset tulokset kuin edellä. Motiivit olivat luokiteltavissa faktorianalyysin mukaan kolmeen ryhmään (Carlsson ym. 2005a) taulukon 2 osoittamalla tavalla.

Taulukko 2. Kolmenlaisia mobiilipalvelujen käytön motiiveja (Carlsson ym. 2005a).

	Iso motiivi	Pieni motiivi	Ei motiivi
	% palveluja käyttäneistä		
Joustavuus, vaivattomuus	74,4	23,1	2,5
Viestinnän uudet ulottuvuudet (mm. personointi, kuva-, ääni-, videoviestit)	21,1	60,4	18,5
Sosiaalinen status/huvi, nautinto	3,8	37,4	58,8

Myös vuoden 2004 kyselyn mukaan ehdottomasti tärkein käytön peruste oli joustavuus ja vaivattomuus. Toiseksi tärkein motiivi, viestinnän uudet ulottuvuudet, loi täydentävän näkemyksen mobiilipalvelujen käytön syihin vuoden 2003 kyselyyn verrattuna. Tämä tarkoittaa mahdollisuutta palvelujen personointiin sekä kuva-, ääni- ja videoviesteihin, joskin siihen liittyy oleellisesti myös jo edellä mainittu mobiilipalvelujen mahdollistama nopea asioiden hoito ja sen tuoma ajansäästö. Myös sosiaalisen statuksen merkitys mobiilipalvelujen käyttöön vaikuttavana tekijänä tuli esille strukturoituihin kysymyksiin saaduissa vastauksissa toisin kuin avoimissa vastauksissa. Tosin vain harvat ilmoittivat sen tärkeäksi motiivikseen mobiilipalvelujen käytölle. Samoin huvia ja nautinnon saantia pidettiin yleensä vain vähäisenä motiivina.

Paneelin jäsenten ja koko väestön näkemykset mobiilipalvelujen käytön syistä poikkesivat vain vähän toisistaan. Ainoastaan joustavuuden ja vaivattomuuden kokivat paneelin jäsenet koko väestöä yleisemmin tärkeäksi motiiviksi, kun taas koko väestö piti niitä paneelin jäseniä yleisemmin vain pienenä motiivina palvelujen käyttöön. (Carlsson ym. 2005a.)

Mobiilipalvelujen käytön ongelmat ja esteet

Lähes kaikilla mobiilipalveluja käyttäneillä on ollut ongelmia mobiilipalvelujen käytössä. Koetut ongelmat vähentävät mobiilipalvelujen tuomaa suhteellista etua. Jotkut ongelmat ovat myös esteitä palvelujen käytölle. Ongelmia ja esteitä kysyttiin strukturoitujen kysymysten avulla.

Vuoden 2003 kyselyn mukaan suurimpana mobiilipalvelujen käytön ongelmana pidettiin ehdottomasti palvelujen kalleutta (taulukko 3). Sen oli maininnut yhdeksi kolmesta keskeisestä ongelmasta 60 prosenttia palvelujen käyttäjistä. Vaikeus muistaa tekstiviestinä tilattavien palvelujen

puhelinnumero tai hakutermi oli tuottanut ongelmia kahdelle viidestä palveluja käyttäneestä. Kolmannes oli kokenut ongelmaksi sen, ettei palvelutarjonta vastaa sisällöltään tarpeita. Seuraavaksi useimmin mainittuja ongelmia olivat palvelujen hinnoittelun sekavuus ja palvelujen vaikea löydettävyys.

Taulukko 3. Suurimmat ongelmat mobiilipalvelujen käytössä.

	% palveluja käyttäneistä
Palvelujen käytön kalleus	60
Vaikeus muistaa tekstiviestinä tilattavien palvelujen puhelinnumero tai hakutermi	38
Palvelutarjonta ei sisällöltään vastaa tarpeitani	32
Palvelujen hinnoittelun sekavuus	30
Palvelut ovat vaikeasti löydettävissä	26

Sen sijaan palvelujen käytön hitaus tai matkapuhelimen soveltumattomuus palvelujen käyttöön (matkapuhelimen näyttö liian pieni, matkapuhelimen näppäimistöä hankala käyttää) eivät osoittautuneet keskeisiksi ongelmiksi.

Niin ikään lähes kaikki tutkimuksiin vastanneet katsoivat joidenkin tekijöiden estävän tai rajoittavan heidän mobiilipalvelujen käyttöönsä. Esteet olivat osittain samoja kuin koetut ongelmat, joskaan kaikkia ongelmia ei välttämättä pidetty esteinä. Kaikki esteiksi mielletyt tekijät eivät myöskään näyttäneet käytön ongelmina. Vuoden 2003 ja 2004 tutkimukset antoivat hieman toisistaan poikkeavan kuvan käytön esteistä eli siitä, miksi mobiilipalvelut eivät ole saavuttaneet nykyistä suurempaa suosiota Suomessa.

Vuoden 2003 kyselyssä tärkeimmäksi käytön esteeksi osoittautui se, etteivät vastaajat yksinkertaisesti kokeneet tarvitsevansa (57 % vastaajista) tai halunneet käyttää (18 %) mobiilipalveluja. Toisena keskeisenä esteenä olivat taloudelliset tekijät, eli palvelujen käytön kalleus (50 %) ja palvelujen hinnoittelun sekavuus (20 %). Monet mainitsivat esteeksi myös sen, ettei heillä ole aikaa ottaa selvää mobiilipalvelutarjonnasta (27 %) sekä sen, ettei palvelutarjonta vastaa sisällöltään heidän tarpeitaan (20 %). Sen sijaan palvelujen käyttöominaisuudet (palvelut ovat vaikeasti löydettävissä, en tiedä miten palveluja käytetään, palvelut ovat hankalia

käyttää, palvelujen käyttö on hidasta) eivät nousseet keskeisiksi käytön rajoitteiksi tai esteiksi samaan tapaan kuin ne eivät olleet keskeisiä ongelmiakaan.

Palveluja käyttämättömät kokivat esteiksi hieman eri asiat kuin palveluja käyttäneet. Palveluja käyttämättömät mainitsivat käyttäjiä selvästi useammin esteeksi sen, etteivät he tarvitse tai halua käyttää mobiilipalveluja sekä myös sen, etteivät he tiedä, miten palveluja käytetään. Palveluja käyttäneiden esteitä puolestaan olivat useammin palvelujen käyttötilanteeseen ja sisältöön liittyvät tekijät, kuten palvelujen vaikea löydettävyys, palvelujen käytön hitaus sekä se, ettei palvelutarjonta vastaa tarpeita.

Vuonna 2004 tehdyn tutkimuksen mukaan esteiden painotus poikkesi hieman edellisestä. Syynä siihen oli ainakin osittain se, että esteitä kysyttiin näissä kyselyissä hiukan eri tavalla. Vuoden 2004 kyselyssä olivat uutena tutkimuskohteena turvallisuuskysymykset, ja siitä puuttuivat muun muassa kysymykset mobiilipalvelujen tarpeellisuudesta ja vastaajien halukkuudesta käyttää palveluja. Käytön esteet ryhmiteltiin viiteen ryhmään faktorianalyysin mukaan (Carlsson ym. 2005a) taulukossa 4 esitetyllä tavalla.

Taulukko 4. Mobiilipalvelujen käytön esteet (Carlsson ym. 2005a).

	Suuri este	Pieni este	Ei este
	% vastaajista		
Kustannukset	72,4	25,1	2,5
Verkkojen ja laitteiden toimintaan liittyvät ongelmat	55,1	39,2	5,7
Turvallisuusriskit	54,1	38,6	7,3
Palvelujen tarjonta ei vastaa tarpeita	43,0	42,2	14,8
Käytettävyysongelmat	42,5	50,6	6,9

Ehdottomasti suurimmaksi mobiilipalvelujen käytön esteeksi osoitettiin tässä kyselyssä korkeat kustannukset, jotka tarkoittivat sekä laitteiden hintaa että palvelujen käyttökustannuksia. Seuraaviksi sijoittuivat yhtäältä verkkojen ja laitteiden toimintaongelmat, eli hitaat data-yhteydet, tietoliikenneverkon huono kattavuus ja mobiililaitteen rajallinen suorituskyky, sekä toisaalta turvallisuusriskit, jotka liittyivät huoleen henkilökohtaisten tietojen ja/tai maksutapahtumien turvallisuudesta. Edellisiä vähäisempinä esteinä pidettiin myös tämän kyselyn mukaan

mobiilipalvelujen tarjonnan puutteellisuutta sekä laitteiden ja palvelujen käytettävyysoongelmia (mobiililaitteiden ja -palvelujen monimutkaiset käyttöominaisuudet, käyttöominaisuudet, puutteellinen ohjeistus mobiilipalvelujen käytöstä, mobiililaitteen näytön liian pieni koko ja puutteellinen tiedotus tarjolla olevista mobiilipalveluista).

Paneeliaineiston tulokset erosivat jonkin verran koko väestöä koskevista tuloksista. Keskeisin ero lienee se, että paneelin jäsenistä huomattavasti useampi kuin koko maan väestöstä koki edellä mainitut asiat suuriksi mobiilipalvelujen käytön esteiksi, kun taas koko väestöstä suurempi osa piti niitä pieninä esteinä. Lisäksi niiden osuus, jotka eivät pitäneet kyseisiä asioita esteinä lainkaan, oli jonkin verran pienempi panelisteista verrattuna koko maan väestöön. (Carlsson ym. 2005a.) Syynä näihin eroihin voi olla esimerkiksi se, että paneelin jäsenet ovat muuta väestöä kriittisempiä mobiilipalvelujen arvioijia.

Mobiilipalvelujen käyttöä selittävät tekijät

Tarkastelimme myös sitä, onko erityyppisten vastaajien välillä eroja mobiilipalvelujen käytössä. Kiinnitimme huomiota lähinnä vastaajien sosiodemografisiin tekijöihin, mobiililaitteita ja palveluja koskeviin asenteisiin, käytössä olevaan matkapuhelimeen sekä puhelimen omistajaan ja puhelineläskun maksajaan. Vastaajien taustatekijöiden yhteyksiä palvelujen käyttöön tutkimme logistisilla regressiomalleilla.

Sosiodemografisten tekijöiden avulla voitiin selittää jonkin verran mobiilipalvelujen käyttöä. Sukupuoli, ikä ja koulutus osoittautuivat merkitseviksi käytön ennustajiksi. Sen sijaan esimerkiksi tulot eivät olleet yhteydessä palvelujen käyttöön. Vastaajan ikä oli sosiodemografisista tekijöistä paras käytön ennustaja. Ikä oli yhteydessä muun muassa multimediaaviestien, hakupalvelujen, aikataulujen sekä soittoäänien, logojen ja ikonien käyttöön. Pääpiirteissään näytti siltä, että nuoret olivat aktiivisempia mobiilipalvelujen käyttäjiä kuin vanhemmat, ja ainakin tutkimuksen vanhin ikäryhmä eli 55 vuotta täyttäneet. Myös naisten ja miesten välillä oli eroja melko monien palvelujen, esimerkiksi mobiilin sähköpostin, personoitujen informaatiopalvelujen sekä soittoäänien, logojen ja ikonien, käytössä. Miehet olivat naisia aktiivisempia mobiilipalvelujen käyttäjiä, joskin soittoääniä, logoja ja ikoneita naiset käyttivät hieman yleisemmin kuin miehet. Koulutuksen merkitys mobiilipalvelujen käytön ennustajana oli edellisiä selvästi vähäisempi.

Mobiilipalvelujen käyttö oli yhteydessä myös matkapuhelimen malliin, eli siihen, oliko vastaajalla käytössä perus-GSM-, WAP- vai edellisiä kehittyneempi puhelin (esim. GPRS). Mitä kehittyneempi käytössä oleva puhelin on, sitä paremmat mahdollisuudet on käyttää tarjolla olevia

palveluja. Kehittyneen puhelimen omistajat myös käyttivät muita yleisemmin monia palveluja, erityisesti Internet-tyyppisiä palveluja kuten mobiilia sähköpostia ja multimediatekstejä. Niin ikään WAP-puhelimen käyttäjät olivat aktiivisempia mobiilipalvelujen käyttäjiä kuin perus-GSM-puhelinta käyttävät. Joidenkin mobiilipalvelujen käyttöön näytti vaikuttavan lisäksi se, oliko käytössä oma vai työsuhdepuhelin, samoin kuin se, maksoiko puhelinlaskun vastaaja itse vai työnantaja.

Kaikkein merkittävimpiä mobiilipalvelujen käytön selittäjiä olivat tutkimustemme mukaan asenteet mobiililaitteita ja -palveluja sekä yleensä uutta teknologiaa kohtaan. Innostuneesti mobiililaitteisiin ja -palveluihin sekä yleensä uuteen teknologiaan suhtautuvat käyttivät lähes kaikkia tarkasteltuja mobiilipalveluja selvästi aktiivisemmin kuin muut vastaajat. Joidenkin palvelujen käytössä asenteet olivat ainoita merkittäviä käytön ennustajia. Tällaisia palveluja olivat erityisesti tavaroiden ja palvelujen hankintaan ja varaamiseen liittyvät palvelut.

Jos tuloksia verrataan tältä osin koko väestön mobiilipalvelujen käyttöä koskeviin tuloksiin, voidaan paneeliaineistossa havaita sosiodemografisilla tekijöillä olevan merkittävämpi rooli mobiilipalvelujen käytön selittäjänä kuin koko väestöä koskevassa aineistossa (Carlsson ym. 2005a).

Maksuvalmius mobiilipalveluista

Valmius maksaa mobiilipalveluista kertoo siitä, mitä palveluja vastaajat aikovat käyttää tulevaisuudessa. Useimmat mobiilipalvelut, toisin kuin monet Internet-palvelut, ovat nykyisin maksullisia; niistä veloitetaan muutakin kuin linjaliikennemaksut. Kuten edellä tuli esille, korkea hinta on suurimpia mobiilipalvelujen käytön ongelmia ja esteitä. Vastaajia pyydettiin vuoden 2003 kyselyssä merkitsemään heille esitetystä lähes kolmenkymmenen palvelun listasta tärkeysjärjestyksessä enintään viisi palvelua, joista he olisivat valmiita maksamaan. Vastaajilla oli mahdollisuus tuoda esille myös listalle kuulumattomia palveluja.

Tulosten mukaan valtaosa vastaajista, eli 84 prosenttia, aikoi käyttää joitakin maksullisia mobiilipalveluja tulevaisuudessa. Taulukossa 5 esitetään ne mobiilipalvelut, jotka vastaajat valitsivat useimmin viiden tärkeimmän maksullisen palvelun joukkoon.

Taulukko 5. Maksuvalmius mobiilipalveluista.

	% vastaajista
Hakupalvelut	62
Aikataulut	36
Palvelujen tilaukset/varaukset	32
Paikannuspalvelut	28
Pankkipalvelut	27
Ostosten maksaminen	22
Sähköposti	22
Soittoäänet, logot	20
Vuorovaikutteiset julkiset palvelut	17
Kodin toimintojen etäohjaaminen	17

Tulokset osoittavat, että ennen kaikkea hyötYPalveluista ollaan valmiita maksamaan. Osoitteiden, nimien, puhelinnumeroiden yms. hakupalvelut olivat selvästi suosituimpia maksullisia palveluja. Useampi kuin kolme viidestä vastaajasta mainitsi ne yhdeksi tärkeimmistä maksullisista mobiilipalveluista, ja peräti lähes puolet (48 %) valitsi hakupalvelut tärkeimmäksi maksulliseksi mobiilipalveluksi. Moni ajatteli olevansa valmis maksamaan tulevaisuudessa myös muista arkielämää helpottavista mobiilipalveluista, kuten aikatauluista, tilaus- ja varauspalveluista, paikannuspalveluista, pankkipalveluista sekä esimerkiksi mobiilista sähköpostista ja vuorovaikutteisista julkisista palveluista. Maksullinen mobiiliviihde lukuun ottamatta soittoääniä, logoja ja ikoneja ei sen sijaan näytä kiinnostavan aikuista väestöä tulevaisuudessakaan.

Keskustelua

Matkapuhelin on aikuisille edelleen korostetusti viestintäväline tutkimus-temme mukaan. Samankaltaisia tuloksia on saatu myös kansainvälisissä tutkimuksissa (esim. Samtani ym. 2003, Teo & Pok 2003, Kim ym. 2004). Matkapuhelinta käytetään puheluihin ja tekstiviesteihin päivittäin tai ainakin viikoittain, mutta mobiilipalvelujen käyttö tekstiviestejä lukuun ottamatta on vaatimatonta. Yli puolet matkapuhelimen käyttäjistä ei ollut edes

kokeillut mobiilipalveluja vuoteen 2004 mennessä. Säännöllisten käyttäjien osuus oli vielä tätäkin paljon pienempi.

Hakupalvelut, pankkipalvelut sekä soittoäänät, logot ja ikonit ovat suosituimpia mobiilipalveluja tekstiviestien ohella. Kaikkineen hyötypalvelut korostuvat sekä nykyisessä käytössä että tulevaisuuden käytön arvioinneissa. Viihdepalveluilla on vain vähän käyttäjiä soittoääniä, logoja ja ikoneita lukuun ottamatta. Lähes samankaltaisiin tuloksiin päädyttiin myös vuonna 2001 tehdyssä vastaavassa tutkimuksessa (Eriksson ym. 2001). Tulokset ovat pitkälti samansuuntaisia myös koko väestöä koskevien tulosten kanssa (Carlsson ym. 2005a).

Mobiilipalveluja käytetään, koska ne ovat joustavia, vaivattomia ja nopeita käyttää ja ne säästävät aikaa. Käytön motiiveina voivat olla myös hauskanpito ja viihtyminen, jotka houkuttelevat erityisesti viihdepalvelujen kuten soittoäänien ja logojen käyttöön. Korkeat hinnat ja palvelujen mieltäminen tarpeettomiksi rajoittavat mobiilipalvelujen käyttöä eniten. Muita keskeisiä esteitä ovat verkkojen ja laitteiden toimintaan liittyvät ongelmat, turvallisuusriskit ja sopimaton palvelutarjonta.

Aktiivisimmat mobiilipalvelujen käyttäjät ovat verrattain nuoria. He ovat kiinnostuneita mobiililaitteista ja -palveluista ja niiden käytöstä sekä yleensä uudesta teknologiasta. Heillä on käytössään kehittyneet uuden-aikaiset matkapuhelimet, joilla on mahdollista käyttää useampia palveluja ja kätevämmän kuin perus-GSM- tai WAP-puhelimilla. Tosin heistäkin suurin osa vasta kokeilee useimpia mobiilipalveluja ja käyttää säännöllisesti vain muutamia palveluja. Aktiivisimmat käyttävät mobiilipalveluja myös työnantajansa rahoilla.

Toisin kuin diffuusioteoria esittää (Rogers 1995), sosiodemografiset tekijät eivät näytä olevan kovin keskeisiä mobiilipalvelujen omaksumisen selittäjiä. Tähän saattaa olla osaltaan syynä Suomen tasa-arvoisuus ja tasainen tulonjako. Kuitenkin ikä ja sukupuoli selittivät monien palvelujen käyttöä. Sen sijaan esimerkiksi koulutus ennusti vain joidenkin palvelujen käyttöä ja tulot eivät olleet yhteydessä palvelujen omaksumiseen lainkaan. Parhaiten mobiilipalvelujen käyttöä selittää suhtautuminen mobiililaitteisiin ja -palveluihin sekä yleensä uuteen teknologiaan.

Sosiodemografisten tekijöiden melko vähäinen merkitys mobiilipalvelujen käytön ennustamisessa on hyvin kiinnostava ilmiö. Se haastaa diffuusioteorian lisäksi myös liike-elämän vakiintuneita käsityksiä. Voi olla, että mobiilipalvelujen omaksuminen ei noudatakaan matkapuhelinten käyttöönottoa. On toinen asia hankkia matkapuhelin soittamista varten kuin palvelujen käyttöä varten (Repo & Hyvönen 2003). Rohkaisemme tutkimaan tätä mielenkiintoista kysymystä.

Tulokset osoittavat myös, että mobiilipalveluja ei omaksuta suoraviivaisesti diffuusioteorian oletusten mukaan. Tekstiviestin yllätyksellisen suuri suosio on vanha, mutta edelleen paikkansa pitävä esimerkki kehityk-

sen ennakoimattomuudesta. Seuraava läpimurtopalvelu on vielä keksimättä. Käyttäjät eivät myöskään ole uusien innovaatioiden passiivisia omaksujia, vaan he muokkaavat palveluja tarpeisiinsa sopivaksi. He toimivat innovaattoreina myös siten, että keksivät teknologioille uudenlaista käyttöä.

Tuloksia tarkasteltaessa on syytä pitää mielessä, että tulokset kuvaavat ensisijaisesti aineistojamme ja niissä havaittuja yhteyksiä. Tuloksia ei voida suoraan yleistää kattamaan kaikkia suomalaisia tai kaikkia suomalaisia mobiililaitteiden ja -palvelujen käyttäjiä, koska aineistot eivät perustu satunnaisotokseen. Aktiivisten, kriittisten ja osallistuvien kuluttajien näkemykset ja kokemukset korostuvat tutkimuksissamme. Pidämme näitä näkemyksiä ja kokemuksia tärkeinä, koska tällaisesta tiedosta on puute. On myös jo aiemmin todettu, että tutkimustemme tulokset ovat pitkälti samansuuntaisia satunnaisotosaineistoon perustuvien tulosten kanssa (Carlsson ym. 2004, Carlsson ym. 2005a).

Mobiilipalveluja kehitetään nopeassa tahdissa. Tutkimustulostemme valossa näyttää kuitenkin siltä, että vain harvat palvelut on tarkoitettu kaikille käyttäjille ja helpottamaan tavanomaisia arkipäivän askareita. Ne eivät välttämättä houkuttele myöskään puhelinlaskunsa itse maksavia kuluttajia. Selkeästi tietyille käyttäjäryhmillekään tarkoitettuja palveluja ei juuri ole ehkä nuorille suunnattuja palveluja lukuun ottamatta. Tutkimuksemme osoitettiin aikuisille, joten emme voi tehdä johtopäätöksiä nuorison käyttämistä palveluista.

Mobiilipalvelujen ajatus ei ole uusi eikä erikoinen. On kuitenkin osoittautunut ilmeisen vaikeaksi kehittää palveluja, jotka olisivat mieluisia monenlaisille käyttäjille. Matkapuhelimen käyttö näyttäytyy tarkoituksenhakuisena vain käyttäjän itsensä näkökulmasta. Siksi on avointa, kuinka pitkälle meneviä kokonaisratkaisuja käyttäjille voidaan ylipääntensä tarjota. Tämän vuoksi tarvitaan uudenlaista lähestymistapaa. Palvelujen täytyy nivoutua entistä paremmin kuluttajien monenlaisiin arkisiin tilanteisiin.

Monet tekijät osoittavat, että mobiilipalveluille olisi Suomessa nykyistä laajempaa kysyntää, jos palvelut vastaisivat paremmin kuluttajien arkipäivän tarpeisiin. Muun muassa tekstiviestien suuri suosio, myönteinen suhtautuminen matkapuhelimiin ja matkapuhelinten erittäin laaja levinneisyys Suomessa muodostavat tärkeän osan markkinoiden potentiaalista. Mobiilipalveluratkaisut ovat luonteeltaan yleisiä, mutta ne tarjoavat mahdollisuuden personoituihin palveluihin monenlaisille käyttäjille. Kuluttajien arkipäivä voi toimia hyvänä muotoilun lähtökohtana ja varmistaa palvelujen kiinnostavuuden ja helppokäyttöisyyden. Myös palvelujen markkinointia tulisi lisätä ja kohdentaa entistä paremmin. Yksi keskeinen syy mobiilipalvelujen vähäiseen käyttöön on se, etteivät kuluttajat tunne tarjolla olevia palveluja riittävän hyvin.

Lähteet

- Amberg M, Hirschmeier M, Wehrmann J (2004) The Compass Acceptance Model for the Analysis and Evaluation of Mobile Services. *International Journal of Mobile Communications* 2 (3) 248–259.
- Carlsson C, Hyvönen K, Repo P, Walden P (2005a) Asynchronous Adoption Patterns of Mobile Services. Teoksessa: Proceedings of the 38th Hawaii International Conference on System Sciences. Waikoloa.
- Carlsson C, Hyvönen K, Repo P, Walden P (2005b) Adoption of Mobile Services Across Different Platforms. Teoksessa: Proceedings of the 18th Bled eCommerce Conference. Bled.
- Carlsson C, Hyvönen K, Repo P, Walden P (2004) It's All About My Phone! Use of Mobile Services in Two Finnish Consumer Samples. Teoksessa: Proceedings of the 17th Bled eCommerce Conference. Bled.
- Davis F, Bagozzi R, Warshaw P (1989) User acceptance of computer technology: a comparison of two theoretical models. *Management science* 37 (8) 982–1002.
- Eriksson P, Hyvönen K, Raijas A, Tinnilä M (2001) Mobiilipalvelujen käyttö 2001: asiantuntijoille työtä ja miehille leikkiä? Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmiä 63/2001. Helsinki.
- Hyvönen K, Repo P (2004) Diffusion of Mobile Services in Finland. Teoksessa: Proceedings of the 3rd International Business Information Management Conference. Cozumel.
- Kalakota R, Robinson M (2002) M-Business. The Race to Mobility. McGraw-Hill. New York.
- Kim J, Lee I, Lee Y, Choi B (2004) Exploring E-Business Implications of the Mobile Internet: A Cross-National Survey in Hong Kong, Japan and Korea. *International Journal of Mobile Communications* 2 (1) 1–21.
- Liikenne- ja viestintäministeriö (2004) Mobiilipalvelumarkkinat Suomessa 2003. Liikenne- ja viestintäministeriön julkaisuja 34/2004. Helsinki
- Magnusson PR, Matthing J, Kristensson P (2003) Managing User Involvement in Service Innovation. Experiments with Innovating End Users. *Journal of Service Research* 6 (2) 111–124.
- Pagani M (2004) Determinants of Adoption of Third Generation Mobile Multimedia Services. *Journal of Interactive Marketing* 18 (3) 46–59.
- Repo P (2004) Laiskan omaksujan ylistys. *Tiedepolitiikka* 22 (3) 9–14.
- Repo P, Hyvönen K (2003) Services, Features or Replacement of Damaged Goods? The Diffusion of Mobile Service Platforms. Teoksessa: Proceedings of the 2003 International Business Information Management Conference. Cairo.
- Robins F (2003) The Marketing of 3G. *Marketing Intelligence & Planning* 21 (6) 370–378.
- Rogers EM (1995) Diffusion of Innovations. The Free Press. New York.
- Sadeh N (2002) M-commerce: Technologies, Services and Business Models. John Wiley & Sons. New York.

- Samtani A, Tze TL, Hoon ML, Gin JGP (2003) Overcoming Barriers to the Successful Adoption of Mobile Commerce in Singapore. *International Journal of Mobile Communications* 1 (1–2) 194–231.
- Sigurdson J, Ericsson P (2003) New Services in 3G – New Business Models for Streaming and Video. *International Journal of Mobile Communications* 1 (1/2) 15–34.
- Teo TSH, Pok SH (2003) Adoption of WAP-Enabled Mobile Phones among Internet Users. *Omega* (31) 483–498.
- UMTS Forum (2003) Mobile Evolution. Shaping the Future. UMTS Forum. London.
- Venkatesh V, Morris MG, Davis GB, Davis FD (2003) User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View. *MIS Quarterly* 27 (3) 425–478.



PÄIVITTÄISTAVARAKAUPAN SUURYKSIKÖT, SUUNNITTELU JA SUHTEELLISUUS

Katri Koistinen

Johdanto

Artikkelissa tarkastellaan päivittäistavarakaupan suuryksiköiden sijoitussuunnittelua ja sen suhteellisuutta. Ajatukset ovat syntyneet sekä tekeillä olevien päivittäistavarakaupan palveluiden saatavuutta ja suuryksikön sijoitussuunnittelua käsittelevien tutkimusten että vuosien varrella toteutettujen päivittäistavarakaupan kilpailullisuutta (esim. Aalto-Setälä 1999; Koistinen, Vesala & Marjanen 2005) ja rakennemuutosta (esim. Koistinen 1999) koskeneiden tutkimusten pohjalta. Sijoitussuunnittelun suhteellisuutta tarkastellaan kuvaamalla niitä lainsäädännöllisiä ja toimintaympäristön puitteita, missä suunnittelua tehdään ja tuomalla esiin niitä toiveita ja tavoitteita, joita eri tahoilta esitetään ja joita käytännössä suunnittelussa pitää yrittää sovittaa yhteen. Suhteellisuutta pohditaan niin suunnitteluprosessin kuin suunnittelun kohteen kannalta¹.

Suunnittelu kuuluu länsimaisen kulttuurin maailmankuvaan, johon sisältyy tulevaisuuskäsitys toisin kuin esimerkiksi perinteiseen afrikkalaiseen tai kiinalaiseen kulttuuriin. Kulttuurillemme on ominaista, että tulevaa aikaa suunnitellaan monin tavoin. Suunnitteluajattelun juuret johtavat valistuksen aikaan ja teolliseen vallankumoukseen. Eriolaisten

¹ Suunnittelun tutkimukselle on ominaista, että huomiota voidaan kiinnittää niin suunnitteluprosessiin kuin suunnittelun kohteeseen. Samoin suunnittelua koskevat teoriat eli suunnitteluteoriat voidaan jakaa sen mukaan, selittävätkö ne suunnitteluprosessia vai suunnittelun kohdetta. (esim. Faludi 1976, 3–8; Hautamäki 1991, 5; Mäntyselä 2000, 17–18.)

yhteiskunnallisten ongelmien, kuten sosiaalisen eriarvoisuuden, ympäristön saastumisen ja markkinoiden voimakkaiden vaihteluiden ilmetessä heräsi aito tarve jotenkin hallita näitä ongelmia. Ratkaisuksi syntyi suunnittelu. Perustan suunnittelulle antoi tieteellinen tieto ja instrumentaalinen rationaalinen toimintatapa. Tieteellisen tiedon katsottiin antavan objektiivisen perustan ongelmien havaitsemiseen ja tulevaisuuden mahdollisuuksien määrittelemiseen. Instrumentaalisen rationaalisuuden avulla huomio kohdistettiin keinoihin, eli miten tehdä asioita ja päämääriin, eli mitä voidaan saavuttaa loogisesti ja systemaattisesti toimien. (Hautamäki 1991, 3–7; Healey 1997, 7–10.)

1900-luvulla tekniikan nopea kehitys lisäsi ihmisten uskoa ajatukseen, että ihminen voi hallita kaikkea ympäristössään. Pahenevien ympäristö-ongelmien ilmetessä muutoksiin on alettu suhtautua kriittisemmin. Muutos ei merkitse välttämättä hyvää. Suunnittelu voi olla muutoksen toteuttamista, mutta se voi olla myös muutoksen estämistä tai jonkin asian suojelua. Suunnittelun voidaan ajatella olevan ihmisten toiminnan ”pelitilan” määrittelyä, kuten professori Kimmo Lapintie on todennut. (Hautamäki 1991, 3–6; Lapintie 2001.) Mainitusta pelitilan määrittelystä on kyse myös päivittäistavarakaupan suuryksiköiden sijoittumista suunniteltaessa.

Suuryksiköt ja ohjauksen tarve

Päivittäistavarakaupan suuryksiköllä tarkoitetaan maankäyttö- ja rakennuslain (1999) mukaan yli 2 000 kerrosneliömetrin suuruista eli käytännössä myyntipinta-alaltaan yli 1 500 neliömetrin kokoista myymälää. Tällaisia ovat esimerkiksi suuret supermarketit ja kaikki hypermarketit. Laissa esitetty kokoraja on absoluuttinen arvo. Kun maankäyttö- ja rakennuslakia valmisteltiin 1990-luvun lopulla, tiedettiin sääntelyn piiriin kuuluvien myymälöiden koon vaihtelevan Euroopan maissa 300–3 000 neliömetriin, ja ajan myötä rajoja on myös muutettu joissain maissa (Rasimus 1995; Suurmyymälätyöryhmän mietintö 1997). Suuryksikön kokoraja voisi olla myös suhteellinen. Tällöin ohjauksen piiriin kuuluvan myymälän koko voisi riippua myymälän sijainnista, kunnan väkiluvusta tai myymälän oletettavan vaikutusalueen suuruudesta suhteessa siihen alueeseen, minne sitä ollaan sijoittamassa. Näin ohjauksen avulla voitaisiin pyrkiä estämään esimerkiksi tilanteita, joissa pienillä markkinoilla toimii vain muutama suuri myymälä. Tällöin on vaarana, että kilpailu jää vähäiseksi, hintataso nousee (Aalto-Setälä 2002) ja asiointimatkoista muodostuu kohtuuttoman pitkiä. On kuitenkin huomioitava, että runsas pienempien myymälöiden määrä alueella ei sekään välttämättä takaa edullista hintatasoa, koska päivittäistavarakaupassa vallitsevat huomattavat suurtuotannon edut (Aalto-Setälä, Kinnunen &

Koistinen 2004). Tällaisessa tilanteessa kuitenkin asiointimatkat voivat säilyä kohtuullisina ja palvelutaso hyvänä.

Kaupan rakennemuutoksen ja erityisesti päivittäistavarakaupan suuryksiköitymisen myötä julkiselle hallinnolle on tullut tarve lainsäädännön avulla ohjata kaupan alaa osana yhdyskuntarakennetta. Lainsäädännöllisellä ohjauksella pyritään vaikuttamaan niin suunnitteluprosessiin kuin sen lopputulokseen. Ohjauksen tarpeesta on erilaisia näkemyksiä. Jotkut katsovat, että julkisen hallinnon ei pitäisi puuttua vähittäiskaupan vapaaseen kehittymiseen. Toiset taas korostavat, että kaikilla väestöryhmillä pitäisi olla asuinpaikasta ja iästä riippumatta tasavertaiset asiointimahdollisuudet ja tämän katsotaan edellyttävän lainsäädännöllistä ohjausta.

LTT-tutkimus Oy (Kiuru, Mankinen, Niilola, Pulkkinen & Riipinen 2004) on tutkinut vähittäiskaupan kansainvälistymistä ja tehokkuutta erityisesti päivittäistavarakaupassa. Tutkimuksessa esitetään, että nykyinen maankäyttö- ja rakennuslaki haittaa päivittäistavarakaupan kilpailua ja että rakentamisen sääntelyä pitäisi lieventää, jotta alalle pääsy helpotuisi. Tutkimuksen mukaan puhtaasti taloudellisesta näkökulmasta katsottuna nykyinen sääntely on haitallista. Erikoiskaupan liitto puolestaan on huolissaan kaupunkikeskustoista ja niiden elävyydestä, sillä useat erikoiskaupat sijaitsevat juuri keskustoissa². Kun lisäksi suuryksiköissä myydään paljon erilaista erikoistavaraa, yhdistys pitää sääntelyä tarpeellisenä. Sääntelyn tarpeellisuutta arvioitaessa on hyvä muistaa, että se koskee kaikkia alan toimijoita, myös Suomeen ulkomailta tulevia yrityksiä, eli kukaan ei sääntelyn vuoksi ole erityisasemassa.

Useimmissa EU:n jäsenmaissa suurmyymälöiden perustamista ja sijoittumista ohjataan maankäytön ohjausjärjestelmän tai elinkeinon harjoittamista koskevan sääntelyn puitteissa. Ohjauksen tavoitteet ovat samankaltaisia eri maissa. Ohjauksella halutaan varmistaa palveluiden saatavuus eri väestöryhmille. Samoin ohjauksella pyritään siihen, että kaupan investoinnit osaltaan tukevat ja kehittävät olemassa olevia kaupunki- ja taajama-alueita. Yleisesti ohjauksella pyritään edesauttamaan kestäväen kehityksen toteutumista eri aluetasoilla. (esim. Laursen & Brackhahn 2000, 4.)

Esitetyt tavoitteet ovat varsin suhteellisia. Tiheään asutulla kaupunki-alueella kohtuullinen palveluiden saatavuus on toisenlaista kuin maaseudun vähäväkisillä alueilla. Esimerkiksi harvaan asutulla alueella kymmenenkin kilometrin matkaan lähimpään päivittäistavarakauppaan saatetaan olla varsin tyytyväisiä. Tiiviillä kaupunkialueella sen sijaan

² Ks. esim. Erikoiskaupan liiton hallituksen 19.5.1999 hyväksymä yhdyskuntasuunnitteluohjelma (<http://www.erikoiskaupanliitto.fi/>).

lyhyt, käveltävissä oleva kauppatatka on varsin kohtuullinen vaatimus. (esim. Koistinen ym. 2005.) Näiden ääripäiden väliin jää monia alueita, joilla palveluiden kohtuullisen saatavuuden määrittely herättää vaikeita kysymyksiä. Esimerkiksi mitä palveluiden kohtuullinen saatavuus tarkoittaa 2 000 asukkaan tiiviillä pientaloalueella tai 5 000 asukkaan kerrostalolähiössä?

Tavoite, että kaupan investointien tulisi osaltaan tukea olemassa olevia kaupunki- ja taajama-alueita, on myös varsin suhteellinen. Olemassa oleva yhdyskuntarakenne voi olla tiivis ja suuryksikön tarvitsemaa vapaata aluetta ei löydy kuin tiiviisti rakennetun alueen ulkopuolelta. Jos suuryksikkö rakennetaan tiiviisti rakennetun alueen ulkopuolelle, voidaan ajatella, että tämä hajottaa yhdyskuntarakennetta, aiheuttaa lisää liikennettä ja houkuttelee ostovoimaa pienemmistä tiiviin rakenteen sisällä toimivista liikkeistä suuryksikköön. Toisaalta voidaan ajatella, että näin toimien suojellaan tiiviisti rakennettua aluetta suuryksikön aiheuttamilta huomattavilta liikennevirroilta ja turvataan alueen viihtyisyys asukkaiden kannalta.

Olemassa oleva yhdyskuntarakenne voi olla myös hajautunut. Esimerkiksi alueella on monia pieniä toisistaan erillään olevia asuinalueita, joista yhdenkään väestöpohja ei yksin riitä elättämään pienintäkään päivittäistavarakauppaa. Muutamalla asuinalueella yhdessä on kuitenkin ostovoimaa riittävästi, jotta pieni- tai keskikokoinen päivittäistavaramyymälä voi niitä palvella. Vain osalle kauppatatkat ovat käveltävissä, mutta kenenkään kauppatatka ei muodostu kovin pitkäksi, ehkä muutamien kilometrien mittaiseksi (esim. Koistinen & Aalto-Setälä 1998). Jos tällaisessa tilanteessa alueelle sijoitetaan päivittäistavara-kaupan suuryksikkö, mitä ilmeisimmin pienten myymälöiden toimintaedellytykset heikkenevät ja kaupan palveluverkko harvenee ennen pitkää. Voidaan myös ajatella, että hajautuneessa yhdyskuntarakenteessa liikkuminen perustuu joka tapauksessa paljolti yksityisautoiluun, jolloin on parempi, että tarjolla on – vaikka harvassakin – helposti autolla saavutettavissa olevia suuryksiköitä monipuolisine valikoimineen ja riittävine pysäköintimahdollisuuksineen. Kun käytännössä yhdyskuntarakenteeseen kuuluu niin tiiviisti kuin väljästi rakennettuja alueita, voi erityisenä haasteena suuryksikön sijoittumista suunniteltaessa pitää sitä, että sijoittumispaikasta riippumatta tiheään rakennetuilla alueilla palvelut säilyvät kohtuullisella, mieluiten kävelyetäisyydellä.

Kestävän kehityksen toteuttaminen eri aluetasoilla edellyttää tavoitteen suhteuttamista jokaisessa maassa ja jokaisella aluetasolla erikseen. Se edellyttää vastausta kysymyksiin: millaisessa ympäristössä, minne sijoitettuna ja miten toteutettuna päivittäistavara-kaupan suuryksikkö on kestävää kehitystä edistävä ratkaisu vai onko se sitä missään tilanteessa?

Suuryksiköt kaupunki- ja kuntakeskuksiin

Suomessa julkishallinnon harjoittama vähittäiskaupan sijainnin ohjaus perustui helmikuun 1999 loppuun saakka vuonna 1958 annettuun rakennuslakiin osittaisuudistuksineen. Kaupan ja erityisesti päivittäistavara-kaupan suuryksiköiden ohjauksen kannalta lainsäädäntö koettiin puutteelliseksi. Puutteet tulivat erityisesti esiin 1990-luvulla, kun kaupan keskusliikkeet olivat kiinnostuneet yhä useampien päivittäistavara-kaupan suuryksiköiden toteuttamisesta ja kunnat käytännössä kilpailivat keskenään näistä suuryksiköistä, kuten kilpailevat edelleenkin. Kun samalla pienikokoisten päivittäistavara-kauppojen määrä väheni, kasvoi huoli erilaisten kuluttajaryhmien palveluiden saatavuudesta.

Maankäyttö- ja rakennuslain voimaan astumista kiirehditettiin vähittäiskaupan suuryksiköiden³ ohjaamista koskevien säädösten osalta. Ne astuivat voimaan jo 1.3.1999, vaikka laki kokonaisuudessaan otettiin käyttöön vuoden 2000 alussa. Laki ohjaa sekä suuryksiköiden sijoittumista että suuryksikön kaavoitusprosessiin liittyvää osallistumista ja vuorovaikutusta.

Sijoittumisen ohjauksessa periaatteena on, että suuryksiköt sijoitetaan maakunta- ja yleiskaavoissa keskustatoiminnoille tarkoitetuille alueille. Näitä alueita ovat käytännössä kaupunki- ja kuntakeskusten ja joidenkin aluekeskusten alueet. Suuryksiköiden ei haluta sijoittuvan irralleen muusta yhdyskuntarakenteesta.

Maakuntakaavassa sovitaan yhteen valtakunnalliset ja paikalliset vähittäiskauppaa koskevat tavoitteet ja suunnitellaan alueen palveluverkko osoittaen muun muassa suuryksiköille sopivat alueet. Maakuntakaavan laadinnan yhteydessä voidaan tehdä niin sanottu palveluverkkoselvitys. Vaikka laki ei velvoita palveluverkkoselvitysten tekoon, on niitä laadittu eräillä kaupunkiseuduilla kuntien, maakuntaliittojen ja kaupan yhteistyönä (ks. esim. Turun kaupunkiseudun... 1998). Mainitut tahot ovat yhdessä pyrkineet selvittämään alueensa vähittäiskaupan rakennetta, tarpeita ja tavoitteita. Koska näkemykset toimijoiden välillä ovat usein erilaisia,

³ Maankäyttö- ja rakennuslaissa vähittäiskaupan suuryksiköllä tarkoitetaan yli 2 000 kerrosneliömetrin suuruista myymälää. Suuryksiköksi ei kuitenkaan laissa lueta paljon tilaa vaativaa erikoiskaupan myymälää, kuten huonekaluliikettä tai rautakauppaa. Lisäksi 1.9.2004 alkaen vähittäiskaupan suuryksiköitä koskevia säännöksiä on sovellettu myös merkittäviin laajennuksiin ja niihin rinnastettaviin vähittäiskaupan myymäläkeskittyksiin. Ohjauksen piirissä ovat nyt myös uudentyyppiset erikoiskaupan myymäläkeskittymät, mm. erikoiskauppojen keskuskeskukset (retail park) ja merkkituotemyymälöiden keskuskeskukset (factory outlet center). Tällaisia on Suomeen rakennettu useita viime vuosina ja jatkossa niidenkin tulisi sijoittua yhdyskuntarakenteeseen samojen periaatteiden mukaan kuin jo aiemmin ohjauksen piiriin kuuluneiden suuryksiköiden.

palveluverkkoselvitysten laadintaa voidaan pitää yhtenä areenana moninaisten näkemysten esiin tuomiselle ja keskinäisen ymmärryksen lisäämiselle.

Yleiskaavassa kunta esittää tavoitteet alueensa palvelurakenteesta ja palvelutasosta. Niille vähittäiskaupan suuryksiköille, joilla ei ole seudullista merkitystä, voidaan esittää alueet yleiskaavassa. Maankäyttö- ja rakennuslain mukaan kunnat voivat niin halutessaan laatia myös yhteisen yleiskaavan. Kuntarajat ylittävä yleiskaava antaa mahdollisuuden naapurikunnille muodostaa yhteisen käsityksen alueensa kaupan palveluverkon kehittämisestä. Yhteinen yleiskaava on hyödyllinen esimerkiksi kaupunkiseuduilla pohdittaessa keskustojen ulkopuolelle, kunnan rajan läheisyyteen sijoittuvien suuryksiköiden sijoittamista.

Merkittävää suuryksiköiden kannalta laissa on myös se, että poikkeusluvalla ei voida enää ratkaista suuryksikön sijoittumista. Rakennuslain aikaan näin meneteltiin usein. Esimerkiksi Turun Kupittaan Citymarket rakennettiin 1970-luvun alussa poikkeusluvalla asemakaavassa viljely-palstoiksi tarkoitettua aluetta ja market jatkoi toimintaansa poikkeuslupien turvin vuoteen 2001 saakka. Tuolloin asemakaavan muutos mahdollisti marketin olemassaolon ja laajennuksen.

Kaavoitusprosessin kannalta merkittävää on, että kaavan laadintaan liittyy osallistumis- ja arviointisuunnitelma, jossa esitetään, miten osallistuminen ja vaikutusten arviointi järjestetään kaavaa valmisteltaessa. Osallistumisen kannalta on keskeistä tietää, ketkä voivat prosessiin osallistua. Lain määritelmä on varsin laaja, sillä osallisia ovat maanomistajien lisäksi kaikki ne, joiden asumiseen, työntekoon tai muihin oloihin kaava saattaa huomattavasti vaikuttaa. Osallisia ovat myös viranomaiset ja yhteisöt, joiden toimialaa suunnittelussa käsitellään. Vähittäiskaupan suuryksikköä koskevaa kaavaa valmisteltaessa tällaisiksi viranomaisiksi luetaan esimerkiksi tielaitos ja kunnan sosiaali- ja ympäristötoimi. Yhteisöjä taas ovat esimerkiksi kaupan ja kuluttajien järjestöt sekä kaupan työntekijäjärjestöt.

Kaupan toimintaympäristön muutokset haaste suunnittelulle

Lainsäädännöllisten puitteiden lisäksi suuryksiköiden sijoittumissuunnittelulle antavat kehyksensä kaupan toimintaympäristössä tapahtuvat muutokset. Huomiota on hyvä kiinnittää väestön määrässä, muuttoliikkeessä, kotitalouksien koossa ja ikärakenteessa tapahtuviin muutoksiin sekä ihmisten liikkuvuudessa – esimerkiksi auton käyttömahdollisuudessa – ja kulutuksessa tapahtuviin muutoksiin.

Suomen väkiluvun on kokonaisuudessaan arvioitu kasvavan vuoteen 2028 saakka, jolloin väkiluku olisi 5,45 miljoonaa. Muuttoliike maan

sisällä kohdistuu lähinnä jo entuudestaan suurille kaupunkiseuduille, erityisesti maan eteläosiin, ja samaan aikaan väestö vähentyy maan itä- ja pohjoisosissa. Muuttajat ovat yleensä nuoria ja koulutettuja. Perheen perustamisen myötä heistä muodostuu yksi keskeinen päivittäistavara-kaupan suuryksiköiden käyttäjäryhmä. He ostavat paljon, sillä lapsiperheissä ruokaa valmistetaan kotona ja myös muut tuotteet kuin elintarvikkeet kuuluvat yleensä ostoslistaan, esimerkiksi vaipat, lastenvaatteet ja erilaiset kotitaloustavarat. (Kotisalo 2000; Tilastokeskus 2005a.)

Kotitalouksien keskikoko on vuosikymmeniä pienentynyt ja pienentymisen ennustetaan jatkuvan myös tulevaisuudessa. Esimerkiksi, kun vuonna 1970 keskikoko oli 3 henkilöä, niin vuonna 2004 se oli 2,1 henkeä. Kotitalouksista jo yli 70 prosenttia on yhden ja kahden hengen talouksia. Kotitalouksien koko ja elämäntyyli vaikuttavat niiden ostokäyttäytymiseen. Pienet kotitaloudet ruokailevat usein kodin ulkopuolella ja käyttävät keskimääräistä enemmän rahaa matkailuun, palveluihin ja erikoistavaroihin. (Kotisalo 2000; Tilastokeskus 2005a.)

Suomen väestö myös ikääntyy ja väestön ikärakenne muuttuu. Kun lasten ja nuorten osuus vähenee, niin samalla eläkeläisten osuus kasvaa. Eläkeläiset ovat varsin ostovoimaista väkeä, mutta ainakin toistaiseksi heidän kulutusalltiutensa suuntautuu aktiiviväestöä ja nuorisoa vähemmän tavarakulutukseen. (Kotisalo 2000; Tilastokeskus 2005a.)

Suuryksiköissä asioidaan paljon autolla. Kaikista kotitalouksista 78 prosentilla on oma tai työsuhdeauto käytettävissään. Auton omistus on yleisintä maaseudulla, huonojen julkisten yhteyksien alueilla. (Tilastokeskus 2005b.)

Suurin osa tuloista menee erilaiseen kulutukseen, vain 3–5 prosenttia säästetään. Merkittävää on, että elintarvikkeiden, juomien ja tupakan osuus kaikista kulutusmenoista on laskenut vuosi vuodelta. Esimerkiksi vuonna 1980 osuus oli 28 prosenttia, ja vuonna 2001–2002 enää 16 prosenttia. Samalla kun päivittäistavaroiden osuus kulutuksessa on laskenut, erilaisten palveluiden ja tietoliikenteen osuus on kasvanut. Jatkossa oletetaan palveluiden osuuden edelleen kasvavan ja ruoan ja tavaroiden osuuden vähenevän kulutuksessa. (Kotisalo 2000; Tilastokeskus 2005a.)

Kun kaikki edellä kerrotut kehityskulut huomioidaan, herää monia kysymyksiä. Tarvitaanko suuryksiköitä ollenkaan, kun talouksien koko pienenee, vanhusväestön määrä kasvaa ja kulutuskin suuntautuu yhä enenevässä määrin kaikkeen muuhun kuin päivittäistavaraan? Myyntilukujen perusteella tarvitaan, sillä suuryksiköt ovat kasvattaneet osuuttaan päivittäistavaramyynnissä. Esimerkiksi vuonna 1990 hypermarkettien kautta myytiin 7 prosenttia ja vuonna 2003 jo 23 prosenttia myymälöiden kautta myytävästä päivittäistavarasta (A.C. Nielsen 1991; Päivittäistavara-kauppa... 2005). Vuonna 2003 yli tuhannen myyntineliömetrin myymä-

löiden eli suurien supermarkettien ja hypermarkettien osuus myymälöiden kautta myytävästä päivittäistavarasta oli yhteensä jo 53 prosenttia (Päivittäistavarakauppa... 2005).

Suunniteltaessa päivittäistavarakaupan suuryksiköitä oleellista on pohtia, mihin niiden pitäisi sijoittua ja millaisia niiden pitäisi olla. Muuttoliikkeen seurauksena suuryksiköiden rakentamistarve kohdistuu erityisesti kasvualueille. Koska näillä alueilla on myös paljon autottomia ja pieniä talouksia, ensiarvoisen tärkeäksi sijoittumissuunnittelussa muodostuu se, että suuryksiköt ovat helposti saavutettavissa yksityisauton lisäksi myös kävellen ja julkisilla kulkuneuvoilla. Lisäksi on huomioitava, ettei uuden yksikön myötä synnytetä tilannetta, jossa yhden alueen palvelutaso kyllä paranee, mutta samalla toisen alueen palvelutaso oleellisesti heikkenee. Esimerkiksi Espoon Matinkylän lähiössä vuonna 2001 toimintansa aloittanut kauppakeskus Iso Omena kaksine hypermarketteineen sijaitsee kiistatta paikassa, johon voi tulla niin kävellen, julkisilla kulkuneuvoilla kuin yksityisautollakin. Koska Matinkylän ympäristössä ja uuden kauppakeskuksen vaikutusalueella sijaitsee monia asuma-alueita omine lähipalveluineen, on mielenkiintoista seurata, millaisia vaikutuksia Isolla Omenalla tulee olemaan näille muille palveluille pidemmällä aikavälillä.

Suuryksikön koko on varsin suhteellinen käsite. Suuri koko ei saisi olla itsetarkoitus. Tyypillistä on ollut, että uudet yksiköt ovat aina edellisiä suurempia. Sekä palveluiden saatavuuden että markkinoiden toimivuuden kannalta jatkossa joudutaan varmasti entistä huolellisemmin miettimään, minkä kokoisia suuryksiköitä millekin alueella on suotavaa toteuttaa. Esimerkiksi jo nyt Suomessa on kaupunkialueita, joilla päivittäistavarasta yli puolet myydään muutaman suuryksikön kautta.

Suuryksiköiden on myös löydettävä uusia tapoja tarjota arkisia perushyödykkeitä. Muutamissa keskikokoisissa päivittäistavaramyymälöissä sekä huoltoasemien yhteydessä toimivissa myymälöissä on jo havaittavissa, miten sisääntulon ja kassan välittömään läheisyyteen on sijoitettu tavarahylly, jossa on tarjolla erilaista pikapalaa ja tuoretuotetta. Esimerkiksi täytetty patonki tai litra maitoa on mahdollista noutaa nopeasti kiertämättä koko myymälää. Jatkossa myös suuryksiköissä voitaisiin vastaavasti toteuttaa eräänlainen oikopolku, jonka varteen koottaisiin tarjolle kokoelma tyypillisiä pienten talouksien tarvitsemia tuotteita ja pakkauskokoja sekä erilaisia tuoretuotteita, joita on luontevaa hakea kaupasta useita kertoja viikossa. Näin suuryksiköt voisivat toimia myös nopeina asiointipaikkoina ja tarjota mahdollisuuden liikuntarajoitteisellekin suoriutua ostosten teosta.

Monenlaisia toimijoita ja erilaisia tavoitteita

Suuryksiköiden sijoittumissuunnittelussa on sovittava yhteen erilaisten toimijoiden tavoitteita ja toiveita. Osa toimijoista osallistuu aktiivisesti suuryksikön sijoittumissuunnitteluun, osa ei osallistu, mutta heidänkin näkökohtansa tulisi ottaa huomioon. Käytännössä julkisen hallinnon, lähinnä kuntien ja maakuntaliittojen, huolehdittavaksi jää erilaisista näkökulmista huolehtiminen suunnitteluprosessin aikana.

Kunnan ja maakuntaliiton keskeisenä tavoitteena suunnittelussa voidaan pitää toimivaa yhdyskuntarakennetta ja hyvää elinympäristöä. Päivittäistavarakaupan sijoittumissuunnittelussa tämä tarkoittaa sitä, että päivittäistavarakaupan palveluiden tulisi olla kohtuullisesti erilaisten väestöryhmien saatavilla. Samanaikaisesti kuntien on suunnittelussaan huomioitava kilpailukykyä houkuttelevana myymälöiden sijoituspaikkana muihin kuntiin nähden. Käytännössä tämä voi merkitä muun muassa kykyä nopeaan ja joustavaan toimintaan kaavoituksessa uusien yritysten ja toimipaikkojen saamiseksi oman kunnan alueelle. Maakuntaliiton tavoitteena taas on seudullisesti tasapainoisen alueen muodostuminen, jolloin suuryksiköiden sijoittumisen tulisi palvella koko seudun, ei vain yksittäisen kunnan, etua. Julkisen hallinnon suunnittelussa asioita tarkastellaan lyhyemmän aikavälin lisäksi aina myös pitkällä, yli kymmenen vuoden aikajänteellä. (esim. Kauppa kaavoituksessa 2004; Kauppa 2005 – Kauppa... 2000.) Yhdyskuntaa pitäisi kehittää kestäväällä tavalla, ei kertakäyttöyhdyskuntaa tuottamalla. Mitä suuremmasta investoinnista on kysymys, sitä tärkeämpää on vakuuttua sen järjestydestä myös pitkällä aikavälillä.

Kaupan tavoitteena on löytää ja saada käyttöönsä mahdollisimman houkuttelevia liikepaikkoja, jotka osaltaan auttavat hyvän liiketaloudellisen tuloksen syntymisessä ja aseman parantamisessa markkinoilla. Kaupan omassa päivittäistavarakaupan liikepaikkasuunnittelussa ajankäyttö jää alle kymmenen vuoden (Kauppa kaavoituksessa 2004, 8–9). Käytännössä liikepaikkasuunnittelu on yksi niistä työkaluista, joiden avulla kauppa reagoi toimintaympäristön ja kilpailutilanteen muutoksiin.

Asukkaat muodostavat heterogeenisen ryhmän, jonka tavoitteet ja toiveet ovat toisistaan poikkeavia. Valtaosa väestöstä käyttää päivittäistavarakaupan palveluita ja tutkimusten valossa edulliset, laadukkaat ja monipuoliset päivittäistavarakaupan palvelut ja niiden hyvä saatavuus ovat usean toiveena (esim. Koistinen ym. 2005, Pitkäaho, Uusitalo & Marjanen 2005). Erityisen haastavana tämän kaiken toteuttamista voidaan pitää siksi, että kuluttajien tarpeiden ja toiveiden on arvioitu tulevan entistä yksilöllisemmiksi ja moninaisemmiksi.

Suuryksiköiden sijoittumissuunnittelu – vaihtoehtoja, yhteensovittamista ja uskallusta tehdä erilaila

Suunnittelu edellyttää, että tulevaisuuteen suhtaudutaan tavoitteellisesti. Suunnitteluun liittyy myös oleellisesti vapaus valita erilaisten vaihtoehtojen välillä. Samoin suunnittelu edellyttää jonkinlaista valtaa toteuttaa muutoksia, sillä suunnittelussa ei ole mieltä, jos tulevaisuuteen ei ole aidosti mahdollisuutta vaikuttaa. Viime kädessä suunnittelu edellyttää luovuutta, sillä asenteella ”näin on aina tehty” ei voida synnyttää mitään uutta. Näiden tekijöiden tulisi löytyä myös päivittäistavarakaupan suuryksiköiden sijoittumissuunnittelusta.

Jokaisella suunnitteluun osallistuvalla on tavoitteita. Suurimpana haasteena suunnittelussa on muodostaa näiden monesti toisistaan poikkeavien tavoitteiden avulla yhteinen päämäärä, johon kaikki osapuolet voivat sitoutua. Yhteensovittajan vaativa tehtävä lankeaa ennen kaikkea kuntien ja maakuntaliittojen suunnittelusta vastaaville.

Valinnanvapauden suuryksiköiden sijoittumissuunnittelussa voidaan ajatella olevan sitä, että on aidosti mahdollisuus valita erilaisten sijoittumispaikkojen välillä. Esimerkiksi palveluverkkoselvityksen laadinnan yhteydessä tuodaan esiin vartenotettavia vaihtoehtoja ja nämä vaihtoehtoiset paikat osoitetaan myös kaavoissa. Mikäli vaihtoehtoisia paikkoja ei osoiteta riittävästi, ei valinnan vapautta ole ja seuraukset ovat haitallisia esimerkiksi kilpailulle. Valinnan vapautta on myös se, että perustelluista syistä voidaan myös päättää, ettei jollekin alueelle sijoiteta suuryksikköä.

Vaikuttamisen suuryksiköiden sijoittumissuunnittelussa voidaan nähdä olevan sitä, että erilaiset tahot pääsevät mukaan suunnitteluprosessiin huolimatta siitä, että heidän tavoitteensa ovat erilaisia ja jopa ristiriitaisia. Laki osaltaan tukee osallistumista kiinnittämällä huomiota suunnittelun vuorovaikutteisuuteen. Huomioiden moninaiset taloudelliset intressit, joita suuryksiköihin liittyy eri tahoilla ja erilaiset yritysten liikesalaisuuden piiriin liittyvät asiat, erityisen tärkeätä on, että julkinen taho kykenee omassa toiminnassaan osoittamaan tasapuolisuutta, johdonmukaisuutta ja luottamusta.

Luovuus on varmasti haastavin elementti suuryksiköiden sijoittumissuunnittelussa. Tähänastisen kehityksen valossa suuryksiköiden sijoittumissuunnittelun lopputuloksia tarkasteltaessa ei luovuutta voida pitää vahvuutena. Tehdyt ratkaisut ovat usein muista maista kopioituja ja ideoiden soveltaminen paikalliseen ympäristöön ei ole ollut aina kovin taitavaa. Luovuus sijoittumissuunnittelussa on uskallusta tehdä erilaila, omista lähtökohdista ja erityisesti Suomen oloja, ympäristöä ja elämänarvoja kunnioittaen. Se edellyttää suhteellisuuden ymmärtämistä suuryksiköiden sijoittumissuunnittelussa.

Tutkimus ja keskustelu suunnittelun tukipilareina

Suuryksiköiden lainsäädännöllisestä ohjauksesta käytävässä keskustelussa suuryksikön määrittelystä on muodostunut yksi keskeinen puheenaihe. Keskustelu on keskittynyt lähinnä absoluuttiseen kokorajaan ja sen suuruuteen. Onko 2 000 kerrosneliömetrin raja sopiva, liian pieni tai liian suuri? Suuryksikön kokorajasta ei löytynyt yksimielisyyttä maankäyttö- ja rakennuslain valmistelun aikana eikä yksimielisyyttä ole edelleenkaan saavutettu, vaikka laki on jo ollut voimassa useita vuosia.

Kaupan toimintaympäristön tarkastelun perusteella keskeisiksi kysymyksiksi nousevat seuraavat: kenelle suuryksiköitä rakennetaan, minne niiden pitää sijoittua ja millaisia niiden tulee olla? Pienenevien kotitalouksien, vanhenevan ja muutamille kaupunkiseuduille keskittyvän väestön päivittäistavarapalvelutarpeisiin vastaaminen muodostuu isoksi haasteeksi niin kaupalle kuin julkiselle hallinnollekin. Sijoittumissuunnittelua tehtäessä tullaan tarvitsemaan ennen kaikkea luovuutta. Vain luovasti ja innovatiivisesti toimien pystytään tuottamaan ratkaisuja tai soveltamaan taitavasti muualla tuotettuja ideoita kotoisiin puitteisiin sillä tavoin, että monipuoliset päivittäistavarapalvelut voidaan taata erilaisille kuluttajille muuttuvassa yhteiskunnassa.

Jotta suunnittelussa voidaan onnistua, pitää suunnittelun kohteesta muodostua keskeisten toimijoiden välillä yksimielisyys. Tämän vuoksi keskustelua suuryksikön määrittelystä on jatkettava, mutta absoluuttisen kokorajan rinnalla tai sijaan keskustelua tulee käydä myös suhteellisesta kokorajasta. Alueiden erilaisuus pitäisi pystyä huomioimaan nykyistä paremmin suuryksikön sijoittumissuunnittelua tehtäessä. Esimerkiksi uudella hypermarketilla on todennäköisesti aivan erilaiset vaikutukset 100 000 asukkaan kaupunkialueella kuin 10 000 asukkaan kuntataajamassa. Tällä ei tarkoiteta sitä, että suuryksiköiden sijoittamissuunnittelu voisi tapahtua ilman minkäänlaista ohjausta suurten väestökeskittymien alueella ja tiukasti säädellen pienten väestökeskittymien alueella. Sen sijaan suhteellinen suuryksikön koon määrittely saattaisi mahdollistaa entistä paremmin yhdyskunta- ja väestörakenteen samoin kuin kilpailutilanteen huomioimisen ohjauksessa. Tällöin rajalliset julkishallinnon resurssit voitaisiin kohdentaa tarkemmin niihin tapauksiin, joissa ohjauksesta voi olettaa olevan suurimman hyödyn niin kuluttajan, kaupan kuin koko yhteiskunnan kannalta.

Uuden tutkimustiedon tuottaminen on yksi tapa edesauttaa rakentavan keskustelun syntymistä. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuonna 2005 käynnistämä tutkimushankekokonaisuus ”Päivittäistavarakaupan palveluiden saatavuus” tulee tuottamaan tietoa kaupan rakennemuutoksesta, palveluiden saatavuudesta ja suuryksiköiden sijainnin ohjauksen vaikuttavuudesta. Hankkeessa käytetään sekä määrällisiä että laadullisia menetel-

miä, jotta tutkimuksissa syntyisi niin yleistettävissä olevaa kuin syvällistä ymmärrystä tuottavaa tietoa. Aktiivinen tutkimus ja avoin keskustelu ovat osaltaan luomassa sitä perustaa, jota luovuutta ja suhteellisuuden ymmärtämistä vaativa suunnittelu tarvitsee.

Lähteet

- Aalto-Setälä V (1999) Economies of scale, product differentiation, and market power. Helsinki School of Economics and Business Administration, Sarja A 162/1999. Helsinki.
- Aalto-Setälä V (2002) The effect of concentration and market power on food prices: evidence from Finland. *Journal of Retailing* 78 (3) 207–216.
- Aalto-Setälä V, Kinnunen J, Koistinen K (2004) Reasons for high food prices in small market areas: The Case of Åland Islands. *Agribusiness: An International Journal* 20 (1) 17–29.
- A.C. Nielsen (1991) *Markkinatrendit*.
- Faludi A (1976, alkup. 1973) *Planning Theory*. Pergamon Press. Oxford.
- Hautamäki L (1991) Alueellisen suunnittelun teorit ja menetelmät. Tampereen yliopisto, Aluetieteen laitos, Sarja A 12/1991. Tampere.
- Healey P (1997) *Collaborative Planning – Shaping Places in Fragmented Societies*. Macmillan Press LTD. Houndmills.
- Kauppa 2005 – Kauppa yhdyskuntasuunnittelussa (2000). Edita. Helsinki.
- Kauppa kaavoituksessa (2004) *Ympäristöopas 115*, Ympäristöministeriö, Alueidenkäytön osasto. Edita. Helsinki.
- Kiuru P, Mankinen R, Niilola K, Pulkkinen M, Riipinen T (2004) Vähittäiskaupan kansainvälistyminen ja tehokkuus – Case päivittäistavarakauppa. LTT-tutkimus Oy. Helsinki
- Koistinen K, Aalto-Setälä V (1998) Automarketteja vai lähikauppoja? *Kuluttajatutkimuskeskuksen keskustelualoitteita* 28/1998. Helsinki.
- Koistinen K (1999) Päivittäistavarakaupan rakennemuutos 1995–1997. *Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja* 4/1999. Helsinki.
- Koistinen K, Vesala T, Marjanen H (2005) Jakelukanavien kilpailu Suomen päivittäistavaramarkkinoilla sekä eräillä erikoiskaupan toimialoilla – kuluttajanäkökulma. *Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja* 7/2005. Helsinki.
- Kotisalo Y (2000) Kaupan muutostekijät. Teoksessa *Kauppa 2005 – kauppa yhdyskuntasuunnittelussa*, 9–38. Edita. Helsinki.
- Laursen A T, Brackhahn B (toim.) (2000) *Planning for retail trade in the Nordic countries*. Schultz Grafisk A/S. Kööpenhamina.
- Maankäyttö- ja rakennuslaki (1999) Suomen säädöskokoelma 132/1999.
- Mäntysalo R (2000) *Land-Use Planning as Inter-Organizational Learning*. Acta Universitatis Ouluensis C Technica 155. Oulu.

- Pitkäaho M, Uusitalo J, Marjanen H (2005) Ostosmatkojen suuntautuminen ja ostopaikan valintakriteerit Turun seudulla vuosina 2001–2003 – Mylly projektin toinen vaihe. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja, Sarja Keskusteluja ja raportteja 3/2005. Turku.
- Päivittäistavarakauppa 2004–2005 (2005) Päivittäistavarakauppayhdistys ry.
- Rasmus T (1995) Kauppa 2010 – Kaupan toimintaympäristö ja rakenne. Ympäristöministeriö, Alueidenkäytön osasto, Selvitys 10/1995. Helsinki.
- Suurmyymälätyöryhmän mietintö (1997) Suomen ympäristö 102, Ympäristöministeriö, alueiden käytön osasto. Edita. Helsinki.
- Tilastokeskus (2005a) <http://www.stat.fi>.
- Tilastokeskus (2005b) Kuluttajabarometri huhtikuu 2005.
- Turun kaupunkiseudun kaupan palveluverkkoselvitys 1997 (1998). Varsinais-Suomen liitto, Entrecon Oy.

Luentosarja:

- Lapintie, Kimmo (2001) Planning Theory (A-36.353). Teknillinen korkeakoulu 24.1.–25.4.2001, Espoo.



MARKKINARAKENNE JA KILPAILU SUOMESSA

Ville Aalto-Setälä, Kaisa Matschoss, Marita Nikkilä,
Paavo Saarinen

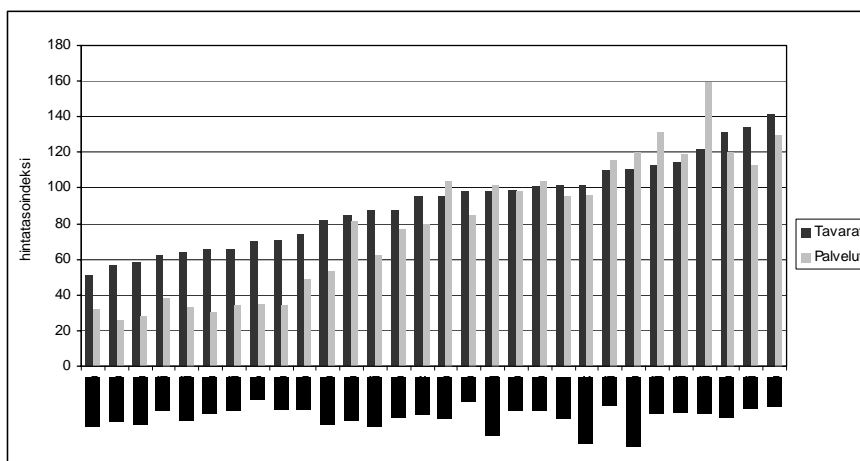
Suomalaisten markkinoiden ominaispiirteitä

Yleisen näkemyksen mukaan hinnat ovat Suomessa korkeat ja kilpailu monilla toimialoilla vähäistä. Korkeat hinnat Suomessa ovatkin tosiasia (kuva 1). Suomi on sekä tavaroiden että palvelujen hintoja tarkasteltaessa euroalueen kallein maa (tosin Irlanti on nykyisin käytännössä samanhintainen) ja yksi kalleimmista Euroopan unionin jäsenmaista. Toisaalta Suomen kalleus on kiinni tarkasteluperspektiivistä, sillä kaikki Pohjoismaat ovat kalliita – Tanska, Norja ja Islanti ovat aika selvästikin Suomea kalliimpia. Suomessa onkin siis Ruotsin kanssa Pohjoismaiden edullisin hintataso.

Vähäinen kilpailu Suomen – kuten muidenkaan Pohjoismaiden – markkinoilla ei ole kovin yllättävää. Pääosassa hyödykemarkkinoita relevantti markkina-alue⁴ on korkeintaan kansallinen ja usein jopa alueellinen. Näin Suomen markkinat ovat jo väkiluvun perusteella Euroopan pienimpien joukossa ja monilla toimialoilla harva asutus vielä jakaa kansallista markkinaa useiksi alueellisiksi markkina-alueiksi. Useissa eri maita ja toimialoja koskevissa tutkimuksissa on saatu tulos, jonka mukaan kilpailu on normaalisti vähäisempää pienillä kuin suuremmilla markki-

⁴ Relevantti markkina-alue tarkoittaa aluetta tai toimialaa, jolla yritysten välinen kilpailu tapahtuu. Relevantti markkina-alue vaihtelee tuotteittain suuresti. Mitä ilmeisimmin relevantti markkina-alue on lähes maailmanlaajuinen esimerkiksi tietokoneohjelmistojen kohdalla. Toisaalta relevantti markkina-alue voi olla vain muutaman korttelin kokoinen, esimerkiksi kioskien tai kahviloiden kohdalla.

noilla⁵. Tämä johtuu yksinkertaisesti siitä, että pienille markkinoille mahtuu vähemmän kilpailevia yrityksiä. Mikäli pienillä markkinoilla kuitenkin toimii useampia kilpailevia yrityksiä, näiden keskikoko on pieni ja näin yritykset eivät pääse hyötymään täysimittaisesti suurtuotannon eduista. Karkeistaen voidaan sanoa, että pienen markkina-alueen on valittava kahdesta pahasta: joko kilpailu markkinoilla on vähäistä tai yritysten keskikoko liian pieni kustannustehokkuutta ajatellen.



Kuva 1. Tavaroiden ja palveluiden hinnat eri maissa vuonna 2001. EU 15 = 100. (Leetmaa 2003).

Mainio Suomen sisäinen esimerkki pienen markkina-alueen ongelmista on Ahvenanmaan muuta Suomea reilu 10 prosenttia korkeampi elintarvikkeiden hintataso. Hieman yllättäen pääasiallisena syynä Ahvenanmaan muuta Suomea korkeammalle hintatasolle eivät ole kuljetuskustannukset tai tulliraja⁶. Tärkeimmät syyt korkeille elintarvikkeiden hinnoille Ahvenanmaalla ovat sen sijaan pieni myymäläkoko (päivittäistavara-kaupassa vallitsee huomattavat suurtuotannon edut⁷), keskittynyt markkinarako ja kuluttajien halu ostaa nimenomaan ahvenanmaalaisia tuotteita hinnasta riippumatta.

Markkinoiden pieni koko ei ole ainoa markkinoiden tehokkuutta koskeva ongelma Suomessa. Pienen koon lisäksi Suomi on – Euroopan yhteismarkkinoista huolimatta – eristyksissä niin maantieteellisesti,

⁵ Katso esim. Schmalensee, 1989.

⁶ Aalto-Setälä, Kinnunen & Koistinen, 2004.

⁷ Myymäläkoon vaikutus päivittäistavara-kaupan hintatasoon on yleisestikin hyvin vahva (Aalto-Setälä, 2002).

historiallisesti kuin kielellisestikin. Onhan esimerkiksi Tanskan maantieteellinen asema täysin erilainen kuin Suomen. Tuonnin määrä Suomeen onkin pienempi kuin olisi oletettavaa talouden koon perusteella⁸. Näin ulkomaisen kilpailun hintoja laskeva vaikutus ei ole kovin suuri.

Ehkä myöskään kuluttajat Suomessa eivät ole erityisen halukkaita toimimaan markkinoiden kilpailuttajina. Kuluttajilla on usein aika vahva näkemys, jonka mukaan edullinen ei voi olla hyvä. Tosin viime aikoina on saatu esimerkkejä kuluttajien kilpailutuksen markkinoita tehostavasta vaikutuksesta. Kilpailutuksen vaikutus on näkynyt erityisesti matkapuheluiden ja asuntolainojen hinnoissa. Näillä molemmilla markkinoilla kuluttajat ovat osoittaneet olevansa valmiita vaihtamaan asiakassuhdetta hinnan perusteella, ja näiden toimialojen yritykset ovat joutuneet reagoimaan kuluttajien käyttäytymiseen. Kuluttajilla onkin huomattavasti valtaa markkinoilla ja kuluttajien olisi ymmärrettävä valtansa nykyistä paremmin.

Suomea siis koskee useampi vaikeasti ratkaistava markkinoiden tehokkuutta heikentävä ongelma. Asiaa ei kuitenkaan pidä tulkita niin, että markkinoita ei voisi saada Suomessa kilpailullisiksi tai kilpailupolitiikalla ei olisi Suomessa merkitystä. Päinvastoin – markkinoiden tehokkuus ja kilpailupolitiikan onnistuminen on Suomessa erityisen tärkeää edellä mainittujen rakenteellisten ongelmien vuoksi. Jos kilpailupolitiikka Suomen kaltaisilla pienillä markkinoilla ei toimi, seuraukset ovat erityisen ongelmalliset. Lisäksi on huomattava, etteivät kaikki toimialat Suomessa ole tehottomia. On toimialoja, joilla markkinat Suomessa joko toimivat hyvin tehokkaasti tai ainakin markkinoiden toiminta on tehostunut huomattavasti toteutettujen kilpailupoliittisten toimenpiteiden vuoksi. Seuraavaksi esitämme kaksi esimerkkiä toimialoista, joilla julkisen vallan toimilla on ollut markkinoita tehostava vaikutus.

Case 1: Lääkemarkkinat

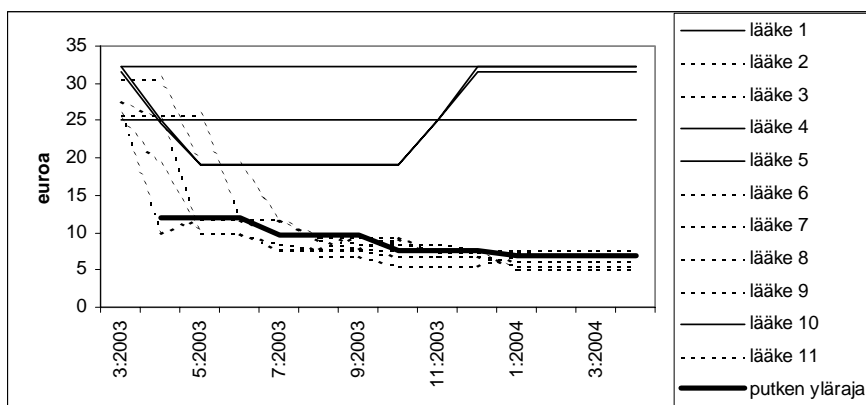
Hintakilpailu Suomen lääkemarkkinoilla on ollut perinteisesti vähäistä. Kuluttajat ovat ostaneet reseptilääkkeitä lääkärin määräyksen mukaan. Kuluttajan lääkkeestä maksama hinta taas ei ole ollut lääkärille merkittävä lääkkeen valintaan vaikuttava tekijä. Kilpailutilanne lääkemarkkinoilla muuttui ratkaisevasti huhtikuussa 2003. Tällöin otettiin käyttöön uusi keino lääkekustannuksien kasvun hillitsemiseksi eli lääkevaihto. Lääkevaihto tarkoittaa sitä, että apteekki vaihtaa lääkärin määräämän reseptilääkkeen halvempaan, mikäli lääke on vaihtokelpoinen ja mikäli lääkäri

⁸ Aalto-Setälä & Nikkilä, 2004.

tai kuluttaja ei erikseen kiellä vaihtoa. Kilpailullisuuden kannalta kyse on siitä, että ei-patenttisuojattujen alkuperäislääkkeiden erityisasema markkinoilla poistettiin altistamalla ne rinnakkaisvalmisteiden kilpailulle.

Lääkevaihdon tuloksena sekä asiakkaiden lääkkeitä maksama kustannus että Kansaneläkelaitoksen kustannukset lääkekorvauksista laskivat huomattavasti⁹. Osa säästöistä johtui siitä, että kalliit alkuperäislääkkeet menettivät markkinaosuuttaan halvemmille rinnakkaislääkkeille. Suurempi osa säästöistä aiheutui kuitenkin lisääntyneen kilpailun aiheuttamasta hintojen laskusta.

Kuva 2 näyttää esimerkin lääkkeiden hintakehityksen yhdessä substituutioryhmässä. Tässä ryhmässä vaikuttavana aineena on enalapriili ja kyseessä on verenpainelääke. Ryhmä sisältää kaikkein eniten kilpailijoita – 11 – eli kyseessä ei ole keskimääräinen vaan ääriesimerkki lääkevaihdon kilpailuvaikutuksista. Substituutioryhmän lääkkeiden hinnat ovat pudonneet jopa yli 80 prosenttia. Näin lääkevaihto on tarjonnut huomattavia säästöjä.



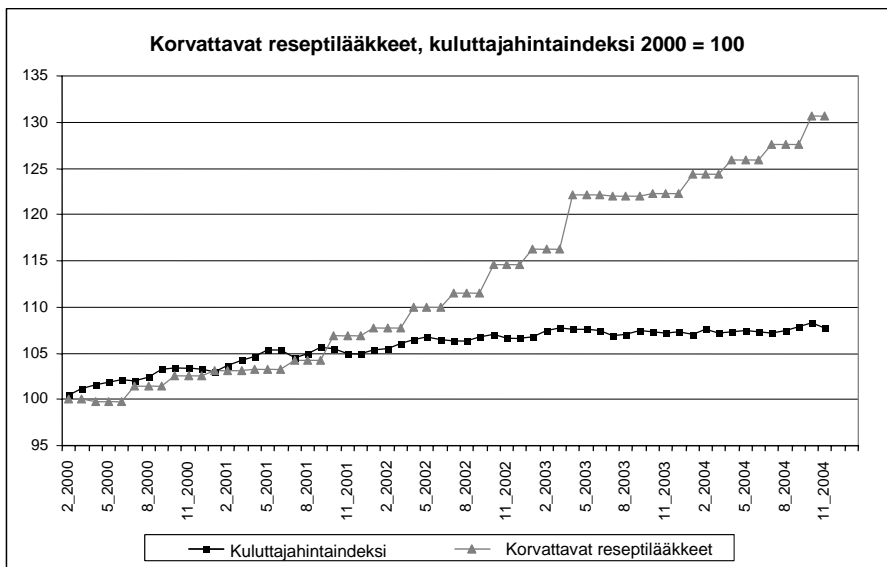
Kuva 2. Substituutioryhmä "enalapriilin" lääkkeiden hintakehitys.

Kuvasta 2 näkyy myös tärkeä markkinoiden kilpailullisuuden piirre: suurin osa vaihtokelpoisten lääkkeiden hinnoista sijaitsee niin sanotussa hintaputkessa. Hintaputken alaraja on ryhmän halvimman lääkkeen hinta ja leveys 2 tai 3 euroa. Osa kuluttajista ei kuitenkaan "halua ostaa halpaa". Esimerkkiryhmäämme kuuluukin kolme lääkettä, joiden hinnat ovat hyvin korkeat. Käytännössä lääkärit eivät kiellä lääkevaihtoa. Sen sijaan huomattava osa asiakkaista kieltää lääkevaihdon farmaseutin ehdotuksesta huolimatta. Ilmeisesti nämä asiakkaat uskovat, että yli 500 prosenttia

⁹ Aalto-Setälä & Saarinen, 2004.

ryhmän halvinta lääkettä kalliimman lääkkeen on oltava parempi. Yksi tällä hetkellä melko hyvin toimivan lääkevaihdon haaste onkin, miten saada tiettyjen alkuperäislääkkeiden erittäin korkeat hinnat laskemaan.

Toinen viime aikoina paljastunut lääkevaihdon ongelma on myynnin jakautuminen hintaputken sisällä. Apteekit eivät läheskään aina vaihda lääkettä ryhmän halvimpaan lääkkeeseen, vaan usein itselleen eniten voittoa tuottavaan lääkkeeseen. Kyseinen ongelma voitaisiin ratkaista yksinkertaisesti kaventamalla hintaputken leveyttä, jolloin mahdollisuus voiton tekemiseen hintaputken sisällä pienenesi. Kyseinen ongelma on myös havainnollinen esimerkki kuluttajien roolista: kuluttajilla on aina oikeus vaatia edullisinta lääkettä, mutta normaalisti näin ei osata tehdä.



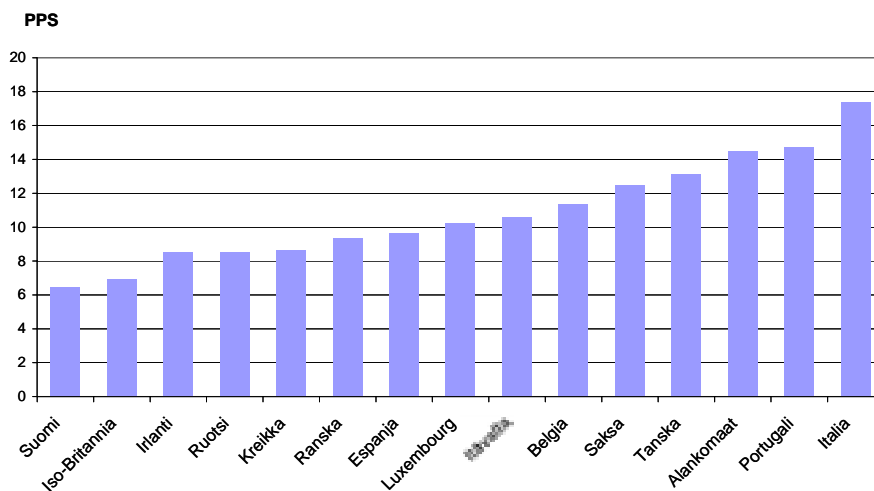
Kuva 3. Lääkekustannusten kasvuvauhti.

Kolmas ja tärkein lääkevaihdon vaikutuksia pienentävä asia on se, että lääkärit määräävät jatkuvasti uusia ja kalliimpia lääkkeitä samojen sairauksien hoitoon. Kyseiset uudet lääkkeet ovat patenttisuojattuja, eivätkä ne näin ole lääkevaihdon piirissä. Tämän takia lääkkeiden kokonaiskustannukset ovat jatkuvassa nousussa (kuva 3). Lääkevaihto laski vaihtokelpoisten lääkkeiden hintoja, mikä pysäytti lääkkeisiin käytettävän kokonaiskustannuksen kasvun vuodeksi eli huhtikuusta 2003 maaliskuuhun 2004. Tämän jälkeen lääkekustannukset ovat jatkaneet kasvuaan.

Case 2: Sähkömarkkinat

Taustaa

Sähkön hinta on Suomessa ollut moneen Euroopan maahan verrattuna alhainen. Vuonna 2004 sähkön hinta kotitaloudelle (vuosikulutus 7 500 kWh) suhteutettuna kuluttajien ostovoimaan oli edullisin muihin EU 15 -maihin verrattuna (kuva 4). Suomen teollisessa rakenteessa sähköä paljon kuluttavalla teollisuudella on suuri painoarvo. Syynä alhaisiin hintoihin pidetäänkin sitä, että poliittinen tahto on ollut säilyttää sähkön hinta alhaisena, että näin tuettaisiin teollisuuden kansainvälistä kilpailukykyä. Varsinaisesti vaikutusta on kuitenkin ollut sillä, että teollisuus on rakentanut omaa sähköntuotantokapasiteettiaan turvatakseen edullisen energiansaannin. Tämä on heijastunut myös kuluttajahintoihin, sillä kotitaloussektori vastaa vain noin neljäsosasta Suomen koko sähkönkulutuksesta (Adato Energia, 2003).



Kuva 4. Kotitalouden sähkönhinta EU 15 -maissa 1.7.2004 ilman arvonlisäveroa (PPS, vuosikulutus 7 500 kWh).¹⁰ (Goerten ja Clément, 2004.)

Ennen 90-luvun puoliväliä sähkölaitokset olivat paikallisia monopoleja, jotka olivat usein kunnallisessa tai valtiollisessa omistuksessa. Sähkömarkkinat vapautettiin täydellisesti kilpailulle vuonna 1998. Tällöin

¹⁰ Kuvassa hinnat on ilmoitettu PPS-yksiköinä. PPS = purchasing power standards eli hinnat on suhteutettu maan asukkaiden keskimääräiseen ostovoimaan.

poistui viimeinenkin este pienkuluttajien sähkön kilpailuttamiselta. Kuluttajille tämä merkitsee sitä, että sähkön jakelu ja itse sähköenergia voidaan ostaa eri yhtiöistä. Sähkönjakeluliiketoiminta säilyi edelleen luonnollisena monopolina, jota viranomainen säätelee ja valvoo, kun taas myynti ja tuotanto ovat kilpailullisia aloja. Kansainvälisten tutkimusten mukaan Suomen paikalliset sähkönjakeluverkot toimivat varsin tehokkaasti verrattuna muihin Pohjoismaihin¹¹.

Tulevat murrokset sähkömarkkinoilla

Nyt sähkömarkkinoilla on edessään yhtä suuri muutos kuin markkinoiden avautuminen oli vajaa kymmenen vuotta sitten. Vuoden 2005 alusta alkoi nimittäin EU:n laajuinen hiilidioksidin päästöoikeuksien kauppa. Järjestelmän taustalla on Kiotossa vuonna 1997 solmittu ilmastopöytäkirja (UNFCCC, 2003), joka astui voimaan 16.2.2005. EU 15 -maat ovat sitoutuneet yhteisesti vähentämään koko EU:n tasolla kasvihuonepäästöjä 8 prosenttia vuoden 1990 tasosta vuosina 2008–2012 (Euroopan unioni, 2003). Päästövähennystavoitteet on neuvoteltu yksittäisille jäsenmaille EU:n sisäisesti. Suomi on sitoutunut pitämään päästönsä vuoden 1990 tasolla (Euroopan komissio, 2002). Euroopan unionin hiilidioksidin päästökaupan tarkoitus on saada aikaan päästöjen vähennykset siellä, missä se on kaikkein kustannustehokkainta. Tämä vaikuttaa yksittäisten yritysten kilpailuasemaan markkinoilla ja pidemmällä aikavälillä myös koko markkinoiden rakenteeseen.

Suomen sähkömarkkinoiden kilpailutilanteeseen päästökaupan lisäksi vaikuttaa eniten Pohjoismaiden yhteinen sähköpörssi Nord Pool, jossa suomalaiset sähköntuottajat ja -ostajat ovat toimineet vuodesta 1998 alkaen (Nord Pool 2005). Pohjoismaisille sähkömarkkinoille leimaa antavaa on vesivoimalla tuotetun sähkön suuri osuus. Vesivoimalla tuotettu sähkö jää päästökauppajärjestelmän ulkopuolelle, joten päästökauppa suosii erityisesti vesivoiman tuottajia. Hiilellä ja turpeella tuotettu sähkö on puolestaan kaikkein huonoimmassa asemassa markkinoilla päästökaupan alettua.

Suomessa sähkön tuotantorakenne on Ruotsia ja Norjaa riippuvaisempi fossiilisista polttoaineista. Sähkön kysynnän kasvaessa – esimerkiksi kylmien säiden vuoksi – sähkön hinta voi nousta korkeallekin. Tuontikapasiteetin ollessa niukkaa sähköä joudutaan tuottamaan myös paljon päästöjä tuottavilla ja muutenkin kalliimmilla tuotantomuodoilla, mikä voi aiheuttaa sähkön hintojen nousua myös tarvittavien lisäpäästöoikeuksien

¹¹ Ks. Kinnunen (2004, 2005) ja Edvardsen ja Førsund (2003).

hintojen kautta. Yhteispohjoismaisen sähköpörssin yhtenä tehtävänä on tasata näitä kapasiteetti- ja hintaongelmia. Niissä tilanteissa, jolloin lisätuonti naapurimaista ei onnistu ja kysyntä on korkealla, Suomen sähkönhinta voi nousta huippulukemiin.

Uusiutuvan energian ja vesivoiman tuottajalle korkeat hinnat luovat mahdollisuuksia voittoihin. Päästökauppa luokin uusiutuvalla energialla tuottaville yhtiöille kilpailuetua markkinoilla. Päästökaupan pitkän aikavälin tavoite onkin kannustaa sähköteollisuutta muokkaamaan tuotantokapasiteettiaan ympäristöystävällisempään suuntaan.

Helmikuussa 2004 Suomen sähkömarkkinoilla aloitti toimintansa ensimmäinen toimija, joka ei itse tuota sähköä tai pidä yllä sähkön jakeluverkkoa. Huoltoasemaketjuna tunnettu St1 alkoi myydä pörssisähkönhintaan sidottua tuotetta suoraan kuluttajille. St1:n vaikutusta sähkömarkkinoiden kilpailutilanteeseen voi seurata kiinnostuneena. Sen tulolla voi olla samanlainen kilpailua kiristävä vaikutus kuin oli ulkomaisen kauppaketjun Lidlin saapumisella päivittäistavarakauppaan. Myös St1 ostaa myymänsä sähkön suoraan edullisimmalta ulkomaiselta tuottajalta pörssistä ja myy kuluttajille koko maahan samoilla toimitusehdoilla ja hinnoilla.

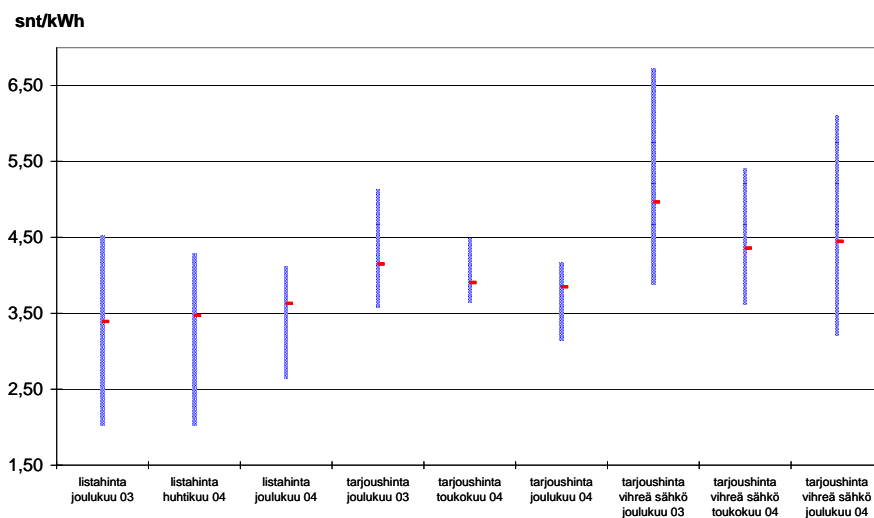
Kuluttajan asema sähkömarkkinoilla

Markkinoiden toimivuuden kannalta kuluttajan asema ja oma vastuu kilpailuttajana korostuu. Suomen sähkömarkkinoiden kilpailun kehittymistä hidastaa kuluttajien haluttomuus kilpailuttaa sähkönhankintaansa. Syinä tähän pidetään kuluttajien riittämätöntä tietoa, vääriä uskomuksia ja epäluottamusta markkinoiden toimintaan. Kuluttajat eivät myöskään pidä saavutettavia säästöjä tarpeeksi suurina. Sähköenergialiiton Senerin asiakastutkimuksesta paljastuu, että toimittajaa on vaihtanut vain noin 8 prosenttia asiakkaista (Sener, 2004). Mielenkiintoista on, että esimerkiksi Ruotsissa ja Norjassa kuluttajat ovat olleet huomattavasti suomalaisia aktiivisempia kuluttajina. Myös Iso-Britanniassa vaihtajia on jopa 40 prosenttia (Lewis, Pakkanen & Muroma 2004). Iso-Britanniassa onkin ns. vanhojen EU-maiden toiseksi edullisin sähkö ja sähkömarkkinoiden vapauttamista pidetään siellä yleisesti hyvin onnistuneena (kuva 4). Kysymys kuuluukin; voiko tilanne jatkua Suomessa aiemman kaltaisena ja hinnat edullisina, mikäli kuluttajat pysyvät yhä yhtä passiivisinä?

Nykyisin Suomessa sähkömarkkinoilla suuri osa sopimuksista on kilpailuttamattomia, toistaiseksi voimassa olevia sopimuksia eli ns. toimitusvelvollisia, listahintoihin perustuvia sopimuksia. Näissä sopimuksissa myyjä voi muuttaa sähkön hintaa ilmoittamalla siitä asiakkaalle vähintään 30 päivää aiemmin. Käytännössä kaikki sopimukset, joita ei ole

kilpailutettu, ovat toistaiseksi voimassa olevia sopimuksia. Kilpailutetuissa sopimuksissa tarjotaan toistaiseksi voimassa olevien sopimusten lisäksi myös määräaikaista sopimuksia. Kuluttajalle määräaikaisten sopimusten merkitys on se, että hän solmii kiinteähintaisen sopimuksen tietyksi ajaksi, usein vuodeksi tai kahdeksi. Tuona aikana sähkön hinta ei saa muuttua, mikä suojaaa kuluttajaa hintojen noususta, mutta estää häntä hyötymästä mahdollisista hinnan alennuksista. Vain hyvin harva yhtiö tarjoaa markkinoilla pienkuluttajille suoraan pörssisähkön hintaan sidottua sähkönsopimusta.

Sähkön hintoja seurattaessa huomataan, että viime vuosina toimitusvelvollisten julkisten listahintojen keskihinta on ollut lievässä nousussa (kuva 5). Suurimmalla osalla pienasiakkaita on listahintaan perustuva, toistaiseksi voimassa oleva sähkönsopimus. Tämä tarkoittaa sitä, että keskihinnan nousu vaikuttaa sähkölaskuun suurimmalla osalla kuluttajista. Sen sijaan kalleimman ja edullisimman hinnan erotus on pienentynyt. Kallein hinta on hieman alentunut joulukuusta 2003 joulukuuhun 2004 verrattuna. Edullisin hinta on puolestaan noussut huomattavasti enemmän samana aikana. Näin voidaan vetää johtopäätös, että todennäköisesti yhä suuremmalla osalla kuluttajia sähkölasku on kallistunut keskihinnan ja edullisimman hinnan nousun myötä.



Kuva 5. Sähkön keskihintoja vuosilta 2003–2004 vuodessa 20 000 kWh kuluttavalle kotitalousasiakkaalle (snt/kWh).

Tarjoushinnoissa puolestaan trendi on ollut laskeva joulukuusta 2003 joulukuuhun 2004. Myös hintojen hajonta on pienentynyt. Edellä kuvassa on esitetty myös uusiutuvan energian tarjoushinnat. Joulukuusta 2003 toukokuuhun 2004 uusiutuvan energian keskihinnat laskivat reilusti. Joulukuussa 2004 edullisin uusiutuvan energian tarjous on vain muutaman sentin kalliimpi kuin edullisimman ”perinteisen” sähkön tarjoushinta. Uusiutuva energia on toisin sanoen jo tällä hetkellä edullisimmillaan kilpailukykyinen perinteisen sähkön tarjousten rinnalla. Hintahajonta tosin on melkoinen, joten ilman valtiovallan aktiivista tukea kaikki uusiutuvalla energialla tuotettu sähkö ei ole vielä kilpailukykyistä.

Tarkasteltaessa julkisten ja tarjoushintojen kehitystä – tietäen, että sähkön kilpailuttaminen on kuluttajille vaikeaa – herää kysymys, käyttävältä jotkin yhtiöt tilannetta hyväkseen. Koska kuluttajat ovat passiivisia, yrityksillä ei ole pelkoa asiakkaiden karkottamisesta liian korkealla hinnoittelulla. Tällaisessa tilanteessa on helppoa nostaa hintoja passiivisella asiakassektorilla ja kilpailla vain marginaalisella, aktiivisten asiakkaiden sektorilla halvemmilla hinnoilla.

Sähkömarkkinoiden toimivuutta edesauttaisi kysynnän hintajouaston lisääntyminen. Kysynnän hintajoukseen voisi vaikuttaa muun muassa hinnoittelemalla sähkö myös pienkuluttajille¹² päivä-yökulutuksen mukaan tai siirtyminen suoraan pörssihintojen mukaiseen sähkön hinnoitteluun, mikä toisi mukanaan lisää läpinäkyvyyttä markkinoilla. Tällöin kuitenkin myös pienkuluttajalla tulisi olla päivä- ja yökulutuksen rekisteröivä mittalaitteisto ja kuluttajalla tulisi olla vaivatonta tapa seurata sähkön hinnan muutoksia tuntitasolla kyetäkseen arvioimaan, milloin sähköä voi käyttää edullisimpaan hintaan.

Lopuksi

Vaikka Suomi on korkeat hinnat omaava pieni ja eristynyt markkina-alue, kilpailu toimii Suomessakin monilla markkinoilla kohtuullisesti tai jopa hyvin. Kilpailupolitiikan onnistuneisuus onkin erityisen tärkeä Suomen kaltaisissa pienissä maissa. On kuitenkin selvää, että Suomessa on useita toimialoja, joilla kilpailu ei juurikaan toimi. Markkinoiden tehostamiseksi on siis tehtävä vielä huomattavan paljon töitä. Tässä työssä tutkimus on tärkeä väline. On mahdotonta harjoittaa tehokasta kilpailupolitiikkaa, jos markkinoiden toimivuutta ei ymmärretä. On myös ymmärrettävä kuluttajien roolin tärkeys markkinaosapuolena. Julkisen sektorin toimenpiteet

¹² *Pienkuluttaja* tarkoittaa tässä yhteydessä kerrostaloasukkaita tai omakoti-/rivitaloasukkaita, joilla ei ole sähkölämmitystä. Kotitalouksista sähkön *suurkuluttajia* ovat sähkölämmitteisissä talouksissa asuvat ja maataloutta harjoittavat kuluttajat.

kilpailun lisäämiseksi eivät riitä, mikäli kuluttajat eivät ole valmiita kilpailuttamaan yrityksiä.

Lähteet

- Aalto-Setälä V, Kinnunen J, Koistinen, K. (2004) Reasons for high food prices in small market areas: The Case of Åland Islands. *Agribusiness: An International Journal*, Vol 20, 17–29.
- Aalto-Setälä V, Nikkilä M (2004) Elintarvikkeiden hintaerojen syyt Euroopan maiden välillä. *Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 5/2004*. Helsinki.
- Aalto-Setälä V, Saarinen P (2004) Kilpailun vaikutus lääkemarkkinoilla. *Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 6/2004*. Helsinki.
- Aalto-Setälä, V. (2002) The effect of concentration and market power on food prices: Evidence from Finland. *Journal of Retailing*, Vol 70, 207–216.
- Adato Energia (2003) Sähkö ja kaukolämpö 2001. Adato Energia Oy. Vantaa.
- Edvardsen D F, Førsum F R (2003) International benchmarking of electricity distribution utilities. *Resource and Energy Economics*, Vol. 25, pp. 353–371.
- Euroopan komissio (2002) EU focus on climate change. European commission. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Euroopan unioni (2003) Second ECCP Progress Report. Can we meet our Kyoto targets? April 2003. Saatavilla: <<http://europa.eu.int/comm/environment/climat/eccp.htm>>. (Luettu 24.2.2005.)
- Goerten J, Clément E (2004) Electricity prices for EU households on 1 July 2004. *Statistics in focus. Environment and Energy*. 6/2004. Eurostat.
- Kinnunen K (2004) Pricing of electricity distribution: an empirical efficiency study in Finland, Norway and Sweden. *Utilities Policy* 13(1), 15–25.
- Kinnunen K (2005) Investment Incentives – Regulation of the Finnish Electricity Distribution. *Energy Policy* (forthcoming).
- Leetmaa P (2003) Relative prices for services in EU, EFTA, Acceding and Candidate Countries for 2001. *Statistics in focus. Economy and Finance*. Theme 2–28/2003. Eurostat
- Lewis PE, Pakkanen M, Muroma M (2004) Raportti: Sähkön kuluttajan osa. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Helsinki.
- Nord Pool (2005) Nord Pool's history. Saatavilla <<http://www.nordpool.com/>>. (Luettu 7.3.2005.)
- Schmalensee R (1989) Inter industry differences of structure and performance. In: *Handbook of Industrial Organization*. Ed. by R Schmalensee, R Willig. Amsterdam. North-Holland.
- Sener (2004) Sähkömarkkinatutkimus. Taloustutkimus Oy:n omnibustutkimus, elokuu 2004. Saatavilla:

<<http://www.energia.fi/attachment.asp?Section=19&Item=10933>>. (Luettu 23.2.2005.)

UNFCCC (2003) Caring for climate – a guide to the climate change convention and to Kyoto protocol. UNFCCC, Bonn, Saksa.

MIKSI KULUTTAJAT VAIHTAVAT VAKUUTUSYHTIÖTÄ?

Raija Järvinen, Ritva Remes

Kuluttajat vaihtopolulla

Asiakkaiden vaihtamiskäyttäytyminen ja asiakassuhteen päättymisen prosessi ovat suhteellisen uusia tieteellisen tutkimuksen kohteita. Vaihtamiskäyttäytymiseen perehtyneiden tutkijoiden (Stewart 1998, Roos 1999, Tähtinen 2001, Roos ym. 2004) mielestä asiakkaiden vaihtamisprosesseissa on toimialakohtaista vaihtelua, ja asiakassuhteen luonne ja suhteen päättymisen syyt vaikuttavat koko päättymisprosessiin, sen vaiheisiin ja vaiheiden esiintymisjärjestykseen. Vakuutusympäristössä vaihtamiskäyttäytyminen ja asiakassuhteen päättymisen eivät ole olleet aiemmin Suomessa tutkimuksen kohteena ja Ruotsissakin tutkimusta on vain yhdestä organisaatiosta.

Artikkelimme tavoitteena on tarkastella kuluttajien vaihtamiskäyttäytymistä vakuutusympäristössä. Vaihtamiskäyttäytymisellä tarkoitetaan koko sitä vaihtamisprosessia ja prosessiin liittyviä tekijöitä, jotka ovat saaneet kuluttajat vaihtamaan vakuutusyhtiötä ja päättämään asiakassuhteensa entisen vakuutusyhtiönsä kanssa. Vaihtamiskäyttäytymisen tarkastelu pohjautuu Roosin (1999) kehittämään Switching Path Analysis Technique -menetelmään eli SPAT-menetelmään, jota sovelletaan vakuutusympäristöön alan omat erityispiirteet huomioon ottaen. Roos (1999) käyttää vaihtamisprosessin tunnusmerkkinä vaihtopolkua. Kuluttaja on vaihtopolulla sinä aikana, kun hän miettii vakuutusyhtiönsä vaihtamista. Vaihtopolku päättyy harkitun vaihtamispäätöksen seurauksena ostokäyttäytymisen muuttumiseen.

Vaihtopolun ohella tarkastelussa kiinnitetään huomiota kuluttajien yksilöllisiin ominaisuuksiin ja heidän asenteisiinsa vakuutusyhtiön vaih-

tamista kohtaan sekä ennen vaihtamista että sen jälkeen. Lisäksi tutkitaan tekijöitä, joiden perusteella kuluttajat ovat valinneet edellisen ja nykyisen vakuutusyhtiönsä. Vaihtamiskäyttäytymisellä ja vaihtamisprosessilla tarkoitetaan täten kuluttajien vakuutusyhtiöön kohdistuvaa vaihtopolkua sekä muita vakuutusyhtiön vaihtamiseen liittyviä tekijöitä.

Asiakassuhteen alkamisen ja päättymisen tunnistaminen on välttämätöntä tutkittaessa suhteiden eri vaiheita. Tässä artikkelissa tarkastelun lähtökohtana on asiakassuhde, joka on syntynyt vakuutuksenottajana toimivan kuluttajan ja vakuutuksenantajana toimivan vahinkovakuutusyhtiön välille vähintään yhden osapuolten kesken solmitun vakuutus sopimuksen perusteella. Vakuutuslajeista tarkastelun kohteina ovat kuluttajien vapaaehtoiset vahinko- ja henkilövakuutukset. Näissä vakuutus sopimuksissa kuluttajalla ei ole lakiin perustuvaa vakuuttamisvelvollisuutta. Tämän vuoksi asiakassuhde syntyy kuluttajan omaehtoisesta toiminnan perusteella. Vakuutuslain mukaan vakuutus sopimuksen voimassaoloaika ei ole rajoitettu. Vakuutus sopimussuhteelle on ominaista pitkäaikaisuus verrattuna moniin muihin kuluttajasopimuksiin (ks. Häyhä 1996, 256).

Näkökulmia vaihtamiskäyttäytymisen tutkimukseen

Vaihtamiskäyttäytymistä käsittelevät tutkimukset on toteutettu useista erilaisista näkökulmista. Tämä tulee hyvin esille myös aiemmissä tutkimuksissa käytetyistä asiakassuhteen lopettamisilmiötä kuvaavista englanninkielisistä sanoista *defection*, *switching*, *exit*, *dissolution*, *ending*, *termination*, *deterioration*, *disengagement*, *discontinuation*, *withdrawal*, *uncoupling*, *fading*, *divorce*, *break-down* ja *break-up*. Yhteenveto vaihtamiskäyttäytymisen tutkimuksesta on koottu taulukkoon 1.

Vaihtamiskäyttäytymistä sivuavat tutkimukset

Asiakkaan osoittama luottamus, uskollisuus, sitoutuneisuus sekä tyytyväisyys ja tyytymättömyys palveluntuottajaansa kohtaan ovat olleet keskeisiä teemoja useissa vaihtamiskäyttäytymistä sivuavissa tutkimuksissa. Bejoun ja Palmerin (1998) tutkimuksessa lentoyhtiön ja sen asiakkaiden välisissä asiakassuhteissa palveluepäonnistumisen suuruus vaikuttaa asiakkaan sitoutuneisuuteen ja luottamukseen. Mittal ja Lassar (1998) toteavat auto-korjaamon ja terveystalujen asiakkaiden tyytyväisyyden ja uskollisuuden rakentuvan palvelun laadun perusteella erilaisen henkilökohtaisen vuorovaikutuksen seurauksena. Jos palveluyrityksellä on paljon

tyytymättömiä asiakkaita, voimavarat tulee keskittää ensisijaisesti asiakastyytyväisyyteen vaikuttaviin tekijöihin.

Oliverin (1999) mielestä tyytyväisyys on välttämätön osa asiakasuskollisuutta. Jos uskollisuuden elementteinä huomioidaan myös asiakkaan määrätietoisuus sekä ostokäyttäytymistä tukeva sosiaalinen ympäristö, tyytyväisyyden merkitys vähenee. Ranaweeran ja Prabhun (2003) tutkimuksessa englantilaisen puhelinyhtiön ja sen asiakkaiden välisissä asiakassuhteissa luottamus palveluntuottajaa kohtaan parantaa asiakkaan tyytyväisyyttä ja vahvistaa edelleen yrityksen asiakaspysyvyyttä. Pitkäaikaisimpia asiakkaita ovat ne tyytymättömät asiakkaat, jotka pitävät vaihtamisen esteitä korkeina. Nordman (2004) kuvaa ja analysoi tutkimuksessaan tekijöitä, jotka vaikuttavat kuluttajien uskollisuuteen pankkiympäristössä. Yksinomaan kuluttajista lähtöisin oleva uskollisuutta tukeva tekijä on henkilökohtainen side pankkiin. Kuluttajista lähtöisin olevia, sekä uskollisuutta tukevia että sitä rajoittavia tekijöitä, ovat kuluttajien ominaisuudet ja elämäntilanne.

Uskollisuus- ja kanta-asiakasohjelmien merkitystä asiakassuhteeseen on tarkasteltu useissa tutkimuksissa. Gabrianon ja Johnsonin (1999) mukaan tyytyväisyys, luottamus ja sitoutuneisuus voivat vaikuttaa eri tavalla erilaisten asiakkaiden kohdalla tutkittaessa teatterin asiakkaiden yleistä tyytyväisyyttä teatteriorganisaatiota ja oman asiakassuhteensa tulevaisuutta kohtaan. Arantolan (2000) tutkimuksessa uskollisuudesta ja sitoutuneisuudesta kanta-asiakasohjelmiin ilmenee, että vain ohjelmien hyötyjä tarkasteltaessa markkinoijat näyttävät pitävän ohjelmien taloudellisia siteitä voimakkaimpina. Muutoin he tiedostavat, että taloudellisia siteitä enemmän asiakkaat arvostavat erityiskohtelua ja sen tuomia etuja. Roos ym. (2004) tutkivat kanta-asiakasohjelman merkitystä telealan yrityksen ja sen asiakkaiden välisissä asiakassuhteissa jakaen asiakkaat suhde- tai tuoteasiakkaiden sekä ohjelman sisällön säilyttäviin tai houkutteleviin etuihin asiakkaiden kertomusten perusteella.

Kuluttajien vaihtamiskäyttäytymistä koskevat tutkimukset

Keaveney (1995) on selvittänyt CIT-tekniikkaa hyväksi käyttäen asiakassuhteen päättymisen syitä eri palvelualoilla. Tutkimuksessa 468 amerikkalaista kuluttajaa mainitsee kriittisten vaihtamistapausten aiheuttajina 45 eri palveluntuottajaa, joista kolme useimmin mainittua ovat kauneushoitolat, automekaanikot ja vakuutusasiamiehet. Tutkimuksen mukaan suurimmat yksittäiset syyt vaihtaa palveluntuottajaa ovat ydinpalvelun epäonnistuminen (44 %), epäonnistunut asiakaspalvelu (34 %) ja palvelun hinnoittelu (30 %). Sen sijaan Nordmanin (2002) tutkimuksessa pankin asiakkaiden

vaihtamiskäyttäytymisestä kuluttajien useimmin mainitsevat vaihtamisen syyt liittyvät hinnoitteluun.

Roosin (1996) kriittisten tapausten tekniikasta kehittämä kriittisen polun analyysitekniikka (CPAT = *Critical Path Analysis Technique*) paljastaa kaksi vaihtamisprosessista syntyvää kriittistä vaihtopolkua ruokakaupan asiakkaiden vaihtamiskäyttäytymisessä; palauttamattoman ja palautettavan vaihtopolun. Roos ja Strandvik (1996) jatkavat Roosin (1996) tutkimusta empiirisin esimerkein. Roos (1999) jatkaa edelleen tutkimusta kuluttajien ruokakaupan vaihtamiskäyttäytymisestä esittäen SPAT-menetelmän avulla vaihtamisprosessin osatekijät. Michalski (2001) tutkii puolestaan pankkien asiakkaiden vaihtamiskäyttäytymistä prosessinäkökulmasta päätuloksenaan, että asiakassuhteen loppuminen voidaan kuvata kolmesta eri näkökulmasta APT-mallin avulla; suhteen päättymisen ominaisuudet (attributes, A), vaiheet (phases, P) ja tyytit (types, T).

Hocutt (1998) esittää mallin asiakassuhteen päättymisestä ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Sen mukaan kuluttajan palveluntuottajaa kohtaan kokeman tyytyväisyyden, suhteeseen investoimisen ja vaihtoehtoisten palveluntarjoajien laadun yhteisvaikutuksella on merkitystä sekä kuluttajan sitoutuneisuuteen että suhteen päättymisen todennäköisyyteen. Stewartin (1998) vaihtamiskäyttäytymistutkimuksiin perustuva malli vaihtamisprosessista koostuu seuraavista vaihtamiseen vaikuttavista tekijöistä: laadun huononeminen, vaihtoehtoisten palveluntuottajien tai vaihtamisen esteiden olemassa oleminen sekä asiakkaan valittaminen.

Ganesh ym. (2000) selvittävät kuluttajien suhdetta nykyiseen pankkiinsa USA:ssa sen perusteella, ovatko he ensimmäisessä pankkisuhteessaan vai onko heidän nykyinen pankkisuhteensa seuraus tyytyväisyyttä vai tyytymättömyyttä herättäneestä pankin vaihdosta. Tutkimukseen osallistuneesta 694 vastaajasta ensimmäisessä pankkisuhteessaan oli 257 kuluttajaa, 327:llä oli takanaan tyytyväisyyttä ja 110:llä tyytymättömyyttä herättänyt pankin vaihto. Tutkimuksen mukaan nämä kolme asiakasryhmää eroavat toisistaan selvästi suhteessaan nykyiseen pankkiinsa. Tyytymättömyyttä herättäneen pankin vaihdon kokeneet asiakkaat ovat selkeästi tyytyväisempiä ja osoittavat aktiivisempaa uskollisuutta nykyistä pankkisuhdettaan kohtaan kuin kaksi muuta ryhmää, kun puolestaan tyytyväisyyttä herättäneen pankin vaihdon kokeneet asiakkaat ovat kaikkien tyytymättömyimpiä uuteen pankkiinsa. Roos ym. (2004) analysoivat viiden toimialan vaihtamiskäyttäytymiseen liittyvien tutkimusten aineistoja ja vertailevat alakohtaisia vaihtopolkuun vaikuttavia osatekijöitä. Kaikilla viidellä toimialalla kuluttajat kuvaavat tyytymättömyytään käyttäytymisen muuttumisella, joka vaihtelee alan yleisen luonteen ja kilpailutilanteen johdosta. Tutkimuksessa ei kuitenkaan ollut löydettävissä selkeitä toimialakohtaisia vaihtamismalleja.

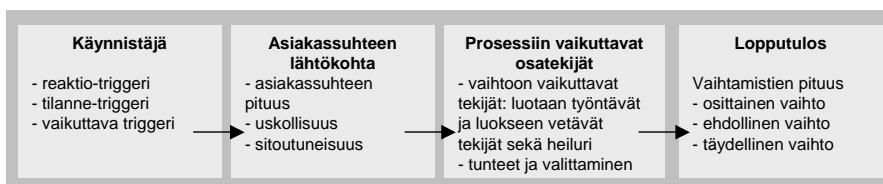
Taulukko 1. Yhteenveto aiemmasta vaihtamiskäyttäjyksen tutkimuksesta.

Tekijä/t	Vuosi	Näkökulma	Toimiala
Keaveney	1995	asiakassuhteen päättymisen syyt	useat eri palvelualat
Roos	1996	asiakassuhteen päättymisen prosessi	ruokakauppa
Roos & Strandvik	1996	asiakassuhteen päättymisen prosessi	ruokakauppa
Bejou & Palmer	1998	uskollisuuden ja luottamuksen merkitys asiakassuhteeseen	lentoyhtiö
Hocutt	1998	asiakassuhteen päättymisen malli	palvelualat yleisesti
Mittal & Lassar	1998	tyytyväisyys ja uskollisuus asiakassuhteessa	autokorjaamo ja terveyspalvelut
Stewart	1998	asiakkaan vaihtamisprosessin malli	palvelualat yleisesti
Gabriano & Johnson	1999	uskollisuuden, luottamuksen ja sitoutuneisuuden merkitys asiakassuhteeseen	teatteri
Oliver	1999	asiakkaan uskollisuuden rakentuminen asiakassuhteessa	useat eri palvelu- ja vähittäismyymälät
Roos	1999	asiakkaiden vaihtamiskäyttäjyminen ja vaihtamisprosessin osatekijät	ruokakauppa
Ganesh & Arnold & Reynolds	2000	asiakassuhteen lähtökohdan merkitys asiakkaan arvioon nykyisestä suhteestaan	pankki
Arantola	2000	uskollisuus ja sitoutuneisuus kanta-asiakasohjelmissa	useat eri palvelualat
Michalski	2001	asiakkaiden vaihtamisprosessi	pankki
Nordman	2002	asiakkaiden vaihtamiskäyttäjyminen ja vaihtamisen syyt	pankki
Ranaweera & Prabhu	2003	tyytyväisyyden, luottamuksen ja vaihtamisen esteiden vaikutukset asiakaspysyvyyteen	telealan yritys
Nordman	2004	asiakkaiden uskollisuus ja uskollisuuden puute	pankki
Roos & Gustafsson & Edvardsson	2004	kanta-asiakasohjelman rooli asiakassuhteessa	tietoliikenne
Roos & Edvardsson & Gustafsson	2004	asiakkaiden vaihtamiskäyttäjyminen ja vaihtamisprosessin osatekijöiden alakohtaisten kokoonpanojen esittäminen	ruokakauppa, pankki, vakuutusyhtiö, tietoliikenneryitys ja Ruotsin sosiaalivak.järjestelmä

Switching Path Analysis Technique (SPAT)

Artikkelimme teoreettinen näkökulma perustuu Roosin (1999) SPAT-menetelmään, jonka hän kehitti CIT-tekniikan pohjalta tutkiessaan ruoka-kaupan vaihtamiskäyttäytymistä. Menetelmää on sovellettu myös vakuutusalaan lähellä olevaan pankkiympäristöön (ks. Nordman 2002).

Roos (1999) tarkastelee vaihtamiskäyttäytymistä kuluttajien näkökulmasta käyttäen kuluttajien vaihtamisprosessin tunnusmerkkinä vaihtopolkua. Kuluttaja on vaihtopolulla sinä aikana, kun hän miettii palveluntuottajan vaihtamista. Vaihtopolku alkaa olemassa olevan asiakassuhteen aikana, etenee joidenkin tapahtumien käynnistämänä ja päättyy harkitun vaihtamis päätöksen seurauksena ostokäyttäytymisen muuttumiseen. Kuluttaja on täten joko kokonaan tai ainakin osittain vaihtanut palveluntuottajaa tutkimushetkellä. Vaihtopolku muodostuu vaihtamisen käynnistävästä tekijöistä eli triggereistä (*triggers*), asiakassuhteen lähtökohdasta (*initial stage*), prosessiin vaikuttavista osatekijöistä (*process*) sekä vaihtopolun lopputuloksesta (*outcome*). Vaihtopolun osatekijät on esitetty kuvassa 1.



Kuva 1. Kuluttajan vaihtopolun osatekijät (muokattu Roos 1999).

Roos (1999) kuvaa *vaihtopolun käynnistäjää eli triggeriä* minä tahansa tekijänä, joka muuttaa nykyisen asiakassuhteen tilan niin, että se saa kuluttajan aloittamaan vaihtamisen ja vaihtopolku saa täten alkunsa. Käynnistäjä toimii siten ikään kuin herätyskellona, joka herättää kuluttajan suhteen vaihtamiseen ja saa hänet tunnistamaan vaihtoon vaikuttavia tekijöitä. Roos (1999) jakaa vaihtopolun käynnistäjät reaktioon perustuviin reaktio-triggereihin (*reactional triggers*), tilanteeseen perustuviin tilanne-triggereihin (*situational triggers*) sekä vaikuttaviin triggereihin (*influential triggers*). Reaktio-triggeri aiheutuu kuluttajan ja palveluntuottajan välisestä asiakassuhteesta, johon asiakas reagoi jollakin tavalla. Se voi olla esimerkiksi palveluntuottajan tuotevalikoima tai toimitilojen uusi sisustus. Tilanne-triggeri on yleensä jokin asiakassuhteen ulkopuolinen tekijä, joka herättää kuluttajan suhteen vaihtamiseen. Se on olemassa silloin, kun kuluttajan elämäntilanteen muutos, esimerkiksi työ-

ajan muuttuminen tai ansiotulojen paraneminen, saa hänet etsimään uusia vaihtoehtoja. Myös kulutuskäyttäytymiseen vaikuttavat demografiset muutokset voivat toimia tilanne-triggereinä. Vaikuttava triggeri saa puolestaan alkunsa silloin, kun asiakassuhteen ulkopuolinen tekijä, esimerkiksi kilpailevan yrityksen tarjous, käynnistää vaihtopolun (Nordman 2002).

Asiakassuhteen *lähtökohdalla* Roos (1999) viittaa asiakassuhteen pituuteen (*relationship length*) ja lujuteen (*strength*), kuluttajan uskollisuuteen (*involvement*) sekä kuluttajan sitoutuneisuuteen (*commitment*) palveluntuottajaansa kohtaan. Lähtökohdan oletetaan vaikuttavan vaihtamisprosessin käynnistäjiin, vaihtamisprosessin etenemiseen ja vaihtamisprosessin lopputulokseen. *Prosessiin vaikuttavien osatekijöiden* avulla voidaan tunnistaa vaihtoon vaikuttavat osatekijät (*switching determinants*), jotka Roos jakaa: 1) vaihtoon vaikuttaviin osatekijöihin, joita ovat luotaan työntävät tekijät (*pushing switching determinants*), luokseen vetävät tekijät (*pulling switching determinants*) ja heilurit (*swayers*) sekä 2) tunteisiin (*emotions*) ja valittamiseen (*complaining*). Luotaan työntävät tekijät ovat kuluttajan käsityksiä vaihtamisen syistä. Sen sijaan luokseen vetävät tekijät saavat kuluttajan asioimaan vanhan palveluntuottajansa luona vielä vaihtamisen jälkeenkin. Heilurit Roos (1999) jakaa negatiivisiin ja positiivisiin heilureihin. Niillä ei ole yksinään voimaa aiheuttaa vaihtamista, mutta positiiviset heilurit voimistavat ja negatiiviset heilurit pitkittävät kuluttajan vaihtamispäätöstä. Prosessiin vaikuttavina osatekijöinä Roos viittaa myös tunteisiin ja valittamiseen, jotka liittyvät kuluttajien vaihtamispäätökseen. On mahdotonta sanoa tarkasti, miten tunteet vaikuttavat vaihtopolkuun; ne saattavat olla mukana koko vaihtamisprosessin ajan ja voivat vaihdella prosessin kuluessa. Tunne voi vaikuttaa vaihtamispäätökseen, ja toisaalta vaihtamispäätös voi saada aikaan tunteita.

Vaihtopolun seurauksena voi olla useita erilaisia *lopputuloksia* ja kuluttajien vaihtopolkujen pituudet voivat vaihdella. Täydellinen vaihto (*total switching*) on kyseessä silloin, kun kuluttaja on tehnyt täydellisen ostokäyttäytymismuutoksen, eikä enää aio palata entiseen asiakassuhteeseen. Jos kuluttaja voi kuvitella palaavansa entisen palveluntuottajansa asiakkaaksi tai jopa ajoittain asioi entisen palveluntuottajansa luona, kyseessä on osittainen vaihto (*partial switching*). Ehdollinen vaihto (*revocable switching*) eroaa osittaisesta vaihdosta siten, että kuluttaja haluaa asioida entisen palveluntuottajansa luona useammin kuin osittaisessa vaihdossa. Myös ehdolliset vaihtajat voivat kuvitella palaavansa entiseen asiakassuhteeseen.

Sovellettaessa Roosin (1999) SPAT-menetelmää vakuutusympäristöön kuluttaja aloittaa vakuutusyhtiön vaihtopolun käynnistäjän eli triggerin

vaikutuksesta. Sen etenemiseen vaikuttavat suhteen lähtökohtien lisäksi myös muut prosessiin vaikuttavat osatekijät. Asiakassuhteen lähtökohtana vakuutusympäristössä korostuu asiakassuhteen pituuden ja asiakasuskollisuuden lisäksi erityisesti kuluttajan luottamuksen merkitys vakuutusyhtiötä ja voimassa olevaa asiakassuhdetta kohtaan. Vaikka vakuutusyhtiö saa yksityiskohtaisia tietoja vakuutuksenottajan ja vakuutetun terveydentilasta, henkilökohtaisista oloista sekä taloudellisesta asemasta, yhtiön tehtävänä on taata yksityisyyden suojan toteutuminen ja käsitellä asiakaidensa henkilötietoja lain vaatimusten mukaisesti. Kuluttajien on lisäksi voitava luottaa erityisesti vahinkojen korvaustilanteessa vakuutus-sopimusten sisältöön liittyvien odotusten toteutumiseen. Myös kuluttajien ja vakuutusyhtiön edustajien välisellä henkilökohtaisella vuorovaikutuksella on ratkaiseva merkitys asiakassuhteen laatuun ja sen jatkumiseen.

Prosessiin vaikuttavista osatekijöistä vakuutusympäristössä korostuvat vaihtamiseen liittyvät luotaan työntävät tekijät, eli kuluttajien kokemat vakuutusyhtiön vaihtamisen syyt, koska ne ovat helpoimmin tunnistettavissa kuluttajien vaihtamiskertomuksista. Asioiminen entisessä vakuutusyhtiössä vielä vaihtamisen jälkeen tai vaihtamisen pitkittyminen on vakuutusympäristössä usein seuraus suoranaisista vaihtamisen esteistä, joita vakuutusyhtiöt omalla riskinvalinnallaan asiakkailleen asettavat. Myös tunteet liittyvät kuluttajien vaihtopolkuun erityisesti valittamisen yhteydessä. Vakuutuksenottajalla, vakuutetulla, vahinkoa kärsineellä ja edunsaajalla onkin aina oikeus valittaa saamastaan kohtelusta tai korvauspäätöksestä vakuutusyhtiölle. Tämän lisäksi heillä on vakuutus-sopimuslakiin kirjattu virallinen valitusoikeus. Heilurit voivat olemassaolollaan joko pidentää tai nopeuttaa kuluttajien vaihtamispäätöstä.

Mikäli kuluttajan vaihtopolku etenee polun lopputulokseen asti, hän irtisanoo vakuutusyhtiöstä osan tai kaikki vakuutuksensa. Irtisanominen on välttämätöntä, sillä jatkuvat vapaaehtoiset henkilö- ja vahinkovakuutukset jatkavat voimassaoloaan vuoden kerrallaan, ellei niitä kirjallisesti irtisanota. Vakuutustensa irtisanomisen myötä kuluttaja vaihtopolun lopputuloksena vaihtaa siten vakuutusyhtiötä joko kokonaan, osittain tai ehdollisesti. Tästä seuraa, että asiakassuhde entisen vakuutusyhtiön kanssa joko jatkuu muuttuneena tai päättyy kokonaan. Kuluttaja saattaa myös luopua vapaaehtoisista henkilö- ja vahinkovakuutuksista kokonaan. Tällöin kyseessä ei ole vakuutusyhtiön vaihtaminen, vaan riskien kokonaan vakuuttamatta jättäminen.

Hinta- ja laatu-tietojen vaihtopolut vakuutusympäristössä

Tutkimusmetodi ja -aineisto

Tutkimuksen lähtökohdan muodostaa todellisen elämän kuvaaminen ja sen ymmärtäminen. Tutkimuksen edetessä aineisto kuitenkin jäsenyi prosessin omaiseen kronologiseen järjestykseen mahdollistaen kuluttajien vaihtopolun esittämisen kaavion muodossa. Tutkimusta voidaan pitää lähinnä kvalitatiivisena, vaikkakin osa tuloksista on kvantifioitu. Kvantifioinnin tavoitteena on kuitenkin vain edesauttaa kuluttajien tyypittelyä, ei yleistää tutkimustuloksia. Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara (2000) ovat kuvanneet kvalitatiivisen tutkimuksen tyypillisinä ja myös tähän tutkimukseen sopivina piirteinä ihmisten käyttämistä tiedon keruun instrumenttina, kohdejoukon tarkoituksenmukaista valintaa ja tapausten käsittelemistä ainutlaatuisina.

Tutkimus toteutettiin strukturoituna puhelinhaastatteluna. Tutkimukseen valittiin erään suomalaisen vahinkovakuutusyhtiön 16 asiakasta. Yhtiöstä käytetään nimeä Alfa. Haastateltavat edustivat kannattavia yksityistaloudsasiakkuuksia ja he olivat keskittäneet koko talouden keskeisen vapaaehtoisen vakuutusturvan yhteen yhtiöön. Heidän maksukäyttäytymisensä oli moitteetonta ja he olivat itse irtisanoneet kaikki vapaaehtoiset henkilö- ja vahinkovakuutuksensa. Haastateltaviksi valittiin tarkoituksellisesti eri-ikäisiä henkilöitä sekä tasapuolisesti miehiä ja naisia eri puolilta Suomea. Kustakin taloudesta valittiin haastateltavaksi se henkilö, jolla oli keskeinen päätävävalta talouden vakuutusasioissa Alban järjestelmien perusteella. Haastateltaviksi valituille lähetettiin etukäteen tutkimuksesta kertova kirje. 12 henkilöä suostui haastattelupyyntöön.

Haastattelut kestivät keskimäärin kolmetoista minuuttia ja ne tehtiin syys- ja lokakuussa 2004. Haastattelu jakautui kahteen osaan. Osa yksi käsitteli vakuutusyhtiö Alfaa, haastateltavien asiointia yhtiössä ja tekijöitä, jotka olivat johtaneet asiakassuhteen päättämiseen Alban kanssa. Toisessa osassa keskityttiin uuteen vakuutusyhtiöön ja vakuutusyhtiön vaihtamiskäyttäytymiseen yleisellä tasolla. Kaikki haastattelut nauhoitettiin. Haastattelu on tavallisin menetelmä myös aikaisemmissa asiakassuhteen päättämistä koskevissa tutkimuksissa (ks. esim. Tähtinen 2001, Michalski 2001, Nordman 2002, 2004).

Haastateltavat, kuusi naista ja kuusi miestä, olivat haastatteluhetkellä 24–73-vuotiaita. Kuudessa taloudesta osa tai kaikki perheen lapset asuivat kotona, joko molempien vanhempien tai toisen vanhempansa kanssa. Kahden aikuisen talouksia oli mukana neljä ja yhden hengen talouksia kaksi. Neljän haastateltavan asiakassuhde Alban kanssa oli kestänyt kolme

vuotta tai vähemmän, neljän 8–12 vuotta ja neljän yli 15 vuotta. Asiakasuhde uuden vakuutusyhtiön kanssa oli haastatteluhetkellä kestänyt kahdesta kuukaudesta yhteen vuoteen. Alfassa voimassa ollut vapaaehtoinen vakuutusturva vaihteli perheiden elämäntilanteen ja vakuutustarpeen mukaisesti, mutta kaikilla oli viimeisen asiakasvuotensa aikana kodin vakuutus, vastuu- ja oikeusturvavakuutukset sekä yksi tai useampia vapaaehtoisia moottoriajoneuvovakuutuksia. Kahdeksassa talouksista oli myös henkilövakuutuksia, kahdella lemmikkieläinvakuutuksia ja yhdellä taloudella venevakuutus. Viidellä talouksista ei ollut merkintöjä korvauksista, enimmillään ilmoitettuja vahinkoja taloutta kohti oli seitsemän.¹³ Taulukkoon 2 on koottu yhteenveto haastateltavien taustatiedoista sekä heidän Alfassa viimeisen asiakassuhdevuoden aikana voimassa olleista vapaaehtoisista henkilö- ja vahinkovakuutuksista sekä yhteenveto vahinkohistoriasta vuodesta 1997 alkaen.

Taulukko 2. Yhteenveto haastateltavien taustatiedoista sekä vahinko- ja vakuutushistoriasta Alfassa.

Henkilötiedot		Asiakassuhteen kesto		Vapaaehtoiset henkilö- ja esinevakuutukset				Ilmoitetut vahingot ja maksetut korvaukset	
Sukupuoli ikä/ talouden koko	Asuinpaikka	Alfa	Uusi yhtiö	Koti, Vastuu Oikeusturva-Moottoriajoneuvo	Henkilö	Eläin	Vene	Kpl	€
Nainen 24 v/3	Etelä-Suomi	2 v	3 kk	X	X	X		4	73,37
Mies 36 v/4	Etelä-Suomi	12 v	1 v	X	X			5	350,12
Nainen 36 v/4	Länsi-Suomi	16 v	3 kk	X	X			5	307,93
Mies 38 v/3	Itä-Suomi	10 v	1 v	X	X			4	211,66
Nainen 45 v/1	Pohjois-Suomi	2 v	6 kk	X	X			-	-
Nainen 50 v/2	Etelä-Suomi	8 v	6 kk	X	X			7	3697,38
Mies 51 v/3	Länsi-Suomi	17 v	2 kk	X				-	-
Mies 52 v/2	Keski-Suomi	16 v	9 kk	X	X			-	-
Nainen 53 v/2	Länsi-Suomi	10 kk	9 kk	X		X		1	663,01
Mies 58 v/2	Pohjois-Suomi	3 v	7 kk	X	X		X	1	2039,15
Mies 73 v/2	Pohjois-Suomi	23 v	12 kk	X				-	-
Nainen 73 v/1	Keski-Suomi	10 v	6 kk	X				-	-

Tutkimusaineistoa analysoitiin puhtaaksi kirjoitettujen haastattelujen ja taulukoiden perusteella. Tutkimusaineiston käsittelystä ja analyysistä vastasi Ritva Remes. Joidenkin kysymysten analysoinnissa hän käytti lähtökohtana Roosin (1996, 1999) SPAT-menetelmään perustuvia luokituksia. Toiset kysymyksistä hän analysoi aineistolähtöisesti siten, että hän

¹³ Alfän tietojärjestelmien muutosten vuoksi vahinkohistoriatiedot olivat saatavilla vuodesta 1997 alkaen. Tätä vanhemmat vahinkotiedot olivat mukana vain, jos vahingosta oli haettu ja maksettu korvauksia vuoden 1997 jälkeen.

kirjasi vastausten yhteyteen niitä parhaiten kuvaavia ilmaisia, muotoili ilmauksista niitä kuvaavia yläluokkia ja yhdisti näihin yläluokkiin muita samankaltaisia ilmauksia. Analyysitapa vastaa lähinnä teoriasidonnaista aineiston analyysia, jossa aikaisempi tieto ja teoria ohjaavat analyysia (ks. Tuomi & Sarajärvi 2002). Remes käytti aineiston analysoinnin apuna myös määrällistä analyysia laskemalla, kuinka monta kertaa tietty asia tai ilmiö toistui haastateltavien vastauksissa. Koska laadullisen tutkimuksen tarkoitus ei ole vain selvittää ilmiötä vaan antaa siitä kiinnostava kuvaus tai käsitesisältö, mainittuja analyysitapoja hyödynnettiin ilmiöiden kuvaamisessa (vrt. Eskola & Suoranta 2000).

Analysoinnin aikana hinnan tai kilpailijan tarjouksen vuoksi sekä muiden syiden vuoksi vakuutusyhtiötä vaihtaneiden haastateltavien tutkimustuloksista alkoi muodostua kiinnostavia eroja ja yhtäläisyyksiä. Tämän seurauksena päätimme raportoida tutkimuksen kahden eri ryhmän vaihtamispolun kuvauksena ja esittää yhdistäviä ja erottavia tekijöitä ryhmien vaihtamiskäyttäytymiselle. Tämän päätöksen jälkeen Remes kävi aineiston läpi vielä kertaalleen tästä näkökulmasta, jolloin haastateltavat jaettiin kahteen eri ryhmään, hinta- ja laatu-tietoisiin. Tutkimuksen tuloksena esitetään Roosin (1999) SPAT-menetelmää soveltaen hinta- ja laatu-tietoisien ryhmiin kuuluvien vaihtopolut vakuutusympäristössä. Hinta- ja laatu-tietoiset olivat vaihtopoluilla sinä aikana, kun he miettivät vakuutusyhtiönsä vaihtamista. Heidän vaihtopolkunsä alkoivat asiakassuhteessa Alfaan, etenivät tiettyjen tapahtumien käynnistäminä ja päättyivät harkittujen vaihtamispäätösten seurauksena vakuutusyhtiön vaihtamiseen.

Vaihtopolkujen yhteydessä otetaan esille myös hinta- ja laatu-tietoisien ryhmiin kuuluvien haastateltavien taustatietoihin perustuvia ominaispiirteitä sekä tarkastellaan muita tutkimuksessa esille tulleita ryhmien vaihtamiskäyttäytymiseen vaikuttaneita tekijöitä. Tavoitteena on hahmottaa niiden eri tekijöiden kokonaisuudet, jotka saivat hintatietoiset vaihtamaan vakuutusyhtiötä uuden yhtiönsä tarjoaman edullisemmän hinnan ja laatu-tietoiset palvelupettymyksen tai tuotetarjontaan liittyneiden ongelmien vuoksi.

Hintatietoisien vaihtopolku

Hintatietoisien ryhmän muodostivat ne haastateltavat, jotka päättivät asiakassuhteensa Alfaan uuden yhtiönsä edullisempien vakuutusmaksujen perusteella. Heillä saattoi olla hinnan lisäksi myös jokin muu syy vakuutusyhtiönsä vaihtamiseen. Yhteistä hintatietoisille oli kuitenkin, että he kaikki mainitsivat hinnan joko ainoana tai yhtenä vaihtamisen syynä. Hintatietoiset muodostivat enemmistön haastateltavista (7/12).

Hintatietoisista neljä oli miehiä ja kolme naisia. He olivat perheellisiä, iältään alle 50-vuotiaita (4/7), asuivat muualla kuin Etelä-Suomessa ja olivat Alfana asiakkaina joko alle kolme vuotta tai enemmän kuin kuusitoista vuotta (6/7). Heillä oli vuodesta 1997 alkaen keskimäärin kaksi vahinkoa taloutta kohti, ja heidän kaikkien talouksille yhteensä Alfaa maksettujen korvausten keskiarvo taloutta kohti oli 188,01 euroa.

Hintatietoiset olivat valinneet Alfaa lähisukulaistensa vaikutuksesta (4/7). He asioivat Alfaa harvoin tai maksoivat vain vakuutusmaksujaan (4/7), ja asioidessaan ottivat mieluummin yhteyttä Alfaan puhelimitse (4/6). Asiakassuhteensa aikana he olivat uskollisia ja keskittivät kaikki vapaaehtoiset henkilö- ja vahinkovakuutuksensa Alfaan. He olivat myös tyytyväisiä asiakassuhteeseensa (4/7) eivätkä valittaneet saamastaan kohtelusta, jos joskus kohtasivatkin satunnaisia epäkohtia asiakassuhteensa aikana. Hintatietoisien vaihtopolun käynnisti kilpailevan yhtiön tarjous eli vaikuttava triggeri (4/7). He tekivät vaihtamispäätöksensä nopeasti, ja heidän vaihtopolkunsa oli lyhyt (6/7). Tätä edesauttoi se, ettei heidän vaihtopolullaan juurikaan esiintynyt vaihtamista pitkittäneitä tekijöitä eli positiivisia heilureita (5/7).

Hintatietoisien enemmistö valitsi uudeksi vakuutusyhtiökseen melko tasapuolisesti kolme eri vakuutusyhtiötä, ja useimmille heistä (4/7) tämä vakuutusyhtiön vaihto oli ensimmäinen. Vähintään yhtenä uuden yhtiönsä valintaperusteena kaikki hintatietoiset ottivat esille vakuutusten hinnoittelun liittyvät asiat, ja he tekivät itse aloitteen vakuutustensa kilpailuttamisesta (4/7). Heidän vakuutusturvansa jatkui myös uudessa yhtiössä samanlaisena kuin Alfaa (5/7). Uudesta yhtiöstään hintatietoiset saivat tietoa uuden yhtiön omien kanavien kautta (6/7), eivätkä he vertailleet muita yhtiöitä vaihtamisensa yhteydessä (5/7). Hintatietoisien mielestä myöskään minkään muun yhtiön kuin uuden yhtiön toimenpiteet, tai muut Alfaa ulkopuoliset tekijät ja toimet, eivät vaikuttaneet heidän vaihtamispäätöksiinsä (6/7). He eivät pystyneet kuvaamaan, mikä heidän nykyisessä yhtiössään olisi paremmin Alfaan verrattua tai päinvastoin (5/7).

Hintatietoiset olivat joskus aiemminkin vertailleet eri vakuutusyhtiöitä (4/7), ja nyt tapahtuneen vaihtonsa innoittamina he totesivat vaihtavansa tai saattavansa vaihtaa yhtiötään myös tulevaisuudessa herkemmin kuin ennen (6/7). He kaikki olivat kuitenkin vielä asiakkaina siinä yhtiössä, johon Alfaa siirtyivät. Hintatietoiset olivat myös valmiita palaamaan takaisin Alfaa asiakkaiksi (5/7). Enemmistö mahdollisista palaajista (3/5) otti esille paluunsa yhtenä ehtona edullisemmat vakuutusmaksut. Hyvää vakuutuspalvelua arvioidessaan hintatietoiset ottivat tasapuolisesti esille toimivan vahinkopalvelun (3/7) ja muita hyvän palvelun tunnusmerkkejä (3/7). Tärkein näistä oli kuitenkin toimiva vahinkopalvelu (4/7). Huonona vakuutuspalveluna he sen sijaan pitivät ongelmia vahinkopalvelussa (5/7).

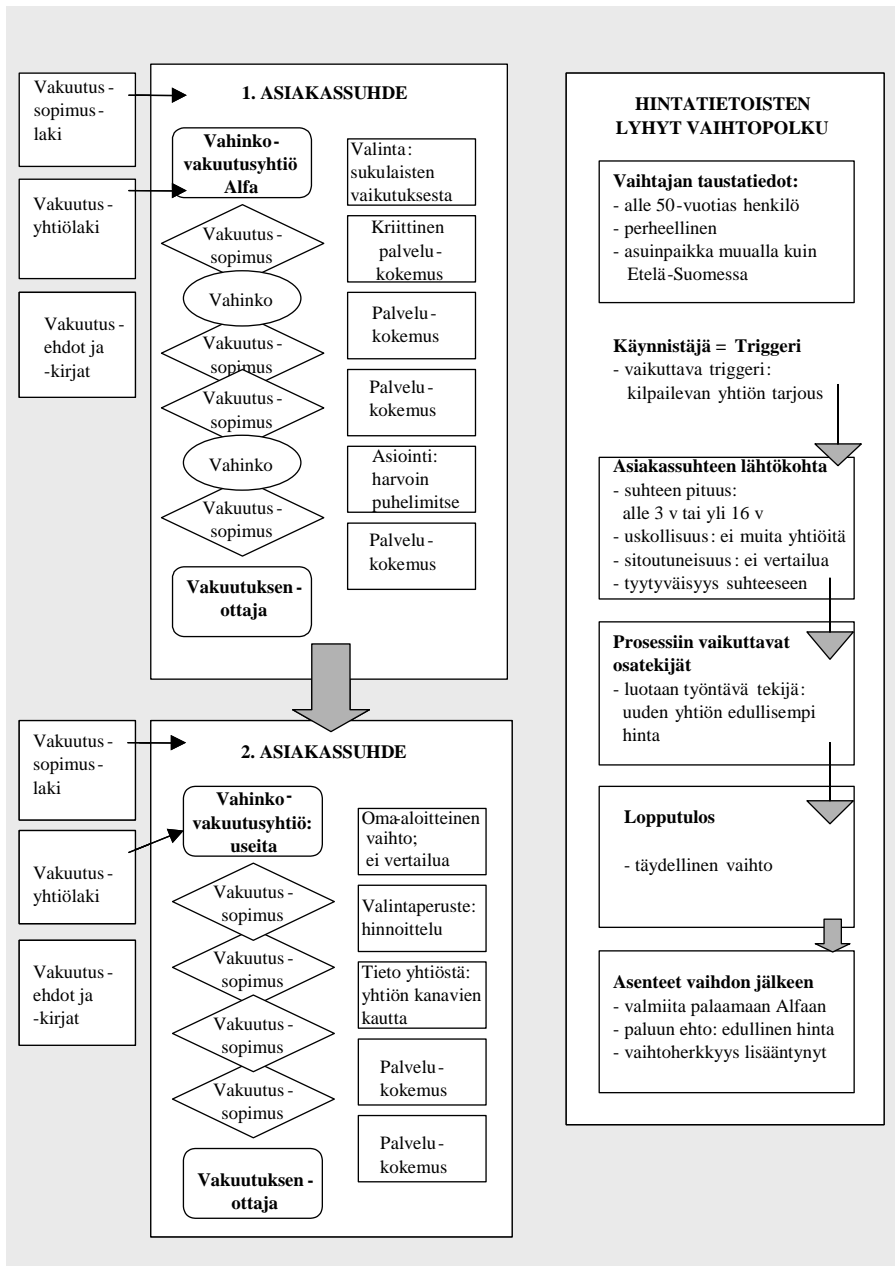
Yhteenvedon voidaan todeta, että hintatietoiset olivat tehneet vaihtonsa nopeasti. He aloittivat vaihtopolkunsu kilpailevan yhtiön edullisemman tarjouksen perusteella, ja uuden yhtiön edullisempi hinta oli heille tärkeä uuden yhtiön valintaperuste. Vaikka he olivat uskollisia ja tyytyväisiä asiakassuhteessaan Alfaan kanssa, he vaihtoivat yhtiötään. He olivat myös valmiita siirtymään joko takaisin Alfaan tai johonkin muuhun yhtiöön, mikäli saisivat vakuutuksensa edullisemmin. Vaikka he pitivät hyvän vakuutuspalvelun tunnusmerkkinä toimivaa vahinkopalvelua, se ei todennäköisesti yksinään estäisi heitä vaihtamasta yhtiötä uudelleen.

Keino, jolla uusi yhtiö saattaisi saada näistä hintatietoisista pitkäaikaisia asiakkaitaan, näyttäisi liittyvän henkilökohtaisemman siten luomiseen heitä kohtaan. Sen sijaan, että kilpailevan yhtiön yhteydenotto tulee saamaan hintatietoiset uudelle vaihtopolulle, nykyisen yhtiön kannattaisi pitää heihin aktiivisesti yhteyttä. Näin hintatietoisille muodostuisi kiinteämpi ja henkilökohtaisempi side yhtiötä kohtaan ja ennen kaikkea tunne siitä, että heidän vakuutusturvansa on järjestetty kattavasti ja taloudellisesti. Kuvassa 2 on esitetty tutkimustulosten perusteella syntynyt hintatietoisien vaihtopolku. Vaihtopolussa ovat mukana myös yksityisasiakkaan vaihtamiskäyttäytymiseen vakuutusympäristössä olennaisesti vaikuttavat vakuutusyhtiölaki, vakuutusopimuslaki sekä vakuutusehdot ja -kirjat, vaikka ne tulivat vain satunnaisesti esille haastattelujen aikana.

Laatutietoisien vaihtopolku

Laatutietoisien ryhmän muodostivat ne haastateltavat, jotka päättivät asiakassuhteensa Alfaan suhteessa kokemiensa palvelupettymysten tai Alfaan tuotetarjontaan liittyneiden ongelmien vuoksi. Laatutietoiset muodostivat vähemmistön haastateltavista (5/12). Heistä kolme teki vaihtonsa palvelupettymysten ja kaksi tuotetarjontaan liittyneiden ongelmien vuoksi.

Laatutietoisista kolme oli naisia ja kaksi miehiä. He olivat iältään yli 50-vuotiaita ja asuivat korkeintaan kahden hengen talouksissa (4/5). Kaksi laatutietoisista asui Etelä-Suomessa ja muut kolme eri puolella Suomea. Heidän asiakassuhteensa kestivät Alfassa 8–12 vuotta (3/5). Heillä oli vuodesta 1997 alkaen keskimäärin 2,6 vahinkoa taloutta kohti, ja heidän kaikkien talouksille yhteensä Alfasta maksettujen korvausten keskiarvo taloutta kohti oli 362,35 euroa.



Kuva 2. Hintatietoisten vaihtopolku.

Laatutietoiset valitsivat Alfian vakuutusyhtiökseen monien erilaisten syiden vuoksi (3/5). Useimmat laatutietoiset asioivat Alfassa muutoinkin kuin laskuja maksamalla (3/5), ja kaikki asioivat useammin kuin kerran vuodessa henkilökohtaisesti Alfian palvelutoimistossa (3/3). Asiakassuhteensa aikana he olivat uskollisia ja keskittivät kaikki vapaaehtoiset henkilö- ja vahinkovakuutuksensa Alfaan. He olivat myös tyytyväisiä asiakassuhteeseensa (4/5) eivätkä valittaneet saamastaan kohtelusta, vaikka havaitsivat satunnaisia epäkohtia asiakassuhteensa aikana. Laatutietoisien vaihtopolun käynnisti elämäntilanteiden muutoksiin tai uusiin investointeihin liittynyt tilanne-triggeri (3/5). Laatutietoisien päätöksiä hidastivat vaihtopolulla esiintyneet vaihtamista pitkittäneet tekijät eli positiiviset heilurit (3/5). Positiivisista heilureista huolimatta heidän vaihtopolkunsu oli kuitenkin suhteellisen lyhyt (3/5).

Kaikki laatutietoiset valitsivat eri vakuutusyhtiön uudeksi yhtiökseen, ja useimmille heistä tämä vakuutusyhtiön vaihto oli ensimmäinen (3/5). Vähintään yhtenä uuden yhtiönsä valintaperusteena laatutietoiset ottivat esille vakuutusten hinnoitteluun liittyvät asiat, ja he tekivät itse aloitteen vakuutustensa kilpailuttamisesta (4/5). Heidän vakuutusturvansa jatkui myös uudessa yhtiössä samanlaisena kuin Alfassa (3/5). Kaikki laatutietoiset saivat tietoa uudesta yhtiöstään yhtiön omien kanavien kautta, eivätkä he vertailleet muita yhtiöitä vaihtamisensa yhteydessä (4/5). Kenenkään laatutietoisesta mielestä minkään muun yhtiön kuin uuden yhtiön toimenpiteet, tai muut Alfian ulkopuoliset tekijät ja toimet, eivät vaikuttaneet heidän vaihtamis päätöksiinsä. He eivät pystyneet kuvaamaan, mikä heidän nykyisessä yhtiössään olisi paremmin Alfaan verrattua (4/5) tai päinvastoin (5/5).

Laatutietoiset eivät olleet aiemmin vertailleet eri vakuutusyhtiöitä eivätkä myöskään nykyään vaihtaisi yhtiötään herkemmin kuin ennen (3/5). Kaikki laatutietoiset olivat myös pysyneet sen yhtiön asiakkaina, johon Alfasta siirtyivät. He eivät olleet valmiita palaamaan Alfian asiakkaiksi tai eivät osanneet ottaa kantaa mahdolliseen palaamiseensa (3/5). Hyvänä vakuutuspalveluna laatutietoiset pitivät toimivaa vahinkopalvelua (2/4). Huonon vakuutuspalvelun tunnusmerkkinä he ottivat kaikki esille muita kuin vahinkopalveluun liittyviä tekijöitä. Tärkeimpänä vakuutusyhtiön palveluna laatutietoiset painottivat tasapuolisesti toimivaa vahinkopalvelua (2/4) ja muita hyvän palvelun tunnusmerkkejä (2/4).

Yhteenvedon voidaan todeta, että laatutietoiset olivat tehneet vaihtonsa suhteellisen nopeasti. He aloittivat vaihtopolkunsu elämäntilanteen muutoksen tai uuden investoinnin vuoksi, ja uuden yhtiön edullisempi hinta oli heille tärkeä uuden yhtiön valintaperuste. Vaikka laatutietoiset olivat uskollisia ja tyytyväisiä asiakassuhteessaan Alfian kanssa, he vaihtoivat yhtiötään. Hyvän vakuutuspalvelun tunnusmerkkinä laatutietoiset pitivät toimivan vahinkopalvelun lisäksi kokonaisvaltaista hyvää va-

kuutuspalvelua. He eivät olleet aikaisemmin vaihtaneet yhtiötä helposti, eivätkä todennäköisesti tule tekemään sitä tulevaisuudessakaan. He tulevatkin todennäköisesti muodostamaan pitkäaikaisen asiakassuhteen uuden yhtiönsä kanssa. Näyttäisi siltä, että tapa, jolla uusi yhtiö voi varmistaa tämän, on kokonaisvaltaisen ja asiakaslähtöisesti toimivan vakuutuspalvelun tarjoaminen laatutietoisille.

Laatutietoisien vaihtopolku on perusasetelmaltaan hyvin samanlainen kuin hintatietoisien (ks. kuva 2). Eroja löytyy ainoastaan vaihtajan taustatiedoista, asiakassuhteen pituudesta, prosessiin vaikuttavista tekijöistä sekä asenteista vaihdon jälkeen. Laatutietoiset ovat vanhempia (>50-vuotiaita) kuin hintatietoiset ja asuvat kahden hengen talouksissa Etelä-Suomessa. Heidän asiakassuhteensa Alfaan kesti 8–12 vuotta, kun taas hintatietoiset edustivat suhteellisen lyhytaikaisia (<3 vuotta) tai hyvin pitkäaikaisia (>16 vuotta) asiakkuuksia. Prosessin vaikuttavista tekijöistä laatutietoisilla nousi keskeisiksi palvelupettymys tai tuotetarjontaan liittyvä ongelma, kun taas hintatietoisilla keskeinen tekijä oli edullisempi hinta. Molempien ryhmien lopputuloksena on täydellinen vaihto, mutta asenteet vaihdon jälkeen ovat erilaiset: laatutietoiset eivät joko halua ottaa kantaa mahdolliseen paluuseen Alfaan asiakkaaksi tai eivät kuvittele paluuta edes mahdolliseksi, kun taas hintatietoiset hyvinkin saattavat palata Alfaan riittävän edullisen tarjouksen seurauksena. Laatutietoisien vaihtoherkkyys ei lisääntynyt vaihtopolun aikana, kun taas hintatietoisien lisääntyi. Muutoin molempien ryhmien vaihtoprosessit ovat täysin samankaltaiset ja eri vaiheet esiintyvät samassa järjestyksessä (ks. tarkemmin Remes 2004).

Loppupäätelmät

Artikkelissa sovellettiin Roosin (1999) kehittämää kuluttajien vaihtokäyttäytymismallia vakuutusympäristöön. Tutkimuksen tuloksena syntyi kaksi vaihtopolkua: hintatietoisien vaihtopolku ja laatutietoisien vaihtopolku. Hintatietoiset vaihtoivat yhtiötä edullisempien vakuutusmaksujen ja laatutietoiset palvelupettymyksen tai tuotetarjontaan liittyvien ongelmien perusteella. Laatutietoisien vaihto käynnistyi myös elämänmuutosten ja sitä seuranneiden vakuutustarpeiden muutosten seurauksena. Useimmat kuluttajat tekivät itse aloitteen vakuutustensa siirrosta ja vakuutusten vertailu vaihdon yhteydessä eri yhtiöiden kesken ei ollut niin tavallista kuin etukäteen oletimme, vaan yleisesti vakuutuksia verrattiin vain vanhan ja uuden yhtiön tarjousten kesken.

Hinta- ja laatutietoiset vaihtajat käyttävät erilaista asiointitapaa. Hintatietoiset asioivat mieluiten puhelimitse ja heille sattui keskimäärin vähemmän vahinkoja kuin laatutietoisille. Laatutietoiset puolestaan kävi-

vät mieluiten henkilökohtaisesti Alfan konttorissa ja asioivat vakuutusyhtiönsä kanssa hintatietoisia useammin.

Yleisestä asiakassuhteen aikaisesta tyytyväisyydestä huolimatta nämä kuluttajat olivat valmiita vaihtamaan vakuutusyhtiötä. Tämä vahvistaa aikaisempien tutkimusten tuloksia (mm. Storbacka 1994), joissa todetaan, että tyytyväinen asiakas ei välttämättä ole pysyvä asiakas. Niinpä vakuutusyhtiöiden olisikin syytä tutkia myös niitä seikkoja, jotka vaikuttavat myönteisesti asiakaspysyvyyteen.

Vaihdon jälkeisten kokemusten perusteella suurin osa tutkimuksen kuluttajista voisi harkita paluuta takaisin Alfan asiakkaaksi. Tulevaa vaihtokäyttäytymistä arvioitaessa kuluttajat jakautuivat kolmeen ryhmään: 1) aikaisempaa herkemmin vakuutusyhtiötä vaihtaviin, 2) mahdollisesti vakuutusyhtiötä vaihtaviin ja 3) vähemmän herkkiin vakuutusyhtiön vaihtajiin. Tutkimuksen perusteella hintatietoiset ovat herkempiä vaihtajia kuin laatutietoiset.

Vakuutusyhtiöiden toiminnassa on vielä kehittämistä. Yksi vaihdon syy voi olla vakuutusehtojen kattavuuden muutokset tai että vakuutusta ei myönnetä tai se myönnetään rajoitettuna. Edelleen (ks. Järvinen 1998) korvauspalvelu on avainasemassa asiakkuuden jatkuvuuden turvaajana kuten eräs haastateltu toteaaakin:

"Se tietysti jos jotain sattuu, niin ne korvaukset, ettei niistä tartteis ruveta sitte tappelemaan, että ne on tosiaan reiluja ja rehtiä. Se on se yks tärkein asia. Ja tietysti sitte on nuo vakuutusmaksut, että ne olis kohtuulliset. Vakuutusyhtiöthän on aina niin helevetin suuria rahanomistajia, että kuinka ne niitä käyttää ja sijoittelee, että sekin vaihtelee tietysti."

Lähteet

- Arantola H (2000) *Buying Loyalty or Buying Commitment? An empirical study of customer loyalty programs*. Dissertation. Swedish School of Economics and Business Administration Research reports 51. Helsinki.
- Bejou D, Palmer A (1998) *Service Failure and Loyalty: an exploratory empirical study of airline customers*. *The Journal of Services Marketing* 12 (1) 7–22.
- Eskola J, Suoranta J (2000) *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Vastapaino. Tampere.
- Gabriano E, Johnson M (1999) *The Different Roles of Satisfaction, Trust and Commitment in Customer Relationships*. *Journal of Marketing* 63 (2) 70–87.
- Ganesh J, Arnold M, Reynolds K (2000) *Understanding the Customer Base of Service Providers: An Examination of the Difference Between Switchers and Stayers*. *Journal of Marketing* 64 (3) 65–87.

- Hirsjärvi S, Remes P, Sajavaara P (2001) Tutki ja kirjoita. 6.–7. painos. Tammavuoren kirjapaino. Vantaa.
- Hocutt MA (1998) Relationship Dissolution Model: antecedents of relationship commitment and the likelihood of dissolving a relationship. *International Journal of Service Industry Management* 9 (2) 189–200.
- Häyhä J (1996) Sopimus, laki ja vakuutustoiminta. Suomalaisen lakimiesyhdistyksen julkaisuja A/208. Gummerus. Jyväskylä.
- Järvinen R (1998) Service Channel Relationships. The Dyadic Relationships between Service Producers and Service Intermediaries. *Acta Universitatis Tamperensis* 625. Vammalan Kirjapaino. Vammala.
- Keaveney S (1995) Customer Switching Behaviour in Service Industries. An Exploratory Study. *Journal of Marketing* 59 (2) 71–82.
- Michalski S (2001) Relationship Dissolution. A Theoretical and Empirical Study of Customer Switching and Customer Reactivation Process in the Banking Industry. Summary of doctoral dissertation. University of Basel.
- Mittal B, Lassar W (1998) Why do customers switch? The dynamics of satisfaction versus loyalty. *Journal of Services Marketing* 12 (3) 174–194.
- Nordman C (2002) Determinants of Switching Behaviour – Findings from the Retail Banking Sector. Center for Relationship Marketing and Service Management. Swedish School of Economics and Business Administration.
- Nordman C (2004) Understanding Customer Loyalty and Disloyalty – The Effect of Loyalty-Supporting and -Repressing Factors. Dissertation. Publications of the Swedish School of Economics and Business Administration 125. Helsinki.
- Oliver R (1999) Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing*. 36 SP1 (1) 33–44.
- Ranaweera C, Prabhu J (2003) The influence of satisfaction, trust and switching barriers on customer retention in a continuous purchasing setting. *International Journal of Service Industry Management* 14 (3/4, 2003) 374– 395.
- Remes R (2004) Näkökulmia yksityisasiakkaan vaihtamiskäyttäytymiseen. Pro gradu -tutkielma, Vakuutustiede. Tampereen yliopisto.
- Roos I (1996) Customer Switching Behaviour in Retailing. Working papers 327. Swedish School of Economics and Business Administration. Helsinki.
- Roos I (1999) Switching Paths in Customer Behaviour in Customer Relationships. Dissertation. Publications of the Swedish School of Economics and Business Administration 78. Helsinki.
- Roos I, Gustafsson A, Edvardsson B (2004) The Role of Customer Clubs in Recent Telecom Relationships, Quality In Services (Quis 9): The Ninth International Research Symposium on Service Quality, 15.–18.7.2004. Sweden.
- Roos I, Edvardsson B, Gustafsson A (2004) Customer Switching Patterns in Competitive and Noncompetitive Service industries. *Journal of Service Research* 6 (3) 256–271.

- Roos I, Strandvik T (1996) Diagnosing the Termination of Customer Relationship. Swedish School of Economics and Business Administration Working papers 335. Helsinki.
- Stewart K (1998) The Customer Exit Process – A Review and Research Agenda. *Journal of Marketing Management* 14 (4) 235–250.
- Storbacka K (1994) The Nature of Customer Relationship Profitability. Analysis of Relationships and Customer Bases in Retail Banking. Dissertation. Publications of the Swedish School of Economics and Business Administration 55. Helsinki.
- Tuomi J, Sarajärvi A (2002) Laadullinen tutkimus ja sisällön analyysi. Gummerus. Jyväskylä.
- Tähtinen J (2001) The Dissolution Process of a Business Relationship. A case study from tailored software business. Dissertation. Oulu University Press. Oulu.
- Vakuutusopimuslaki 28.6.1994/543
- Vakuutusyhtiölaki 28.12.1979/1062



KULUTUS NUORTEN VELKAANTUMISEN TAUSTALLA?

Anna-Riitta Lehtinen, Liisa Peura-Kapanen

Johdanto

Kulutussyhteiskunnassa yksi suurimpia ongelmia nuorilla on rajallisten kulutusresurssien ja lähes rajattoman tarjonnan välinen ristiriita (Wilska & Virtanen 2002, 102). Lisäksi kulutuksen jokapäiväiset nautinnot ovat muuttuneet itsestäänselvyyksiksi ja rutiinikulutukseksi (Autio & Heinonen 2002, 224). Nuoret tasapainoilevat ja tekevät valintoja kulutuksessaan niukoilla resursseilla opiskelun, osa-aikaisten työsuhteiden ja epä-säännöllisten tulojen vuoksi. Samanikäisten nuorten taloudellinen tilanne ja kulutus voivat poiketa huomattavasti. (Wilska & Eresmaa 2003). Muihin ikäluokkiin verrattuna nuorten tulot ovat yleensä pienet, mutta menot kuitenkin huomattavat. Paitsi pienet tulot myös työttömyys, opintolainan ja/tai opintotuen saaminen sekä perhesuhteet tai niiden vakiintumattomuus ovat aikuistuvilla nuorille ongelmallisia, ja niillä on suuri vaikutus kulutuskäyttäytymiseen.

Nuorten maksumoraali on ollut varsin hyvä. Maksuhäiriöiden määrä on kuitenkin jonkin verran noussut ja viime aikoina on ollut havaittavissa merkkejä nuorten maksumoraalin heikentymisestä, muun muassa kännykkälaskujen hoitamattomuuden vuoksi. Vuonna 2003 maksuhäiriömerkintöjä oli 11,8 prosentilla 18–24-vuotiaista ja 10,8 prosentilla 25–29-vuotiaista nuorista (Halonen 2004, 38).

Aiempien tutkimusten mukaan nuoret suhtautuvat luoton ottamiseen melko penseästi (Saarinen 2001, Koljonen 2002, Halonen 2004). Suhtautuminen vaihtelee kuitenkin luoton kohteen mukaan. Esimerkiksi asuntolainaa pidetään varsin luonnollisena asiana. Myös auto nähdään lähes välttämättömyyshyödykkeenä, johon merkittävä osa, 60–69

prosenttia eri-ikäisistä nuorista on valmis ottamaan luottoa. Kulutusluoton ottamiseen muihin tarkoituksiin nuorten enemmistö suhtautuu sen sijaan kielteisesti. (Koljonen 2002, 65.)

Nuorten ylivelkaantumiseen on todettu olevan monia syitä (esim. Koljonen 2002, 30, Koljonen & Römer-Paakkanen 2000, 9–13). Velkaantuminen on johtunut muun muassa tulotason pienenemisestä esimerkiksi avioeron tai työttömyyden seurauksena. Velkaantumisen taustalla ovat tutkimusten mukaan myös lainojen takaukset, taitamattomuus hoitaa raha-asioita tai yksinkertaisesti liian suuri kulutus tuloihin nähden. Tähän liittyy Koljosen (2002, 84) mukaan sekin, että nuorilta puuttuu tietoa laskujen maksamatta jättämisen seurauksista. Myös Autio ja Heinonen (2002, 224) toteavat nuorten velkaantumisessa havaittavan ’uusavuttomuuden’ piirteitä. Heidän mukaansa syyt velkaantumiseen varsinkin nuorilla ovat nykyisin kulutuskäyttäytymisessä. Toisaalta Saarinen (2001, 80) päätyy tutkimuksessaan tulokseen, että nuorten kulutuskäyttäytymisellä ja velkaantumisella ei ole suoranaista yhteyttä.

Nuoria koskevissa tutkimuksissa ongelmana on kokonais kuvan puuttuminen. Nuorten asema yhteiskunnassa on monimuotoinen, sillä nuoret jakautuvat useisiin eri ’tiloihin’ ja liikkuvat näiden ’tilojen’ välillä (Hämäläinen 2004). Tämä tarkoittaa sitä, että nuorten tuloja, toimeentuloa ja sen rakennetta on vaikea hahmottaa. Kokonaiskuvaa hämärtävät esimerkiksi nuorten aseman tulkitseminen opiskeluaikaisessa työssäkäynnissä ja sen määrittelyssä.

Aiemmat tutkimukset antavat joitakin selityksiä nuorten velkaantumiselle ja toisaalta sille, miksi nuori ei velkaannu. Kulutuksen osuudesta velkaantumisen taustalla aiemmat tutkimukset antavat lähinnä viitteitä. Tavoitteenamme on tuoda lisäymmärrystä tähän kysymykseen. Etsimme tässä artikkelissamme maksuongelmiin joutuneiden taustalla löytyviä tekijöitä ja myös niitä tekijöitä, että näin ei ole käynyt. Mieleissämme on muun muassa seuraavia kysymyksiä:

- Miten nuoret puhuvat kulutuksestaan?
- Miten nuoret puhuvat talousasioiden tietämyksestään ja raha-asioiden hoidosta?

Selviytyjät ja maksuongelmaiset

Artikkelimme perustuu kahteen, eri tutkimuksia varten koottuun laadulliseen tutkimusaineistoon. Liisa Peura-Kapasen (2005) tutkimuksessa selvitettiin kuluttajien rahatalouden hoidon käytäntöjä ja niiden yhteyttä rahatalouden hallintaan. Tutkimuksen aineisto koottiin ryhmäkeskusteluilla, joihin osallistui nuoria aikuisia: toisessa keskustelussa oli mukana varusmiehiä, toisessa pääkaupunkiseudulla asuvia ’sinkkuja’ Kuluttaja-

tutkimuskeskuksen kuluttajapaneelista. Yhteensä ryhmäkeskusteluihin osallistui 14 nuorta. Mukana oli työssäkäyviä ja opiskelevia nuoria. Osalla nuorista oli velkoja, osalla ei. Velkaa ottaneet nuoret olivat kuitenkin selviytyneet luottojen lyhennyksistä. Tässä artikkelissa ko. joukosta puhutaan 'selviytyjinä'.

Toinen aineisto koostuu Kuluttajatutkimuskeskuksen koordinoiman pohjoismaisen tutkimuksen haastatteluaineistosta, joka kerättiin vuonna 2003 Tanskasta, Islannista, Norjasta ja Suomesta. Tutkimusta varten haastateltiin 28 ikäryhmiin 18–30 kuuluvaa nuorta. Haastateltavat hankittiin convenience sample -otannalla. Anna-Riitta Lehtisen ja Johanna Leskisen (2005) tutkimuksen tavoitteena oli selvittää nuorten luotto-perusteisten elämäntyylien ja syntyneiden maksuvaikkeuksien yhteyttä.

Haastatelluilla pohjoismaisilla nuorilla on ollut oman kokemuksensa mukaan maksuvaikkeuksia ja he ovat joutuneet neuvottelemaan myös ulkopuolisen perintätahon kanssa. Haastateltujen nuorten velkaantuminen on tapahtunut noin 20. ikävuoden tienoilla. Velkaantumisajanjakso on kestänyt pari vuotta, jonka jälkeen asioita on lykätty pitkiäkin aikoja. Ongelmavyhtien selvittely on aloitettu äskettäin. Nuorten velat koostuvat korttiluotoista, opintolainoista, pankkilainoista ja tilinylityksistä. Miltei kaikki haastatellut nuoret ovat mukana työelämässä joko kokopäiväisesti tai osa-aikaisesti opiskelujen ohessa. Artikkelissa näistä nuorista puhutaan 'maksuongelmaisina' (MO).

On siis huomioitava, että tutkimukset poikkeavat kysymyksenasetteluiltaan toisistaan eikä tuloksista siten voida vetää suoraan johtopäätöksiä. Molemmista aineistoista löytyy kuitenkin yhteisiä teemoja, jotka valaisevat nuorten kulutusta, rahatalouden hallintaa ja näkemyksiä velkaantumisesta.

Huolettomuutta ja kontrollia

Kulutuksesta puhuminen nousee keskeiseen asemaan molemmissa aineistoissa, niin osana velkaantumista kuin raha-asioiden pitämisessä hallinnassa. Helposti saattaisi ajatella, että kuka tahansa nuori voisi joutua maksuongelmiin, kun kuuntelee heidän puhuvan kulutuksestaan. Tarkastelemme seuraavassa sitä, miten selviytyjät ja maksuongelmiin joutuneet puhuvat kulutustavoistaan, raha-asioidensa hoitamisesta ja lähipiirin vaikutuksesta nuorten kulutukseen.

Selviytyneiden puheessa nousee esille halu nauttia elämästä ja kuluttaa – siitä huolimatta, että rahaa on vähän ja että nauttinnoista on välillä luovuttava. Nauttiminen tarkoittaa nimenomaan rahojen käyttöä vapaa-ajan viettoon, harrastuksiin ja niihin liittyviin ostoksiin. Toisaalta kulutukseen liittyy monilla nuorilla myös periaatteellisia ja ideologisia piirteitä:

on asioita, joista ei haluta tinkiä, kuten tupakka tai luomuvalmisteiden käyttäminen. Elämää leimaa lyhytjänteisyys, jossa toimitaan pitkälti 'kädestä suuhun'. Silloin kun rahaa on, sen käyttöä ei juurikaan mietitä vaan eletään huolettomasti, päivä kerrallaan.

'Raha polttaa taskussa' merkitsee välillä myös ylilyöntejä. Rahat voivat olla loppukuusta vähissä tai tyystin loppu; elämä on 'kituuttamista.' Harvinaisia eivät ole myöskään tilanteet, että rahaa ei ole aina edes monipuoliseen ruokaan, vaan on elettävä puuroilla tai muilla halvoilla elintarvikkeilla. Selviytyjät ovat kuitenkin sitä mieltä, että vähienkin rahojen on 'pakko riittää'. Vaikka tulot tai opintotuki eivät ole riittävät ylläpitämään haluttua kulutustasoa, silti pärjätään.

Tiukka elämä ja menojen pitäminen kurissa aika ajoin on luonnollista, koska siihen on tottunut. Kulutustapojen muuttaminen, säästäminen, on tietyssä tilanteessa selvää ja lähinnä 'asennekysymys'. Nuoret tietävät myös, mistä menoja voisi karsia. Mielihaluista ja nautinnoista huolimatta tulee siis esille itsekuri ja sopeutuminen kuluttamaan loppujen lopuksi vain sen verran, mihin käytettävissä olevat rahat riittävät. Myös Wilskan ja Eresmaan (2003, 110) tutkimuksessa tulee esille, että nuoret elävät tai kykenevät elämään taloudellisesti, jos heidän on pakko. Selviytyjistä erityisesti varusmiehet ovat joutuneet pakostakin luopumaan totutusta kulutustasostaan. Varusmies aika on merkinnyt tinkimistä vaatteista, levyistä, ulkona syömisestä ja juhlimisesta, auton käytöstä, lehtitilauksista ja harrastuksista. Menojen karsinta on samantyyppistä opiskelijoilla ja työssäkävillä.

Kun selviytyjät kuvaavat kulutustaan lähinnä rahankäyttönä ja pärjäämisenä käytettävissä olevilla tuloilla, maksuongelmaiset nuoret puhuvat 'omasta kulutuksesta ja omasta elämäntyylisestä'. Oma kulutus sisältää vapaa-aikaan, viihteeseen (elokuvat, videot, musiikki, klubit), juhlimiseen ja matkustukseen liittyviä menoja. Oma elämäntyylirakentuu niistä asioista, joita he arvostavat kulutuksessa. Nämä nuoret puhuvat selkeästi elämäntyylisestä ja sitä kuvataan sanoilla 'minun elämäntyylini', 'tietty' tai 'kallis elämäntyylillä'. Nuoret korostavat, että sellaisen elämäntavan viettäjiä on muitakin. Kulutuksella haetaan parempaa ja huolettomampaa elämää ilman raha-asioista huolehtimista. Sellaiseen elämään sisältyy haluttavien asioiden impulsiivinen hankkiminen ja impulsiivisuus on kaikenkattava syy selittämään omaa käytöstä. Nuoret eivät puhu tarpeista vaan ennemminkin siitä, miten halusta muodostuu tarve saada jotain. Ratkaisuna rahahuolille on ollut kulutusluoton hankkiminen. Kiintoisa seikka on se, että monet näistä nuorista ovat velkaantuneet eniten juuri sinä ajanjaksona, jona he ovat ansainneet työssään eniten, toisin sanoen ansiot 'on pantu liukkaasti liikkeelle'.

Pohjoismaisen tutkimuksen nuorten kulutus-, velkaantumis- ja selviytymispuheen perusteella on muodostettu kolme elämäntyyliä.

Nuoret ovat käyttäneet kulutusluottoa mukavan elämäntyylin ylläpitämiseen (easy-living, pleasure seeking), sijoitusmielessä (risk investing) sekä välttämättömien menojen kattamiseen (rambling). Easy-living, pleasure seeking -elämäntyyliin korostuu kulutuksen nautinnollisuus. Elämäntyylin perustana on ollut kiihkeä kuluttaminen, jonka ovat mahdollistaneet lukuisat korttiluotot. Kulutuksen kautta on saatu materiaalia ohella elämyksiä ja helpompaa elämää ilman rahahuolia. Kaveripiiri on vaikuttanut eniten tämän elämäntyylin nuorten kuluttamiseen. Tehdyt kulutusvalinnat ovat vahvistaneet nuorten yksilöllisyyttä ja he kokevat olevansa enemmän yksilöitä (vrt. Bauman 2003, 255).

Risk investing -elämäntyylin nuoret ovat tehneet erilaisia sijoituksia hankkimalla mm. osakkeita ja koulutusta, joista he hyötyvät tulevaisuudessa. Tässä elämäntyyliin nuoret ovat hankkineet muita nuoria useammin hintavia tavaroita. Hankintoihin on liittynyt laskelmointia, ehkä harkintaa. Kokeilunhalu niin sijoituksissa kuin työelämässä on luonteenomaista, 'pitää kokeilla jotain uutta'. Velkaantuminen ei ole vaikuttanut ratkaisevasti risk investing -elämäntyylin nuorten elämään, sillä elämäntilanne on muuttunut olosuhteiden pakosta ja se taas on tapahtunut otettujen riskien seurauksena.

Rambling-elämäntyyliin kuuluvat nuoret ovat käyttäneet kulutusluottoja selvittääkseen arkipäivästä. Luotot ovat olleet mahdollisuus hankkia jotakin sellaista, johon ei olisi ollut pienten tulojen vuoksi muuten varaa (mm. pesukone, jääkaappi, kirjahylly). Tyypillistä on, että suhteellisen pienillä ostoilla on saatu aikaan suuret velat. Heillä on ollut alusta saakka kaikkein pienimmät resurssit hoitaa velkojaan. Rambling-elämäntyylin nuorilta puuttuu koulutus samoin selkeä päämäärä elämässä verrattuna muihin nuoriin. Kulutusta kuvaa suunnittelemattomuus ja holtittomuus pienillä resursseilla.

Miksi, miksi ei kulutusluottoa?

Selviytyjiä ja maksuongelmaisia erottava tekijä on ymmärrettävästi luoton käyttö ja siihen suhtautuminen. Selviytyjien suhtautuminen varsinkin kulutusluottoihin on, kuten nuorten enemmistöllä, melko kielteinen. Osalla nuoria on ollut aiemmin tai on tälläkin hetkellä kulutusluottoa. Aiemmin kulutusluottoa ottaneiden puheessa tulee jopa ilmi suhtautumisen luottoihin muuttuminen kielteiseksi luoton lyhennyksessä koettujen vaikeuksien vuoksi. Kulutusluoton ottaminen ilmentämään tiettyä elämäntyyliä tulee esille ehkä siten, että joillakin nuorilla auton omistamisen tärkeys on ollut kiihkeä ottaa lainaa. Kaikilla luottoa ottaneilla nuorilla on ollut vaikeuksia luoton lyhennyksissä, mutta niiden hoitaminen koetaan tärkeäksi.

Kielteinen suhtautuminen kulutusluottoihin tulee myös esille luottojen markkinointiin kohdistuvana kritiikkinä. Monet selviytyjistä puhuvat, että kulutusluotot eivät koske heitä itseään, vaan on tarkoitettu muille. Erityisesti kulutusluottojen korkeat korot ovat niin ikään tiedossa. Omalla kohdalla kulutusluottoja halutaan välttää, mikäli vain mahdollista. Seuraavat kommentit ovat nuorten kuluttajanelistien ryhmäkeskustelusta:

K: No entäs kulutusluotot, miltä ne kuulostaa?

V1: Joo, kyllä kulutusluotto on melkein kirosana mulle, että ei ole omakohtaista kokemusta, mutta jotenkin julkisuudessa ne on leimautunut tämmösiksi maksuhäiriöiden aiheuttajiksi..., niin tuota houkutellaan ottamaan.

V2: Niin että vähän vaikuttaa sillei, että niitä pyritään markkinoimaan sellasille, joka nyt ei ihan välttämättä tajua mitä on tekemässä. Ja toinen kohderyhmä ehkä hädänalaiset.

V3: Jos olisi pakko ottaa kulutusluottoa, että jääkaappi hajois käsiin ja pakko saada uusi, niin kyllä mä sen pankista otasin, että en mä ainakaan jotai Mustan Pörssin omaa kulutusluottoa, missä on korko jotain ihan käsittämätöntä, joka on 30 vai mitä, kaupasta mä en suostu sitä ottamaan.

Maksuongelmaiset nuoret tietävät, että luottoa saa helposti, ilman vakuuksia ja etukäteissäätämistä, johon nuoret harvoin pystyvät tulojensa puitteissa (vrt. Koljonen 2002, 69). He ovat olleet jälkikäteen yllättyneitä siitä, miten helposti he lopulta ovat lukuisat luottokorttinsa saaneet tai lainaa pankista jopa enemmän kuin ovat pyytäneet.

MO1: Kyllä niitä oli itse asiassa monia kortteja, mutta kun niiden saaminen oli niin helppoa. Eli se, että kyllä mulla oli tota esim. Nordea pankista tai silloisesta Meritasta ilmeisestikin, niin tota oli kaksi erilaista limiittiluottoa. Ja sitten oli vielä Mustapörssi-kortti ja tota joka siis kuuluu samaan konserniin ja sitten oli Handelsbankenista ja sitten oli Aktiivirahakortti ja sitten oli vielä edelleen Nordeasta jossain vaiheessa MasterCard. Eli nää nyt ainakin. (Mies 26, Suomi)

Monessa haastattelussa paljastuu, etteivät maksuongelmaiset olisi tarvinneet välttämättä korttiluottoa tai mahdollisuutta tilinylitykseen, mutta tilaisuuden tullessa kohdalle he ovat käyttäneet sitä hyväkseen. Osalla heistä on ollut käsitys suuren osan ihmisistä käyttävän esimerkiksi Visa-korttia palkkatulonsa jatkeena. Luoton saanti on ollut monelle myös osoitus luottokelpoisuudesta ja aikuisuudesta.

Mitä on rahatalouden hallinta?

Aineistojemme nuorten elämäntilanteet ovat varsin samankaltaisia. Myös nuorten kulutuksessa on samankaltaisia piirteitä: halu nauttia elämästä kuluttamalla on yhteinen keinojen vaihdellessa. Voidaankin kysyä, onko selviytyjillä joitakin sellaisia käytäntöjä hoitaa raha-asioitaan, joita maksuongelmaisilla ei ole?

Selviytyjillä korostuu siis, ylilyönneistä huolimatta, omista raha-asioista huolehtiminen. Tämä tarkoittaa heidän mukaansa yksinkertaisesti sitä, että 'laskut pitää hoitaa'. Selviytyjien maksumoraali on hyvä. Maksuongelmaiset nuoret ovat maksaneet laskuja ajallaan, mutta kun tilanne on riistäytynyt käsistä eikä rahaa enää ole tai uutta luottoa myönnetty, laskuja on ollut pakko priorisoida. Kun maksumuistutuksia on tullut eri luotoista, nuoret ovat olleet hämmentyneitä niiden määrästä ja siitä miten suuren osan ne vievätkään tuloista.

Raha-asioiden hallinta tarkoittaa selviytyjillä juuri laskuista huolehtimista, karhulaskuilta välttymistä. Muutoin omaa taloutta ei tarvitse sen enempää kontrolloida. He eivät edes pidä itseään esimerkillisinä raha-asioiden hoitajina. Erityisiä suunnitelmia tai laskelmia rahan käytöstä tai menojen seurantaan kirjanpidolla ei tarvita. Selviytyjillä on kuitenkin käsitys pakollisten menojen (vuokra, matkalippu jne.) kokonaisuudesta tai ainakin siitä, että ne tulee hoitaa alta pois, vaikka loppu, vapaavalintaiseen käyttöön tarkoitettu raha sitten 'katoaisi vaan'.

Nuorten nykytilanteessa esimerkiksi oman rahatalouden suunnittelussa ei nähdä 'mitään järkeä, koska siinä ei ole mitään suunniteltavaa'. Molemmat ryhmät ovat sitä mieltä, että tulot ovat niin pienet ettei niiden käyttöä edes kannata suunnitella. Säästäminen tuntuisi erään selviytyjän sanoin 'itsensä räikkäämiseltä'. Yllättäviin menoihin ei myöskään nähdä aiheutta varautua. Esimerkiksi vanhanaikainen säästäminen etukäteen tai varautuminen johonkin tulevaisuuden menoon ei ole yleistä. Jos rahaa jostain syystä on tilillä, se poltteele näpeissä ja sille on nopeasti keksittävä käyttöä. Toisaalta maksuongelmaisilla ei ole ollut tarvetta säästämiseen, koska asiat ovat hoituneet muutenkin. Nuoret ovat tottuneet saamaan kaiken heti eivätkä säästämään ja näkemään vaivaa hankintojen eteen. Tällainen toimintatapa on osittain nuorten itsensä kehittämä, osittain median kautta nuorille sysätty (Piha 2004, 51).

Selviytyjänuorilla on kuitenkin näkemys siitä, mitä suunnittelu pitää sisällään ja esille tulee myös, että isot hankinnat tai matkat saavat tekemään tarkempia suunnitelmia rahojen käytöstä. Maksuongelmaisilla nuorilla ei ole ollut tietoa siitä, miten rahan käyttöä voisi suunnitella.

Maksuongelmaisia nuoria yhdistää lähes kaikissa tapauksissa siirtymisen aikaisin työelämään. Nuoret ovat jo koulunkäynnin ohella olleet ilta- tai viikonlopputyössä ja työnteon määrä on pysynyt samana tai lisääntynyt

siirryttäessä opiskelemaan. Koska nuoret ovat olleet hyvin nuoresta iästä lähtien työssä, he ovat saaneet käyttörahaa sitä kautta useita vuosia. Nuoret ovat tottuneet käyttämään rahaa omaan kulutukseensa, toisin sanoen vapaa-aikaan sisältyviin menoihin. Luotonkäytössä on jatkunut samanlainen tapa. Luottoja on käytetty huolettomasti, sillä kaikkea ylimääräistä on voinut käyttää aiempien rahankäyttötottumusten mukaisesti. Monet haastateltavista ovat yrittäneet jollakin tavoin ylläpitää samaa elintasoja kuin heillä oli ollut asuessaan vanhempiensa luona. Se tarkoittaa käytännössä lukuisten pienten kustannusten lisääntymistä, joita ei osattu huomioida, koska vanhemmat ovat ne ennen hoitaneet.

Suurin syy velkaantumiseen on ollut haastateltujen oman näkemyksen mukaan heidän oma kulutuksensa ja viettämänsä elämä. Monet myöntävät avoimesti huolimattomuutensa ja kontrollin puutteen rahan kanssa. Haastateltujen maksuongelmaisten nuorten ongelmat eivät ole olleet aina pienissä tuloissa vaan ongelmia ovat aiheuttaneet liian suuret menot. Kenelläkään nuorista ei loppujen lopuksi ole ollut varaa luottoihin siinä määrin kuin he ovat niitä käyttäneet. Varsinkaan siksi, että nuoret ovat päätyneet käyttämään kalliita vakuudettomia luottoja, joiden saanti on ollut helpointa. Tilannetta on vaikeuttanut lisää se, että nuoret ovat saaneet uusia korttiluottoja paikatakseen rahatilannetta vaikka entisiäkin luottoja ei ole maksettu pois. Koska heillä ei ole ollut vielä maksuhäiriömerkintää, he ovat saaneet uutta luottoa. Välttämättömät menot, kuten ruoka tai vuokra, on pystytty hoitamaan yleensä opintolainan ja/tai opintotuen avulla. Raha, joka edellä mainittujen menojen jälkeen jää jäljelle, on ollut rahaa edelleen omaan kulutukseen.

Onko raha-asioita koskevalla tietämyksellä merkitystä?

Minkälaista tietoa tarvitaan, jotta nuoren talous pysyy hallinnassa? Entä puuttuuko maksuongelmiin joutuneilta raha-asioiden hoitamisesta sellaista olennaista tietoa, joka voisi olla syynä heidän vaikeuksiinsa? Yleisesti tiedetään, että nuoret eivät ole kovin kiinnostuneita talousasioista. Nuoret pitävät pankki- ja talousasioita tärkeinä, mutta niiden seuraaminen kiinnostaa nuoria vähemmän kuin aiemmin (Halonen 2004, 2–3).

Selviytyjillä näyttäisi ainakin olevan tietynlainen realistinen käsitys omasta rahataloudestaan ja asioista, joista heidän tulee huolehtia ja ottaa vastuu omassa taloudessaan. Selviytyjillä on selkeästi halua pitää rahataloutensa hallinnassa, vaikka hallinta ei perustukaan suunnitelmalliseen toimintaan. Mitään erityisiä tietoja raha-asioiden hoitamisesta ei heidän mielestään edellytä. Heidän rahankäyttötaitonsa ja tietämyksensä monista rahatalouden asioista ovat kuitenkin selvästi paremmat kuin maksu-

ongelmaisilla. Kun ryhmissä otetaan esille se, mitä rahatalouden hallinta edellyttää, päälimmäisiksi asioiksi selviytyjien keskusteluissa nousevatkin – eivät niinkään tiedolliset, vaan lähinnä asenteelliset valmiudet: itse-kuri, vastuullisuus, perusjärki. Heillä on myös tietoa liiallisen rahankäytön seuraamuksista, ja niitä halutaan itse välttää.

Selviytyjillä näyttäisi myös olevan tiedossa toimintatavat sen varalle, että raha-asioissa tulee ongelmia. Epävirallisten tukiverkkojen lisäksi nuoret puhuvat esimerkiksi pankeista ja virallisista tukiverkostoista. He eivät epäilisi ottaa yhteyttä esimerkiksi sosiaalitoimistoon, jos taloudellinen tilanne on joskus vaikea.

Maksuongelmaiset nuoret eivät olleet ennen velkaantumista selvillä siitä, miten heidän tulisi toimia ongelmatilanteissa. He eivät myöskään olleet aina tietoisia edes siitä, että he ovat tehneet luottosopimuksen ja ovat vastuussa ottamastaan velasta. Nuoret ovat olleet pitkiäkin aikoja toimintakyvyttömiä selvittämään asioitaan, koska eivät ole tienneet, kenen puoleen voisi kääntyä. He ovat vastaanottaneet kortit tai lainan pankista ja käyneet virkailijan kanssa läpi sopimusehtoja. He eivät ole kuitenkaan ymmärtäneet, mitä kaikki on tarkoittanut heidän kohdallaan, eivätkä he ole rohjenneet kysyä asioista enempää. Pääasia on ollut, että heille on myönnetty luotto ja he ovat voineet hankkia haluamansa tuotteen.

K: Just joo. Kun sä teit sitä sopimusta, niin olitko sä ihan selvillä siitä, mitä se pitää sisällään. Selvitettiinkö sulle, että mitä on korot ja mitä on ne lyhennykset, ymmärsitkö sä kaikki mihin sä olit sitoutunut?

MO2: Kyllä selitettiin, mutta mä en oikein ikinä, vaikka opiskelenkin matikkaa, niin ymmärtänyt näitä, että mikä se nyt on se lopullinen vuosikorko ja muuta, ne on kyllä vähän sillai epämääräisiä.

K: Käytiin ne asiat läpi, mutta ei paneuduttu niihin kunnolla.

MO2: Niin, että periaatteessa niin kuin ei mulle esim. selitetty, että mikä on se summa vaan niin kuin prosenteista puhuttiin ja termeistä.

K: No sä et kysynyt siinä, vai oliko se niin lyhyt tilanne vai?

MO2: En mä, en mä varmaan kysynyt mitään, kyllä se, ei se mikään erityisen lyhyt, mutta ei mikään erityisen pitkäkään tilanne. Että varmaan mulla on ollut vähän semmoinen asenne, että joo nää on näitä juttuja. (Nainen 24, Suomi)

Nuoret eivät olleet kiinnostuneita tai ajatelleet syvemmin luotonkäyttöön liittyviä mahdollisia riskejä. Luoton helppo saatavuus ei ilmeisesti herätä ajattelemaan seurauksia. Selviytyjät sen sijaan ovat tietoisia esimerkiksi kulutusluottojen korkeasta korkotasosta.

Maksuongelmaisista ainoastaan risk investing -elämäntyylin nuorilla on ollut jollakin tavoin käsitystä talousasioista ja niiden merkityksestä. Asiat eivät ole kuitenkaan koskettaneet arkipäivän elämää vaan osakesijoituksia, pelaamista oman talouden kustannuksella tai pankkitilin ylityksiä. He ovat olleet tietoisia korkojen muutoksista ja luottojensa määristä. Samalla he ovat laskelmoineet uusien menojen ja tulojen kanssa niin, ettei tule lisäkuluja ja vaikeuksia pankin taholta.

Maksuongelmaisten nuorten raha-asioita koskevan tietämyksen tarve nousee esille pelkona, osaavatko he tulevaisuudessa käsitellä raha-asioitaan. Nuoret ovat joutuneet muuttamaan huomattavasti rahankäyttöään maksuongelmien jälkeen. Rahan hallintaa ei ole aiemmin ajateltu oma-kohtaisesti. Nyt heille on tärkeää selviytyä velkojen takaisinmaksusta.

Entä vanhempien tai kavereiden merkitys?

Molemmissa aineistoissa havaitsimme kulutuspuheen ohella nuorten puhuvan usein vanhemmistaan. Varsinkin selviytyjät puhuvat vanhemmistaan hyvin myönteisessä sävyssä. Suhteet vanhempiin ovat hyvät. Vanhemmista puhuttaessa tuodaan ensinnäkin esille 'eväät', joita lapsuuskodista on saatu raha-asioissa. Monille muistuu mieleen niukkuus tai jatkuva säästäminen esimerkiksi talon rakentamisen vuoksi. Lapsuudesta saatua mallia raha-asioiden hoitamisesta pidetään hyvänä. Toiseksi, nuorten puhuessa omasta rahataloudestaan, vanhempien tuki esimerkiksi yllättävien menojen kohdatessa on tärkeää. Vanhemmat ovat ennen muuta turvaverkosto, joka on korvannut etukäteissääästämisen ja pelastanut monen nuoren turvautumiselta kulutusluottoon.

Vanhempien taloudellinen apu ja tämän avun myötä koettu turvallisuus näyttäytyvät hyvin tärkeinä selviytyjillä. Monille nuorille vanhempien apu on lähes automaattista eivätkä he näe välttämättä tarvetta edes 'tsempata' taloudellisesti, koska aina voi kääntyä vanhempien puoleen. Jokapäiväistä toimeentuloa tai rahankäyttöä ei edes tarvitse suunnitella tai ajatella, jos vanhemmat ovat valmiita tukemaan nuorta säännöllisesti. Tulevaisuudessa on kuitenkin tilanne toinen:

Tässä tilanteessa on tavallaan vähän semmonen, vähän jotain käsitystä rahankäytöstä, mutta vieläkin kun sit on vanhempien tuki jossain siellä taustalla niin sitten se ei ole ihan niin selkee se, että siinä vaiheessa ne ei ehkä olisi sillei, jos sulla loppuu rahat, niin kyllä sä nyt vähän saat meiltä apua, mutta sitten ne ehkä sanoo jo, että koitas nyt aikuistua, että tässä vaiheessa ne ei ehkä vaadi sitä, mutta silloin pitäis niin kuin alkaa suunnitteleen oikeesti. (Nainen, kuluttajapanelisti)

Myös maksuongelmaisten vanhemmat ovat avustaneet nuoria toisinaan pienillä rahasummilla tai maksamalla laskuja heidän puolestaan. Vaikka nämä nuoret ovat viettäneet hyvin itsenäistä elämää kaukana vanhemmistaan, on yllättävää, että vanhemmista puhutaan useissa yhteyksissä: opinnot, veloista selviäminen, suhteet kotiin, vanhempien antama tuki tai etteivät he olleet voineet auttaa. Maksuongelmista he ovat kertoneet vanhemmilleen vasta sitten, kun muita keinoja ei enää ole ollut tiedossa ja he ovat tarvinneet esimerkiksi takaajaa lainalle. Nuoret kokevat vanhempiensa edessä häpeää, mutta omatoiminen ja itsenäinen velkojen järjestely on lieventänyt tunnetta. Kuten aineistossamme, niin myös Erolan mukaan velat sinänsä eivät ole häpeän syytä, vaan ehkä mukavan elämän tunnusmerkkien häviäminen elämästä (Erola 1997, 61).

Vaikka eri elämäntyylien nuoret korostavat omaa, erityistä kulutustaan, vaikuttavat kaverit ja lähipiiri kulutukseen merkittävästi. Easy-living, pleasure seeking -elämäntyylin nuoret kertovat työoverien ja kavereiden vaikuttavan paljon kulutuskäyttäytymiseen. Joillakin se on jopa pääasiallinen syy velkaantumiseen.

MO3: No joo, siihen liittyy sitt sekin tietysti, että sain sieltä työpaikalta sitten uusia ystäviä, työkavereita, jotka oli mua vanhempia kaikki melkein. Ja sitten varsinkin yhdellä siellä kenen kaa mä sitten, kenestä sitten tuli semmoinen läheinen ystävä mulle, niin sillä oli kanssa tämmösiä samoja tai sen rahankäyttö oli niinku semmosta ihan mahotonta. Siinä ei ollu mitään järkeä. Niin mä oon huomannut, että mä oon vähän semmonen, että jos toinen niinkuin sillai, että ei no... Niin menee mukaan siihen sitten. Ett kyllähän ne joskus ens kuussa tai joskus sitten. (Nainen 26, Suomi)

Rahaongelmista ei puhuta lähipiirissä. Jos rahasta puhutaan, siitä puhutaan hyvin yleisellä tasolla: 'ollaan kaikki samassa tilanteessa' tai 'nuoret on aina rahattomia'. Rahaongelmista puhutaan vain tiettyjen ihmisten kanssa, joiden tiedetään olevan samassa tilanteessa. Silloin kokemuksia voidaan vertailla ja kilpailla, kuka onkaan huonoimmassa tilanteessa.

Perhesuhteiden vakiintumattomuus on osaltaan myös nuorten maksuongelmien ja rahatalouden hallinnan taustalla. Tyttö- tai poikaystävän merkitys on huomattava nuorilla, sillä tällöin vuokramenot puolittuvat, samoin ruokamenot ja monet muut kulut voidaan jakaa. Kun tyttö- tai poikaystävästä tulee ero, se näkyy heti vuokran nousuna ja hankaloittaa muista maksuista selviytymistä.

Monellakaan maksuongelmaisella nuorella ei ole ollut lapsuudenkodista saatua mallia rahankäyttöön. Nuorten mielestä vanhemmat ovat olleet huonoja mallin antajia, koska vanhemmilla on ollut aina tiukkaa omassa taloudessaan tai vanhemmat elävät erilaista elämänvaihetta kuin nuoret. Osa nuorista toivoi, että kotoa olisi saanut mallia raha-asioiden

hoitoon. Samalla he ehkä ovat oivaltaneet myös vanhempiansa tai yleensä aikuisten tasapainoilun kulutuksen ja rahankäytön välillä.

MO4: No en mä tiedä, oisko se mennyt ulosottoon sitten silloin tai jotain. Ja periaatteessa mun äiti oli joskus, niin se alkanut varmaan sieltä. Mun äiti oli semmoinen, että kun lapset pitää hirveätä huolta niin kuin laskuista, että se piti kirjahyllyssä laskuja ja siellä oli jotain kuitteja. Ja sitten siinä tuli näin, että joo hei sulla on tällaiset laskut, että näissä on mennyt eräpäivä. No joo, ne on semmoisia että ne voi heittää roskiin, että se oli se periaate, että ei sitä tarvi maksaa. Niin varmaan niin kuin sitten, että sitten kun niitä alkoi tulle, että mitä sillä on väliä, että ne on kerran jo mennyt sinne niin mitä sillä on väliä, että ei mun niitä tarvi maksaa. Mitä mä niitä enää alan makselee, kun mulla on joka tapauksessa luottotiedot mennyt. (Nainen 28, Suomi)

Nuoret eivät muistaneet saaneensa koulusta tietoja talousasioista, eikä se sitä paitsi heitä olisi kiinnostanutkaan alle 20-vuotiaana. Myös selviytyjät ovat vahvasti sitä mieltä, että koulu ei anna valmiuksia oman talouden hallintaan. 'Ei ainakaan että olis mieleen jäänyt', 'ei todellakaan, ei puhuttu', 'ei kyllä siinä vaiheessa, kun sitä ois tarvittu' ovat vastauksia puhuttaessa koulujen talousopetuksesta.

Loppupäätelmiä

Nuoruus on poikkeuksellinen elämänvaihe ja aika rakentaa tulevaisuutta. Nuoruudesta halutaan nauttia ja kuluttaminen on keskeinen areena toteuttaa haaveita ja vahvistaa valittua elämäntyyliä. Nuoret tunnistavat kulutuksen nautinnot, mutta osalle niistä tulee arkipäiväistä kulutusta ja osasyyn velkaantumiseen siten, että kulutusta ei pystytä enää kontrolloimaan.

Suuri osa nuorista pystyy kuitenkin tulemaan toimeen pienilläkin tuloilla tai sopeutumaan tulojen pienenemiseen velkaantumatta. Tämä tulee esille myös selviytyjiä koskevassa aineistossamme. He hallitsevat kulutuksensa ja rahan käyttönsä sekä tunnistavat vastuunsa omasta tilanteestaan. Kotoa opitut asenteet ja saadut kokemukset ovat vahvistaneet heidän ymmärrystään oman talouden pidosta. He myös pyrkivät välttämään taloudellisia riskejä tässä elämänvaiheessa. Vanhemmat ovat tärkeä tuki taloudellisissa vaikeuksissa.

Maksuongelmaiset eivät ole saaneet kotoa mallia raha-asioiden hoitoon. Kulutusluoton ottaminen on selviytyjille riski, jota halutaan välttää mahdollisimman pitkälle. Maksuongelmaisille luoton käyttö on ollut luonnollinen vaihtoehto niukan talouden pelastajana. Maksuongelmaisilla oma kulutustyyli, sen vahvistaminen ja vertaisryhmien kulutus on ollut tärkeää ja saatujen luottojen avulla se on onnistunut. Vasta maksu-

ongelmien selvittäminen on auttanut heitä huomaamaan oman talouden rajallisuuden tässä elämänvaiheessa eli sen, minkä selviytyjät ovat tienneet.

Selviytyneiden puheessa tulee esille, että määrätietoinen talouden suunnittelu ja myös riskin otto liitetään elämänvaiheeseen, jolloin perheen perustaminen ja sitoutuminen työelämään on vahvistunut. Usko tulevaisuuteen ja siihen, että myös taloudelliset asiat ovat tuolloin paremmin, on heillä varsin vahva.

Maksuongelmaisten nuorten kulutus ja elämä kiinnittyvät voimakkaasti nykyisyyteen. Tärkeintä on tällä hetkellä velkojen takaisinmaksu ja keskittyminen siihen. Tulevaisuudesta ei juurikaan puhuta eikä sen ajattelemisen kulutuksen yhteydessä sisälly kulutuspuheeseen. Nuoret ovat joutuneet muuttamaan huomattavasti rahankäyttöään maksu-ongelmien jälkeen. Jos rahan käyttö lipsuu, edessä on ehkä samanlainen velkakierre. Nyt he ovat tietoisia seurauksista ja siitä, ettei heillä todellakaan ole varaa ylimääräisiin menoihin ja sen myötä vaikeuksiin.

Miksi nuori ylivelkaantuu, toinen ei? Kysymys on hyvin pitkälle kulutusasenteista. Vastuulliseksi kuluttajaksi kasvattamisen tulisikin alkaa jo lapsuudessa ja jatkua läpi nuoruusiän. Asennekasvatus sekä oikeissa yhteyksissä annetut tiedot raha-asioiden ja velkojen hoidosta ovat parasta ennaltaehkäisyä, jotta voitaisiin välttyä tilanteilta, jossa nuori – vasta maksettuaan velkaantumisesta kalliin hinnan – voi vapaasti suunnitella opiskelua, työtä, perheen perustamista ja asunnon hankintaa. Vastuullinen kuluttaja, nuorikin, on tietoinen valintojensa vaikutuksesta omaan tulevaisuuteen.

Lähteet

- Autio M, Heinonen V (2002) Nuorten kulutuksen moraali ja moraalitalous. Teoksessa Pakko riittää: näkökulmia nuorten maksuhäiriöihin ja kulutukseen. Toim. M Autio... [et al.]. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 24/2002. Helsinki.
- Bauman Z (2003) Sosiologinen ajattelu. 4. p. Vastapaino. Tampere.
- Erola J (1997) Täys roisto. Luottotietotoiminnan sosiaaliset haitat ja oikeuttamisen ongelmat Suomessa. STAKES Raportteja 218/1997. Helsinki.
- Halonen U (2004) Nuorisotutkimus. Huhtikuu 2004. Suomen Pankkiyhdistys. Helsinki.
- Hämäläinen U (2004) Nuorten tulojen ja toimeentulon palapeli. Eläketurvan tutkimuksia 1/2004. Helsinki.

- Koljonen V (2002) Nuorten velkaantuminen ja maksuhäiriöt. Teoksessa Pakko riittää: näkökulmia nuorten maksuhäiriöihin ja kulutukseen. Toim. M Autio... [et al.]. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 24/2002. Helsinki.
- Koljonen V, Römer-Paakkanen T (2000) ‘...Silloin ei ois pitäny hölmöillä...’. Ylivelkaantuminen nuorena velkaantuneiden näkökulmasta. Etelä-Suomen lääninhallituksen julkaisuja 38. Helsinki.
- Lehtinen A-R, Leskinen J (2005) Young Consumers’ Credit Based Lifestyles and Payment Problems. Nordisk Ministerrådet. TemaNord 512/2005. Saatavissa Internetistä:
<http://www.norden.org/pub/velfaerd/konsument/sk/2005512.pdf>. 26.8.2005.
- Peura-Kapanen L (2005) Kuluttajien rahatalouden hallinta. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Rahoitetut tutkimukset 1/2005. Helsinki.
- Piha K (2004) Kestääkö pää? Nuoret työelämän kynnyksellä. www.eva.fi/raportit.
- Saarinen H (2001) Nuoruus ja hulluus, vanhuus ja viisaus? Tutkimus nuorten kulutuskäyttäytymisestä ja velkaantumisesta. STAKES Raportteja 261/2001. Helsinki.
- Wilska T-A, Eresmaa J (2003) Nuorten subjektiiviset kokemukset taloudellisesta asemastaan – tulevaisuuden heijastustako? Teoksessa Laman varjo ja nousun huumaa. Toim. O Kangas. KELA. Sosiaali- ja terveysturvan tutkimuksia 72. Helsinki.
- Wilska T-A, Virtanen T (2002) Tyylittelyä ja tiukkaa taloutta. Teoksessa Nuorisopolitiikka Suomessa 1960-luvulta 2000-luvulle. Toim. H Silvennoinen. Nuorisotutkimusseuran julkaisuja 29/2002. Helsinki.

"KOVIN PERIAATTEELLISTA TÄMÄ EI OLE." KULUTTAJIEN RUOAN VALINTA JA ARKISET TOIMINTATAVAT

Katja Järvelä, Johanna Mäkelä

Johdanto

Ruoka ja syöminen ovat osa sekä luontoa että kulttuuria (ks. esim. Mäkelä 2002). Siksi niihin liittyvät riskit tai vaarat ovat toisaalta sosiaalisesti konstruoituja ja toisaalta biologisia tosiseikkoja (ks. Luhmann 1993, Douglas & Wildavsky 1982). Lisääntyvä valikoima ja erilaiset mahdollisuudet syödä kodin ulkopuolella tekevät valinnoista entistä monimutkaisempia: kuluttajat ovat jatkuvasti ruoan valinnan ongelman edessä. Ihmiset vieraantuvat aikaisemmasta kokemusmaailmastaan ja säännöstöistään. (Ks. Fischler 1990.) Erilaisten ruoan turvallisuuteen liittyvien kriisien ja riskien myötä myös ruokaan kohdistuva luottamus on tullut uudella tavalla huomion kohteeksi. Modernissa riskiyhteiskunnassa asiantuntijuus ja tieto kuitenkin vaikuttavat luottamuksen rakentumiseen ja murentumiseen. Maallikot ja asiantuntijat arvioivat elintarvikkeisiin sisältyviä riskejä eri tavoilla. Kuluttajat painottavat ruoan riskeissä usein ulkoisia, omasta toiminnasta riippumattomia riskejä, kun taas asiantuntijat pitävät kuluttajien omaa käyttäytymistä suurimpana riskien aiheuttajana (ks. esim. Wandel 1994, Tuomisto 2001, Maijala 2001).

Nykykuluttajat ovat tietoisia ruokaan ja syömiseen liittyvistä riskeistä, mutta korkea luottamus elintarvikeketjun toimijoihin on ehkäissyt ”ruokapaniikkien” syntymisen. Vaikka Suomessa ruokaan pääsääntöisesti luotetaan, liittyy ruoan turvallisuuteen täälläkin huolenaiheita eikä kaikkiin elintarvikeketjun toimijoihin luoteta samalla lailla (Piironen ym. 2004, Järvelä 1998). Berg ja Kjærnes (2001) ovat todenneet, että luottamus on käsite, joka sitoo yhteen ruokapolitiikan ja arkielämän. Luottamuksen

paradoksi on, että ruokaa koskevan tiedon lisääntyminen on johtanut entistä suurempaan epävarmuuteen siitä, mitä on turvallista syödä (Berg & Kjærnes 2001). Luottamusta olisikin hedelmällistä lähestyä dynaamisen luottamuksen käsitteen (Kjærnes 1999) avulla. Sillä tarkoitetaan sitä, että arjen käytännöissä voidaan soveltaa sekä rutiineja ja yksinkertaisia päättelysääntöjä että ruokajärjestelmän ja markkinoiden refleksiivistä arviointia.

Suomalaisten luottamusta kuvastaa se, että ”kotimainen” ruoka merkitsee kuluttajille pitkälti myös ”turvallisuutta” ja ”puhtautta”. Esimerkiksi asennetutkimuksissa kuluttajat toistuvasti kertovat suosivansa kotimaisia elintarvikkeita (esim. Viinisalo & Leskinen 2000), mutta jos kuluttajat toteuttaisivat johdonmukaisesti tätä aikomustaan, olisi ruokakauppojen valikoima toisenlainen kuin nykyisin. Kuluttajien asenteiden ja käyttäytymisen välistä yhteyttä ennustavat mallit (ks. esim. Fishbein & Ajzen 1975) perustuvat usein varsin rationaaliseen oletukseen tiedon merkityksestä, mutta kuluttajien valintaprosessi on monimutkainen kokonaisuus, johon saattavat vaikuttaa osin jopa ristiriitaisetkin ulottuvuudet (ks. Mäkelä 2002).

Artikkeli tarkastelee kuluttajien ruokavalintoja sekä heidän elintarvikkeiden turvallisuuteen, riskeihin ja laatuun liittyviä *toimintastrategioita*. Tutkimuksen taustalla on myös pyrkimys silloittaa kuluttajien arvojen ja käyttäytymisen välinen ristiriita. Tavoitteena on pureutua asenteiden rinnalla myös kuluttajien arkisiin toimintatapoihin ja siihen, minkälaiset tekijät askarruttavat ja vaikuttavat kuluttajien jokapäiväisen elämän ruokavalintoihin. Artikkelin perustuu tutkimukseen¹⁴, jossa tarkastellaan kuluttajien ruokavalintoja ruokapäiväkirjojen avulla. Päiväkirjoissa kuluttajat pohtivat ruoan laatuun ja turvallisuuteen liittyviä kysymyksiä mm. ruoan kuljetuksen, säilytyksen, valmistuksen ja aterioinnin kontekstissa.

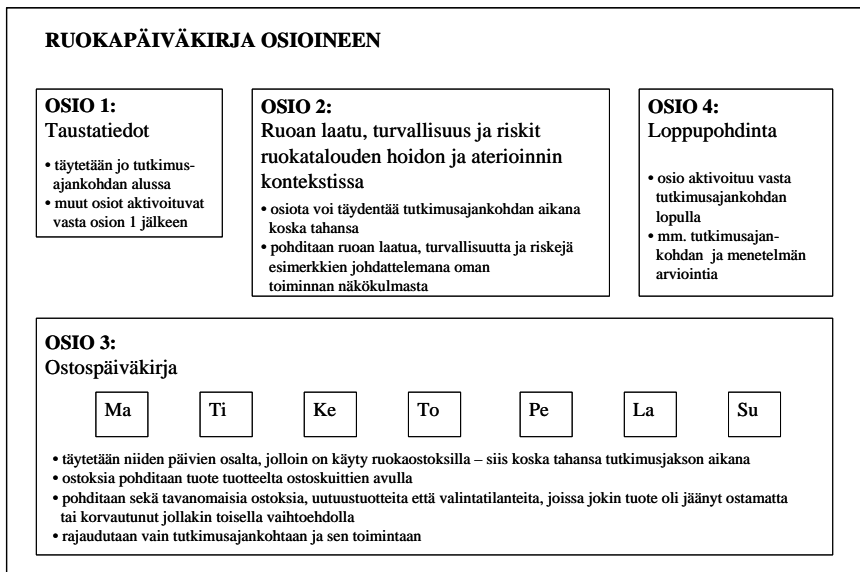
Menetelmä ja aineisto

Kuluttajatutkimuksessa aiemmin käytettyjen laadullisten menetelmien sijaan kokeiltiin uudenlaista tapaa lähestyä kuluttajia sekä ruoan laadun ja turvallisuuden kysymyksiä. Menetelmäksi valittiin verkkoympäristössä toteutettava ruokapäiväkirja, jonka suunnittelua innoitti yhtäältä ruoankäyttötutkimuksen ravintohaastattelu (ks. Männistö ym. 2003) ja laadullis-

¹⁴ Tutkimushanke ”Kuluttajien ruokavalinnat ja arjen toimintatavat” käynnistyi keväällä 2004. Ensimmäisessä vaiheessa kerättiin artikkelissa hyödynnettävä ruokapäiväkirja-aineisto, toisessa vaiheessa syksyllä 2005 toteutetaan Internet-kysely. Hanketta rahoittaa maa- ja metsätalousministeriö.

sen tutkimusperinteen erilaiset uudet aineiston hankintamenetelmät (ks. Eskola & Suoranta 1998) sekä toisaalta nk. ostossafarimenetelmä, jossa kuluttajien ostostentekoa seurataan aidossa ostostilanteessa (ks. Kantanen 2002). Ruokapäiväkirjalla haluttiin saada esiin mahdollisimman kuluttajälähtöisesti sitä, kuinka kuluttajat arjessaan toimivat. Kuluttajat tuottivat aineistoa itse kuvailemalla ruokavalintojaan sekä elintarvikkeiden riskeihin, laatuun ja turvallisuuteen liittyviä toimintatapojaan. Ruokapäiväkirjassa pyrittiin eroon liiallisesta johdattelusta silti rajaamalla pohdinnat tutkimuksen keskeisiin kysymyksiin.

Ruokapäiväkirja koostui neljästä osiosta (kuva 1). Osiossa 2 esitettiin yleistajuisia esimerkkejä mm. ruoan mikrobiologisista, kemiallisista ja ravitsemuksellisista riskeistä sekä ruoan ja sen tuotannon eettisyydestä. Käsitettä 'riski' ei annettu kuluttajien pohdittavaksi sellaisenaan, vaan se konkretisoitiin käytännön esimerkein. Osiossa 3 kuluttajat tarkastelivat tutkimusjakson aikana tekemiään ostoksia. Jatkossa *pohdintaosiolla* viitataan osioon 2 ja *ostospäiväkirjoilla* osioon 3. Ruokapäiväkirjaa testattiin pienellä kuluttajajoukolla toukokuussa 2004 ja lopullinen aineisto kerättiin syyskuussa 2004, jolloin kuluttajat täyttivät päiväkirjaa yhden viikon ajan. Analyysivaiheessa aineisto tematisoitiin käyttäen apuna ATLAS/ti-ohjelmaa. Erityistä huomiota kiinnitettiin siihen, millaisia asioita kuluttajat ottivat esille ”ohi” päiväkirjan johdattelun sekä minkälaisissa yhteyksissä erilaiset ruokaan liittyvät tekijät esiintyivät ruokapäiväkirjoissa.



Kuva 1. Ruokapäiväkirjan rakenne.

Tutkimukseen osallistuneet rekrytoitiin mukaan Kuluttajatutkimuskeskuksen ylläpitämästä kuluttajapaneelistä (ks. Heiskanen ym. 2005). Yhteensä tutkimukseen osallistui 92 kuluttajaa, joista puolet oli naisia ja puolet miehiä. Osallistuneiden ikä vaihteli 21 vuodesta 72 vuoteen ja he olivat varsin hyvin koulutettuja. Lähes puolella heistä oli korkeakoulututkinto. Osallistuneet edustivat erityyppisiä talouksia, joista lähes 70 prosenttia lapsettomia aikuistalouksia. Noin puolet osallistuneista ilmoitti asuvansa Etelä-Suomen alueella. Kaiken kaikkiaan paneelin jäsenet ovat suhteellisen korkeasti koulutettuja ja suurin osa heistä asuu Etelä-Suomen suurissa asutuskeskuksissa.

Pohdintoja ja arkisia valintoja

Ruokapäiväkirjat tuottivat kuluttajien pohdintaa siitä, mitä on laadukas ja turvallinen ruoka, missä ruokariskit piilevät sekä millaisin käytännön riskit pyritään ottamaan haltuun. Pohdinnat olivat samanaikaisesti luottamuksen reflektointia suhteessa sekä yksittäisiin tuotteisiin ja ruokiin, elintarvikeketjun toimijoihin että ruokaa ja syömistä koskevaan informaatioon. Tarkastelunäkökulmasta riippumatta luottamus konkretisoituu käytännön valinnoissa ja toiminnassa.

Onko syytä huoleen?

Ruokapäiväkirjoissa luottamus elintarvikeketjun toimijoihin sai erilaisia sävyjä. Osa pohdinnoista nosti esiin luottamuksen eräänlaisena *uskona hyvään*: toimijoihin luotetaan, koska heidän uskotaan olevan luotettavia. Tämäntyyppiset ilmaukset viittaavat tietynlaiseen perusluottamukseen, joka kehittyy jo ensimmäisien elinvuosien aikana ja jonka varaan luottamuksen katsotaan paljolti rakentuvan (ks. esim. Poppe & Kjærnes 2003). Toimijoiden ajatellaan toimivan vilpittömästi elintarvikkeiden laadun ja turvallisuuden takaamiseksi myös, koska se on toimijoiden oman edun mukaista. Tällainen luottamus on usein rajattua. Se voi kohdistua esimerkiksi suomalaisiin toimijoihin, jolloin kotimaisuus on tae laadusta ja turvallisuudesta. Luottamusta kuvattiin myös toimijoiden *moraalisena velvoitteena*. Kuluttajien mielestä elintarvikeketjun toimijoihin on voitava luottaa, koska elintarvikkeiden laatu ja turvallisuus ovat pitkälti toimijoiden vastuulla ja kuluttajien mahdollisuudet vaikuttaa laatuun ja turvallisuuteen ovat rajalliset. Vastaavasti laadukkaita ja turvallisia elintarvikkeita pidetään kuluttajien oikeutena.

Osassa pohdinnoissa luottamusta kuvattiin *pakkona*. Tällöin lähestytään häilyvää ja vaikeasti määriteltävää – mutta kiinnostavaa – luottamuksen ja

epäluottamuksen rajapintaa (ks. Salvatore & Sassatelli 2004). Elintarvikeketjun avoimuudesta ja läpinäkyvyydestä huolimatta kuluttajat eivät voi varmasti selvittää, kuinka elintarvikeketju on toiminut tai edes hallita sitä, kuinka elintarvikeketju toimii. Ruoan valinnan ja syömisen suhteen tilanne on jokseenkin vaihtoehdoton: kuvitteellisen täydellisen epäluottamuksen tilassakin ruoan ja syömisen valinnat on ratkaistava tavalla tai toisella. On pakko luottaa johonkin – ellei vaihtoehtona voida pitää sitä, että valintoja tehdään jatkuvasti epäluottamuksen ilmapiirissä. Käytännössä näytetään löytävän vaihtoehtoja, jotka ainakin jossain määrin saavat kuluttajien luottamuksen. Esimerkiksi jos tavanomainen kotimainen tuotanto koetaan epäluotettavaksi, voidaan valita luonnonmukaisesti tuotettuja vaihtoehtoja tai jonkin yksittäisen epäluottamusta herättävän valmistajan tuote saatetaan vaihtaa toisen valmistajan tuotteeseen.

Luottamus kiertyi usein yhteen vastuun käsitteen kanssa. Mitä enemmän kuluttajilla on mahdollisuus kontrolloida riskejä, sitä useammin pohdintoissa näkyi mainintoja kuluttajien omasta vastuusta. Esimerkiksi ylipaino mainittiin useaan otteeseen riskinä, joka tulisi ottaa itse haltuun liikunnan ja oikeaoppisen syömisen avulla. Kun riskejä voidaan ehkäistä tai pienentää omalla toiminnalla, luottamuksen pohdinta vaikuttaa jäävän taka-alalle.

Lisäaineita, myrkkijä ja katkeilevia kylmäketjuja

Ruokaan liitetyt huolenaiheet olivat hieman erilaisia sen mukaan, tarkastellaanko niitä pohdintaosion vai ostospäiväkirjojen (kuva 1) perusteella. Pohdintaosiossa koetut riskit näyttivät usein liittyvän siihen, kuinka hyvin kuluttajat kokevat itse pystyvänsä ottamaan riskit haltuun. Kemiaaliset riskit ovat vaikeimmin kuluttajien kontrolloitavissa, ja niistä oltiinkin huolissaan. Ruoan lisäaineet ja tuotannossa käytetyt ”myrkyt” olivat usein mainittuja huolenaiheita. Myrkyillä viitattiin esimerkiksi torjunta-aineisiin erityisesti hedelmien ja vihannesten tuoteryhmässä. Mikrobiologiset riskit tiedostettiin: on olemassa riskiruokia, riskitilanteita ja myös riskiryhmiä. Kuluttajat kokivat kuitenkin pystyvänsä ottamaan riskit haltuunsa omassa toiminnassaan. Viime kädessä luotetaan aina omaan aistinvaraiseen arviointiin. Silti erityisesti herkästi pilaantuviissa tuoretuotteissa mikrobiologiset riskit huolestuttivat, koska koskaan ei voida olla sataprosenttisen varmoja kylmäketjun pitävyydestä tuotteen kulkiessa pitkän elintarvikeketjun läpi kuluttajalle.

Ravitsemuksellisista riskeistä mainittiin usein ylipaino- ja kolesteroliongelmat. Ruokavalioon liittyvissä asioissa pohdittiin rasvan määrää ja laatua, kuitupitoisuuksia, suolan ja sokerin saantia sekä ”väärää ruokatottumuksia”. Ne ovat kuitenkin riskejä, joihin voidaan itse vaikuttaa

ja joiden nähdään pitkälti olevan kuluttajien vastuulla. Tietoa ravitsemuksellisten riskien välttämiseksi on, mutta sen soveltaminen ei ole käytännössä yksinkertaista. Kun kemiallisten ja mikrobiologisten riskien välttämistä kuvataan toimintana (esim. *pesen* työvälineet huolellisesti), ravitsemuksellisten riskien välttäminen ilmaistaan usein pyrkimyksenä (esim. *pyrin valitsemaan* vähärasvaisia tuotteita). Pyrkimykset näkyivät myös ostospäiväkirjoissa: valintatilanteessa juuri tuotteen terveellisyys jää usein pyrkimykseksi kilpaillessaan muiden tuoteominaisuuksien, kuten maun tai hinnan kanssa.

Pohdintaosiossa riskejä tarkasteltiin johdatellusti, kun taas ostospäiväkirjoissa ne kutistuivat huolenaiheina sekoittuen muiden ruokaan liittyvien ominaisuuksien joukkoon. Ostospäiväkirjoissa kuluttajat kävivät läpi tekemiään valintojaan vain lyhyesti perustellen. Tyypillisin maininta oli, että valittu tuote oli entuudestaan tuttu. Tavanomaista oli miettiä ostamiensa tuotteiden alkuperää, terveellisyyttä sekä laatua ja tuoreutta. Myös makuun ja mieltymyksiin sekä hintaan kohdistuvat miitteet olivat tavallisia. Edellä mainitut tekijät kertovat osin siitä, miten ruoan turvallisuutta käytännössä tulkitaan. Esimerkiksi tuoreuden arviointi voi olla sekä turvallisuuden että maun ja nautittavuuden arviointia. Ravitsemukselliset riskit näkyivät nekin ostospäiväkirjoissa kuluttajien pohtiessa ruoan sisältämän rasvan tai kuitujen määrää. Ruoan turvallisuuteen ei juurikaan viitattu suoranaisina riskeinä, vaan ”tuttuutena ja turvallisuutena”, eräänlaisena tunneturvallisuutena, jota tuotteen alkuperä, valmistaja tai tuotemerkki usein herättävät. Ostospäiväkirjoissa käytännön turvallisuus onkin hyvin pitkälle yksinkertaistettu rutiinien, kokemusten ja tuttuuden muotoon.

Kuluttajat ovat tietoisia ruokaan liittyvistä riskeistä, ainakin joiltain osin. Tietoisuus riskeistä ei kuitenkaan suoraviivaisesti merkitse samaa kuin olla huolissaan ruoan laadusta ja turvallisuudesta. Ruokapäiväkirjoissa tilanne näytti lähes päinvastaiselta. Kun riskejä pohdittiin, usein samanaikaisesti korostettiin osattavan ottaa riskit haltuun. ’Todelliset’ ruokaan liittyvät huolet syntyvät pikemmin vasta silloin, kun kuluttajien omat keinot riskien kontrolloimiseksi loppuvat.

Kuluttajien toimintastrategiat

Ruokapäiväkirjat sisälsivät runsaasti esimerkkejä kuluttajien keinoista ottaa erilaisia riskejä haltuun. Keinoissa oli havaittavissa yhtäläisyyksiä ja eroja suhteessa siihen, miten ne ilmentävät kuluttajien luottamusta tai epäluottamusta ruokaan tai elintarvikeketjuun. Huomio kiinnittyi myös siihen, miten aktiiviselta tai vastuulliselta kuluttajien rooli näytti ruoan

laadun ja turvallisuuden näkökulmasta. Analyysin perusteella päiväkirjoista löytyy kahdeksan toimintastrategiaa.

Välttämisen ja suosimisen strategiat

Kuluttajille oli varsin tyypillistä kuvailla ruokavalintojaan joko välttämisen tai suosimisen avulla. *Välttämisen ja suosimisen strategiat* perustuvat kuluttajien näkemyksiin siitä, mikä edustaa heille hyviä, mikä puolestaan huonoja valintoja laadun ja turvallisuuden näkökulmasta. Yhteistä strategioille on, että yksittäiset tuotteet tai ruoat nähdään eräänlaisina hyvän ja pahan merkkeinä, jotka voivat leimata koko ruokavaliota ja jopa elämäntapaa. Hyvän ja pahan jaottelut ovat tulleet aiemmin ilmi kuluttajien jäsentäessä ruoan terveellisyyttä (Mäkelä 2002). Hyvyyden ja pahuuden perustelut voivat olla hyvin erilaisia. Olennaista on se, mitä jokin yksittäinen valinta edustaa kuluttajalle. Yhdelle espanjalainen paprika voi olla merkki hyvästä, terveellisestä valinnasta, kun taas toiselle se voi edustaa huonoa, kenties epäekologisesti tuotettua ja puhtaudeltaan arveluttavaa valintaa.

Välttämisen strategialla pyritään karsimaan omista ruokatottumuksista pois ruoan laadun ja turvallisuuden uhat. Välttämisen strategia tuli esiin erityisesti kemiallisia riskejä pohdittaessa. Näyttäisi siltä, että välttäminen toimisi strategiana erityisesti silloin, kun kysymys on suuriksi koetuista riskeistä ja ylipäätään ruoan turvallisuudesta. Välttämisen strategian soveltamista tukee käytännössä se, että vältettävästä ruoasta ei pidetä tai sille on olemassa vaihtoehtoja. Tyypillisiä esimerkkejä ovat esimerkiksi sisäelinten ja sellaisten ruokien välttäminen, joiden katsotaan sisältävän runsaasti lisäaineita. Myös Holmin (2003) mukaan lisäaineiden ja erilaisten haitallisiksi koettujen aineiden jäämien välttäminen ruoassa on yksi tapa, jolla kuluttajat jäsentävät terveellistä ja turvallista syömistä.

Suosimisen strategia on kääntöpuoli välttämisen strategialle. Sen avulla kuluttajat poimivat ruokakoriinsa sellaisia tuotteita ja ruokia, joiden uskotaan olevan turvallisia ja usein terveyttä edistäviä. Suosimisen strategia korostaa ruoan turvallisuuden ohella myös monia muita ruokaan liittyviä ulottuvuuksia, joita pidetään tavoiteltavina. Esimerkiksi eettisiä ja ekologisia valintoja lähestytään ruokapäiväkirjoissa useammin suosimisen kuin välttämisen avulla. Tyypillisiä käytännön esimerkkejä strategiasta ovat vähärasvaisten tuotteiden, kotimaisen ruoan, luomuruoan tai tietyn tuotemerkin suosiminen.

Varuillaanolon strategia

Välttäminen ja suosiminen voivat kohdistua yksittäisten tuotteiden sijasta myös elintarvikeketjun toimijoihin. Turvallisuussyistä vältetään esimerkiksi pikaruokapaikkoja, pieniä etnisiä ravintoloita ja kauppoja, joiden tavarankierron ja säilytystilojen ei uskota olevan asianmukaisia. Kun välttäminen kohdistuu tuotteiden sijasta toimijoihin, voidaan toimintaa kuvata myös hieman toisenlaisesta näkökulmasta. *Varuillaanolon strategia* rakentuu pitkälti sille, että kuluttajat eivät ole vakuuttuneita elintarvikeketjun toimivuudesta, ja on siten ilmaus epäluottamuksesta. Kuluttajat tarkkailevat muita toimijoita ja arvioivat heidän toimintansa luotettavuutta. Ruokapäiväkirjoissa kerrottiin esimerkiksi epäiltävän kauppojen omavalvontajärjestelmän toimivuutta, mikä saa kuluttajat seuraamaan kaupoissa kylmäsäilytystilojen lämpötiloja, kaupan ja sen henkilökunnan siisteyttä sekä tuotteiden myyntikelpoisuutta päiväysmerkintöjen avulla.

Aktiivisen kuluttajuuden strategia

Kuluttajien varuillaanolo on omalla tavallaan ilmausta aktiivisuudesta ja tarpeesta kantaa osaltaan vastuuta ruoan laadusta ja turvallisuudesta. Se poikkeaa kuitenkin hengeltään sellaisesta aktiivisuudesta, joka näkyy kuluttajan toiminnassa myös muulla tavoin. *Aktiivisen kuluttajuuden strategia* ei ole niinkään epäluottamuksen värittämää, vaan kertoo pikemminkin kuluttajien halusta kantaa vastuuta ruoan laadusta ja turvallisuudesta. Osa kuluttajista vaikuttaa luottavan siihen, että kukin toimija pyrkii tekemään parhaansa – mihin kuluttajienkin on omalta osaltaan pyrittävä. Tavanomaisia esimerkkejä aktiivisuudesta olivat esimerkiksi oma-aloitteinen ruokaan liittyvän tiedon seuraaminen ja hankkiminen sekä tarkkuus ja huolellisuus ruokaa ostettaessa, kuljettaessa, säilytettäessä ja valmistettaessa. Ruokapäiväkirjoissa mainittiin usein myös ruoan valmistaminen ”itse alusta alkaen”, jonka voidaan ajatella ainakin jossain määrin edustavan kuluttajan aktiivisuutta. Itse tekeminen voi ulottua oman keittiön ulkopuolelle esimerkiksi omatarveviljelynä sekä marjojen ja sienten keräilynä. Ottamalla mahdollisimman suuri osa ruoan tuotannosta omaan haltuun kuluttajat voivat kokea varmistuvansa monista ruoan ominaisuuksista: turvallisuudesta, alkuperästä, laadusta, terveellisyydestä ja mausta. Aktiivisen kuluttajuuden strategia näyttäisi toimivan erityisesti mikrobiologisten riskien haltuun ottamisessa.

Kohtuullisuuden ja monipuolisuuden strategia

Yksi toimintastrategia esiintyi pohdinnoissa muita useammin. *Kohtuullisuuden ja monipuolisuuden strategialla* otetaan haltuun laajasti niin ruoan turvallisuuteen kuin terveellisyteen liittyviä kysymyksiä. Kohtuullisuus ja monipuolisuus saivat sisältönsä pitkälti yleisestä ravitsemusvalistuksesta (ks. Suomalaiset ravitsemussuositukset 1998). Kuluttajat esimerkiksi painottivat kohtuullisuuden ja monipuolisuuden yhteydessä ruokavalion kokonaisuutta yksittäisten elintarvikkeiden ja ruokien sijasta. Kohtuullisuus ja monipuolisuus sisältää ajatuksen joustavuudesta ja kuluttajien omasta kyvystä arvioida valintojaan.

Kohtuullisuuden ja monipuolisuuden strategian avulla voidaan rakentaa terveellinen ja vaihteleva perusruokavalio, joka mahdollistaa herkuttelun ja satunnaiset poikkeamat epäterveelliseen suuntaan. Se takaa yhtäältä erilaisten ravintoaineiden riittävän saannin, toisaalta taas pienentää erilaisten haitallisten aineiden kertymiä ja niistä aiheutuvia riskejä. Joustavuutensa takia se on monin tavoin arkea helpottava tapa toimia. Syömällä kaikkea kohtuullisesti ja monipuolisesti voi vapautua pohtimasta jokaisen yksittäisen valinnan turvallisuutta tai terveellisyyttä.

Kun muita strategioita voidaan kuvailla yksittäisen keinojen avulla varsin yksityiskohtaisesti, kohtuullisuus ja monipuolisuus saavat huomattavasti väljempää tulkintoja. Se, mikä on yhdelle kohtuullista ja monipuolista, voi edustaa toiselle aivan jotain muuta. Kohtuullisuus on sinällään jo käsitteenä mukavan tulkinnanvarainen niin, että lopulta mikä tahansa on kohtuullista. Osa kuluttajista korostaa kohtuullisuuden ja monipuolisuuden yhteydessä ”oikeaoppista” ruokavaliota, osa myös liikunnan merkitystä (ks. Niva & Piironen 2005). Heidän pohdinnoissaan ravitsemusvalistus ja asiantuntijanäkemykset turvallisesta ja terveellisestä syömisestä niveltäytyvät laajemmin osaksi kuluttajien tulkintoja siitä, millaista on hyvä, terve elämä. Heidän kohtuullisuutensa saattaakin olla käytännössä huomattavasti rajoitetumpaa kuin kuluttajilla, jotka määrittelevät kohtuullisuuden omiin kokemuksiinsa ja kertyneeseen tietämykseensä vedoten.

Maalaisjärjen strategia

Usein juuri kohtuullisuuteen ja monipuolisuuteen liitettiin luontevasti ”maalaisjärjen” käyttö. Osa kuluttajista käyttääkin kohtuullisuutta ja monipuolisuutta retorisesti eräänlaisena maalaisjärjen ilmentymänä. Silloin ei kuitenkaan enää viitata ravitsemusvalistuksen keskeiseen sisältöön, vaan todetaan, että ”jokaisella ihmisellä on aivot ja terveen järjen

käyttö on sallittua”. Kysymys on ikään kuin jonkinlaisesta luonnollisesta lainalaisuudesta, jonka mukaan ”normaalille” ihmiselle kertyy tietoa ja kokemusta arjessa elämällä.

Timonen (2002) on tarkastellut kuluttajien toimintatapoja arkisena järkeilynä, jossa kuluttajat jäsentävät todellisuutta tyypittelemällä. Tyypittely on kokemusten yksinkertaistamista valintaa ohjaaviksi vihjeiksi ja näkyy käytännössä päättelysääntöinä. Ruokapäiväkirjoissa esiintynyt maalaisjärki on arkista ajattelua, jossa näkyvät juuri edellä mainitut kokemusten merkitykset sekä pyrkimys yksinkertaistaa valintoja ja toimintaa. Arkinen ajattelu näyttäisi rakentuvan pitkälti omiin ja läheisten kokemuksiin. Kokemusten vaikutus tuli parhaiten esiin silloin, kun kuluttajat tai heidän läheisensä olivat kokeneet ruokamyrkytyksen. Ikävä kokemus saattaa saada aikaan jyrkkiä muutoksia ruokatottumuksissa. Samoin sillä, mitä on itse voitu havaita omin silmin, voi olla suuri merkitys. Esimerkiksi lomamatkalla nähdyt Saksan moottoriteiden varsilla kasvatetut kasvikset ja vilja riittävät syyksi olla valitsematta saksalaiskasviksia tai -viljatuotteita.

Arkiseen ajatteluun näyttäisi usein kuuluvan informaation suhteuttaminen ja ehdollistaminen kysymällä, kuinka suurelta riski vaikuttaa ja koskeeko se erityisesti minua tai perhettäni. Tyypillisesti ruoka-aineeseen tai ruokaan liittyvää riski-informaatiota arvioidaan suhteessa ruoan käyttömääriin ja -kertoihin. Esimerkiksi lisäaineisiin liittyvät riskit voidaan hyväksyä harvoin syötävissä tuotteissa, kun taas perusruokavalioista ne pyritään karsimaan pois. Usein kuluttajat päätyivät siihen, ettei informaatio koske juuri heitä. Tilanne olisi kenties toinen, jos he esimerkiksi olisivat raskaana, jos heillä olisi pieniä lapsia tai jos he olisivat allergisia joillekin informaatioissa esiintyvillä ruoka-aineilla.

Kuluttajien vetoaminen omaan tietämykseen ja osaamiseen nosti esiin myös omien aistien merkityksen ruoan laadun ja turvallisuuden arvioinnissa. Erityisesti mikrobiologisten riskien arvioinnissa tunnutaan luotettavan vahvasti omaan aistinvaraiseen arviointiin viimeistään silloin, kun muut keinot arvioida ruoan tuoreutta ja laatua ovat vähissä. *Maalaisjärjen strategiassa* hyödynnetään siten sekä kertynyttä tietoa että osaamista.

Yhden ohjenuoran strategiat – esimerkkinä hinta

Ruokapäiväkirjat osoittivat, että jotkin yksittäiset ruokaan liittyvät tekijät voivat muodostaa kuluttajille pääasiallisen tavan toimia ruokavalintoja tehtäessä. Osin kysymys on olosuhteellisista tekijöistä, osin kuluttajalle itselleen merkityksellisistä ruokaan ja syömiseen liittyvistä arvoista. Hinta esiintyi tällaisena ohjenuorana siinä määrin, että voidaan puhua *hinnan*

strategiasta. Hinta muodostaa ruoan valintaa yksinkertaistavan strategian, kun se absoluuttisena määränä ohjaa valintaa ja vapauttaa pohtimasta ainakin joiltakin osin ruoan muita ulottuvuuksia. Pienet tulot voivat pakottaa valitsemaan edullisimpia tuotteita silloinkin, kun jokin kalliimpi, mutta vaikkapa eettisemmäksi tai turvallisemmaksi koettu tuote houkuttelisi puoleensa. Usein hinta suhteutettiin kuitenkin laatuun, jolloin hinnan ohjaavuus valintatilanteissa vaikutti enemmän valinnalta kuin pakolta. Hinta tarjoaa selkeän – ja ostotilanteessa myös nopean – valintaperusteen etenkin silloin, kun tuotteiden välisiä eroja on vaikea havaita. Esimerkkinä mainittiin kauppojen private label -tuotteet silloin, kun niiden valmistajat ovat samoja kuin vastaavissa kalliimmissa tuotemerkeissä. Hinnan avulla voidaan tehdä päätelmiä myös turvallisuudesta. On olemassa ”epäilyttävän” edullisia tuotteita, ja päinvastoin, kalliimmassa tuotteessa koetaan monesti maksettavan turvallisuudesta.

Huolettomuuden strategia

Osassa pohdintoja toimintaa kuvailtiin lähtökohtaisesti hieman eri tavoin kuin edellä. Osa kuluttajista työntää ruoan turvallisuuden pohdinnat takalalle, koska niitä pidetään toissijaisena tai jopa merkityksettöminä. Ruoan turvallisuuden sijasta voidaan keskittyä sellaisiin ruoan ulottuvuuksiin, joita pidetään merkityksellisempinä. Tyypillisesti esille tulivat ruoan makuun ja mieltymyksiin liittyvät tekijät sekä ruoan merkityksen korostaminen nautintona ilman uhkakuvia. Usein pohdintojen taustalla löytyy se, että kuluttajat kokevat voivansa tehdä valintojaan vahvan luottamuksen ilmapiirissä. Jotkut pitivät lähes absurdina ajatusta siitä, että ruoan laatua ja turvallisuutta pitäisi pohtia. Absurdiksi pohdinnan tekee toisaalta se, että tarjolla olevan ruoan tiedetään olevan turvallisempaa kuin ehkä koskaan aiemmin; toisaalta se, että samanaikaisesti suurelle osalle maapallon väestöstä todellinen ruokariski on ruoan riittämättömyys.

Pulmallinen informaatio

Kuluttajat perustelivat käytäntöjään viittaamalla tavalla tai toisella ruokaan ja syömiseen liittyvään informaatioon. Useimmiten he vetosivat kuitenkin asiantuntijatiedon sijasta omaan kokemukseensa ja tietämykseensä esimerkiksi siitä, mikä on turvallista ruokaa. Tällainen arkiarjattelu viittaa samanaikaisesti sekä toimintaan ja osaamiseen että tietoon. Niva ja Piironen (2005) tarkastelevat asiantuntijatiedon rinnalla

kuluttajien tietämystä maallikkotietona, johon he sisällyttävät sekä tietämisen, soveltamisen että tekemisen.

Arkiajattelu korostui usein vastakkainasetteluna muun ruokainformaation kanssa. Se tuli ilmi erityisesti pohdintaosion esimerkissä viranomaisuuksista. Suhtautuminen suosituksiin vaikutti osin varaukselliselta, osin lähes välinpitämättömältä. Näin siitäkin huolimatta, että suomalaiskuluttajien on todettu luottavan elintarvikealan viranomaisiin ja asiantuntijoihin varsin hyvin (Piironen ym. 2004). Halua suositusten seuraamiseen ja soveltamiseen nakertavat informaation ja informaatiolähteiden luotettavuuteen kohdistuvat epäilyt. Taustalla saattaa vaikuttaa se, etteivät kuluttajat tee tai edes pysty tekemään eroa erityyppisen ruokainformaation välillä, vaan siihen suhtaudutaan kokonaisvaltaisesti riippumatta, mistä lähteestä tieto on peräisin.

Tämä näkyi ruokapäiväkirjassa kuluttajien ottaessa oma-aloitteisesti esiin ”ruokakohut” viranomaisuuksien yhteydessä. Osa kuluttajista käsitteli ruokaan kohdistuvaa informaatiota kokonaisuutena, johon kuuluivat esimerkiksi niin viranomaisuuksien, erilaiset tutkimustulokset kuin myös kuluttajien ruokakohuiksi jäsentämät ilmiöt. Ruokakohuihin liittyy sekä viranomaisten kannanottoja että laajaa julkista keskustelua eri medioissa, mikä voi olla omiaan hämärtämään käsityksiä siitä, mihin informaatio perustuu tai mikä on sen nimenomainen lähde. Kun kaikki informaatio kategorisoidaan samanarvoiseksi, jokin epäilyttävä informaatio saattaa leimata suhtautumista ruokaa koskevaan informaatioon laajemminkin.

Riippumatta siitä, kertoivatko kuluttajat noudattavansa viranomaisuuksia tai ei, yhteistä heidän pohdinnoissaan oli, että informaatiota kuvattiin monin tavoin ongelmallisena. Päiväkirjoissa toistuvat näkemykset siitä, että ruoan laatuun ja turvallisuuteen liittyvää informaatiota on liikaa tarjolla, se on nopeasti muuttuvaa ja usein jopa ristiriitaista aiemman tietämyksen kanssa. Tyypillinen näkemys informaatiosta on, että ”sitä tulee ja menee” ja usein uusi informaatio kumoo aiemmin annettua informaatiota (ks. Holm 2003). Moneen otteeseen mainittiin, ettei arjen sujuminen olisi ylipäätään mahdollista, jos pyrkisi kirjaimellisesti noudattamaan jokaista ruokaan ja syömiseen kohdistuvaa suositusta – saatikka soveltamaan kaikkea ruoan laadusta ja turvallisuudesta annettua informaatiota. Ongelmana ei niinkään ole kuluttajien tiedon vaje, vaan tiedon hyödyntämisen hankaluus (ks. Holm & Palojoki 2004).

”Mutta arki on arkea...”

Kuluttajat tarkastelivat ruoan laadun ja turvallisuuden kysymyksiä ruokapäiväkirjoissa laajasti arjen toiminnan kontekstissa pohtien niin ruoan valintaa kuin myös ruoan kuljettamista, säilyttämistä, valmistusta sekä syömistä. Laaja toiminnan kehys toi esiin sekä yksittäisiä keinoja laadun ja turvallisuuden haltuun ottamiseksi että auttoi suhteuttamaan kuluttajien näkemyksiä ruoan turvallisuudesta myös muihin ruoan ulottuvuuksiin. Ruoan laatu ja turvallisuus ovat läsnä ruoan valinnassa ja arjen toiminnassa, mutta niin ovat monet muutkin tekijät, kuten esimerkiksi ruoan tuotannon eettisyys ja ekologisuus taikka ruoan hinta.

Ruokapäiväkirja kuluttajien toiminnan kuvaajana

Ruokapäiväkirja toimi menetelmällisenä kokeiluna hyvin. Pohdintaosio tuotti kuitenkin toiminnan kuvauksen sijaan enemmän kuvausta siitä, miten kuluttajat *suhtautuvat* ruoan laadun ja turvallisuuden kysymyksiin ja miten he pääsääntöisesti *pyrkivät* toimimaan – ja jossain määrin myös ideaaleista, joihin arjessa ei aina voida yltää. Kysymys on siten pikemminkin toimintapyrkimyksistä tai siitä, miten pääsääntöisesti toimitaan, eikä niitä pidä nähdä liian ankarina käyttäytymisen ohjenuorina. Pyrkimykset sisältävät toki ajatuksen siitä, mikä on kuluttajien mielestä tavoiteltavan arvoista ja siten merkityksellistä kuluttajille. Sen sijaan ostospäiväkirjat, kaikessa yksinkertaisuudessaan ja suoraviivaisuudessaan, valaisivat mielenkiintoisella tavalla, miten kompleksisista ja kompromisseja vaativaa ruoan valinta käytännössä on (ks. myös Palojoki & Tuomi-Gröhn 2001). Tavoitteet eivät aina toteudu ja ne voivat myös muuttua toisiksi.

Kysymyksenasettelulla lienee oma vaikutuksensa eri osioiden tuottamien kuluttajanäkemyksen eroihin. Pohdintaosion esimerkeissä tietyt ruokariskit ja ruokaan liittyvät kysymyksethän annettiin valmiina, kun taas ostospäiväkirjoissa kuluttajat saattoivat vapaasti valita, mistä näkökulmasta he tarkastelevat ostoksiaan. Enemmän kysymys on ehkä kuitenkin siitä, että pohdintaosio ja ostospäiväkirjat kertovat kuluttajien arjesta hieman eri näkökulmista. Ostospäiväkirjoissa lähestyttiin kuluttajien toiminnan ja arvojen välistä kuilua, jonka tutkimisen menetelmiä on jatkossa kehitettävä edelleen. Nyt käytetyn menetelmän arviointiin palataan myöhemmin tutkimushankkeen muun raportoinnin yhteydessä.

Luottavaiset kuluttajat

Ruokapäiväkirjat vahvistavat aiempaa käsitystä varsin luottavaisista suomalaiskuluttajista (ks. Piironen ym. 2004). Tästä huolimatta on olemassa ehdottomasti vältettäviä ruokia, ruoan laatua ja turvallisuutta uhkaavia tilanteita ja olosuhteita, pelottavia omakohtaisia kokemuksia tai läheisten huonoja kokemuksia, jotka saavat kuluttajat varuilleen. Tyypillisimmin huolenaiheet näyttäisivät liittyvän ruoan kemiallisiin ja mikrobiologisiin riskeihin, kuten ruoan sisältämiin lisäaineisiin ja vieraiden ja haitallisten aineiden kertymiin sekä ruoan säilymiseen pilaantumattomana elintarvikeketjussa. Sen sijaan ravitsemukselliset riskit näyttäytyvät usein vähemmän uhkaavina, osin olettavasti siksi, että kuluttajat voivat kokea riskien olevan varsin hyvin kontrolloitavissa – ja usein myös kuluttajien omalla vastuulla. Kuluttajien näkemykset ruokariskeistä vastaavat hyvin aiempaa tutkimusta, jonka mukaan kuluttajat ovat taipuvaisia huolestumaan riskeistä, joihin he eivät koe voivansa vaikuttaa. Käytännössä tämä voi näkyä siten, että kuluttajat yliarvioivat pienten riskien merkitystä ja aliarvioivat suurten riskien merkitystä silloin, kun riskien 'pienuus' ja 'suuruus' määritellään asiantuntijanäkökulmasta. (ks. esim. Viscusi 1998, Redmond & Griffith 2004, Maijala 2001.)

Se, että kuluttajat näkevät ruoassa piilevän riskejä, ei kuitenkaan esiintynyt erityisen hälyttävänä ruokavalintoja jäsentävänä piirteenä. Jopa päinvastoin, päiväkirjat luovat kuvan varsin osaavista kuluttajista – osaamista on myös se, että riskejä tunnistetaan ja niistä *osataan* olla huolissaan. Kuluttajat kokevat pystyvänsä arvioimaan riskien merkitystä oman toiminnan kontekstissa. Osaaminen perustuu kuluttajien mukaan pitkälti heidän kokemuksiinsa ja omaan tietämykseen, johon usein viitattiin maalaisjärkenä.

Tietäväiset kuluttajat

Ruokapäiväkirjat tarjosivat vihjeitä siitä, miten informaatio rakentuu osaksi kuluttajien omaa tietämystä. Yksi keskeinen ominaispiirre tällaisen arkiarvioinnin rakentumisessa vaikuttaisi olevan sen 'hitaus'. Paljoon ja muuttuvaan informaatioon on arjen sujumisen kannalta järkevää suhtautua rauhallisesti. Kuluttajien kokemusten mukaan vasta ajan kuluessa nähdään, mikä informaatio on pysyväluonteista ja käytäntöön soveltamisen arvoista. Silloinkin uuden informaation olisi oltava sellaista, että se voidaan liittää ristiriidattomasti osaksi jo olemassa olevaa tietämystä ja käytäntöjä. Ruoan terveellisyteen ja turvallisuuteen

liittyvän asiantuntijatiedon etäisyys käytännön elämästä hankaloittaa tiedon soveltamista arjessa (ks. myös Holm 2003).

Maalaisjärki näyttäisi kasvavan hitaasti ajassa sisältäen sekä kuluttajien että heidän läheistensä kokemuksia, mutta myös informaatiota, joka on voitu omaksua osaksi aiempaa tietämystä. Osin lähes piittaamattomalta vaikuttava suhtautuminen viranomaissuosituksiin ja muuhun ruokainformaatioon onkin ehkä enemmän kannanottoa informaation muotoon (esim. sirpalemaisuus) kuin itse sisältöön. Sisältö puolestaan saattaa löytyä kuluttajien näkemyksistä ja arki ajattelusta, kunhan informaation omaksu-
misen prosessille annetaan riittävästi aikaa. Äkkinäiset kohut saavat aikaan ehkä hetkellisesti jyrkkiä muutoksia ruokatottumuksissa, mutta vanhoilla tottumuksilla on taipumus palata ennalleen. Sen sijaan juuri ravitsemusvalistuksen kaltainen informaatio näyttäisi aikaa myöten rakentuvan osaksi kuluttajien tietämystä. Juuri näin näyttää käyneen ravitsemusvalistuksesta omaksuttujen kohtuullisuuden ja monipuolisuuden käsitteiden kanssa, jotka tuntuivat istuvan hyvin osaksi kuluttajien arkista ajattelua, heidän tietämystään ja puhettaan.

Osaavaiset kuluttajat

Tietämyksensä lisäksi kuluttajat ilmaisevat omaavansa myös keinoja riskien torjumiseksi tai pienentämiseksi. Tosin vahva luottamus omaan osaamiseen saattaa osaltaan ilmentää kuluttajien taipumusta arvioida omat riskinhallintakyvyt muiden kuluttajien kykyjä paremmiksi – jopa ylioptimistisuuteen asti (ks. Redmond & Griffith 2004, Miles ym. 2004).

Pohdintaosio tuotti runsaasti esimerkkejä yksittäisistä keinoista niin ruokariskien hallinnassa kuin myös kuluttajille tärkeiden ruoan ominaisuuksien tavoittelussa. Keinojen pohjalta hahmotettiin toimintastrategioita, jotka kuvaavat laajempia ruoan laatuun ja turvallisuuteen liittyviä käyttäytymisen kokonaisuuksia. Toimintastrategioiden avulla kuluttajat yksinkertaistavat arjen sujumista etsimällä tapoja toteuttaa heille merkityksellisiä ruoan ja syömisen ulottuvuuksia, kuten ruoan laatua ja turvallisuutta, mutta myös monia muita ulottuvuuksia (ks. Mäkelä 2002).

Ruokapäiväkirjoista hahmotettiin *kahdeksan toimintastrategiaa*, joilla ruoan laatua ja turvallisuutta hallitaan: välttämisen, suosimisen, varuillaolon, aktiivisen kuluttajuuden, kohtuullisuuden ja monipuolisuuden, maalaisjärjen, yhden ohjenuoran sekä huolettomuuden strategiat. Strategioihin päädyttiin tarkastelemalla yksittäisiä riskien hallinnan keinoja aineistolähtöisesti erityisesti kuluttajien luottamuksen ilmausten sekä kuluttajien aktiivisuuden ja vastuullisuuden näkökulmista. Strategioita voitaisiin toki hahmotella muistakin lähtökohdista. Brunel & Pichon (2004) päätyivät neljäntyyppisiin strategioihin: yhtäältä tunteeseen perus-

tuviin välttämisen ja yksinkertaistamisen strategioihin, toisaalta ongelmasuuntautuneisiin selventämisen ja konfrontaation strategioihin, joissa viimeksi mainituissa korostuivat erityisesti kuluttajien aktiivisuus ja informaation merkitys. Erilaisista lähtökohdista huolimatta strategioissa on havaittavissa monia yhtymäkohtia.

Toimintastrategiat voivat vaihdella eri tilanteissa ja erilaisten ruoan laadun ja turvallisuuden kysymyksissä. Esimerkiksi välttämisen strategialla otetaan haltuun riskejä, joita pidetään suurina, kuten kemiallisista riskeistä lisäaineet ja yleensä vieraiden ja haitallisten aineiden kertymistä ruoassa (ks. Holm 2003). Mikrobiologisten riskien yhteydessä puolestaan korostui aktiivinen kuluttajuus pitäen sisällään asianmukaisen ruokien kuljetuksen, säilyttämisen ja valmistuksen. Kuluttajien toiminta näyttäisi hyvin loogiselta. Viranomaisien ohjeet siitä, miten ruokamyrkytyksiä voidaan välttää kotiooloissa, näyttävät menneen hyvin perille ja ainakin pohdinnoissaan kuluttajat painottavat omaa aktiivisuuttaan ja sen merkitystä mikrobiologisten riskien yhteydessä. Sen sijaan riskit, joihin ei voida vaikuttaa, on otettava haltuun muilla keinoin.

Yksi ja sama kuluttaja voi soveltaa useita strategioita. Kysymys ei ole toisensa poissulkevista tavoista toimia. Päinvastoin, erilaisten strategioiden soveltaminen tilanteen mukaan helpottaa kuluttajien arkea. Toimintastrategioita yhdistääkin usein niiden *joustavuus*; kuluttajat voivat suosia periaatteessa esimerkiksi luomutuotteita, mutta saatavuuden, laadun ja hinnan vaihdellessa voidaan valita myös toisin. Toinen luonteenomainen piirre toimintastrategioille on, että ne ovat kuluttajien valintoja ja muuta toimintaa *yksinkertaistavia*. Esimerkiksi välttämisen ja suosimisen strategian ajatus on erotella tuotteita pelkistetysti hyväksi ja pahoiksi, ja näin helpottaa käytännön valintoja. Kolmas toimintastrategioita luonnehtiva tekijä on se, että kaikilla strategioilla on taipumus muodostua ajan myötä *rutiineiksi*. Rutiinit ja niiden merkitys arjen hallinnan keinoina näkyivät jossain määrin kaikkien kuluttajien pohdinnoissa.

Rutiinit ostospäiväkirjoissa

Rutiinien avulla voidaan ottaa haltuun ei ainoastaan laadun ja turvallisuuden, vaan laajasti mitä erilaisimpia ruokaan liittyviä kysymyksiä. Rutiinit rakentuvat vahvasti kuluttajien omiin kokemuksiin ja tulevat esiin erityisesti ruoan valintatilanteessa. Rutiinivalinnat vaikuttavat lähes tiedostamattomalta toiminnalta, mutta todellisuudessa niihin saattaa olla sisäänrakennettuna paljon arvostuksia ja asenteita. Rutiineissa toiminta on yksinkertaistettu siten, että kuluttajat voivat pienin signaalein toimia totutulla tavalla. Esimerkiksi ostettaessa rutiinit näkyvät entuudestaan tuttujen tuotteiden poimimisena ostoskoriin nopean pakkauksen ulko-

näköön vilkaisemisen perusteella – tai rutiiniostospaikassa suunnistamisena tutulle hyllylle, josta tietää tietyn tuotteen löytyvän. Silti kehittyminen rutiinivalinnaksi on saattanut olla pitkällisen pohdinnan tulos siitä, mitä kuluttaja pitää vaikkapa turvallisena, laadukkaana tai terveellisenä itselleen. Rutiinit ovat siten pohdinnoista riisuttuja valintoja, jotka luovat turvallisuutta tuttuutensa ansiosta. Päiväkirjojen perusteella tämä 'riisuminen' näyttäisi tapahtuvan pikkuhiljaa kuluttajien kokemuksen ja tietämyksen kertyessä – ja ainakin hyvissä ajoin ennen ostostilanteeseen joutumista. Joustavuus, yksinkertaisuus ja rutiinit viittaavat kaikki viime kädessä siihen, mikä on toimintastrategioiden ydin. Ne ovat kuluttajien keino hallita arkaan muuttuvassa, monimutkaisessa ja informaatiokylläisessä toimintaympäristössä.

Pohdintaosiosta hieman poiketen ostospäiväkirjat kuvaavat sitä, miten strategiat näkyvät käytännön valintatilanteissa. Suurin osa valinnoista oli kuluttajille tavanomaisia eikä niitä juurikaan pohdittu. Tyypillisimmin todettiin tuotteen olevan entuudestaan tuttu ja siten turvallinen valinta – eikä sitä siten ollut aihetta pohdiskella. 'Turvallisuus' näytti ostospäiväkirjoissa usein saavan hieman emotionaalisen sävyn kuluttajien vedotessa tuotteen herättämään "turvallisuuden tunteeseen". Ostospäiväkirjat näyttivät käytännönläheisesti sen, mihin rutiinien viehättävyys paljolti perustuu: toimimalla totutulla tavalla säästää aikaa ja vaivaa, koska "eipähän ainakaan tarvitse jäädä miettimään". Vaikutti siltä, ettei ostostenteko ole kovin otollinen vaihe päästä käsiksi valintojen taustalla vaikuttaviin tekijöihin. Rutiininomaisten valintojen mahdollinen pohdiskelu on tapahtunut jo ennen tutun tavarankäynnin hyllystä.

Poikkeukselliset rutiinit

Tilanne on hieman toinen, kun rutiiniostosten sijasta päädytäänkin johonkin tavanomaisesta poikkeavaan valintaan. Poikkeuksellisuus toi paremmin esiin valintojen perusteluja ja pohdintaa. Ostospäiväkirjat toimivatkin parhaimmillaan juuri kuvauksena siitä, miten monimutkaisia ja -ulotteisia kuluttajien valinnat ovat. Pääsääntöisesti voidaan pyrkiä valitsemaan esimerkiksi vähärasvaisia tuotteita, mutta käytännön valintatilanne on altis lukuisille eri tekijöille, jotka voivat saada kuluttajat tekemään myös heidän tavalliseen toimintatapaansa kuulumattomia valintoja. Poikkeukset esiintyvät ostospäiväkirjoissa niin usein, että ne saavat miettimään, ovatko poikkeukset itse asiassa yhdenlaisia rutiineja, jotka samalla ilmentävät kuluttajien käyttäytymisen joustavuutta.

Ostospäiväkirjat muistuttivat ruoan ja syömisestä monista ulottuvuuksista. Kuluttajat saivat tarkastella valintojaan väljin ohjein miettimällä sitä, mikä heille on ylipäättään merkityksellistä valinnoissaan. Tällöin ruoan

turvallisuus oli vain yksi ominaisuus muiden joukossa, ja useimmin valintojen perustelut olivat alkuperään, laatuun ja terveellisyyteen liittyviä (ks. Green ym. 2003). Valinnat eivät enää herättäneet ajatuksia suoranaista pelosta, huolista tai epäilyksistä. Osin siksi, että kuluttajat valitsivat turvalliseksi kokemiaan tuotteita; osin ehkä siksi, ettei aihetta huoleen koeta olevan.

Ostospäiväkirjoissa keskityttiin ruokavalintoihin käytännössä. Ne osoittivat eroja yhtäältä pohdintojen, toisaalta 'todellisen' toiminnan välillä. Vastaavalla tavalla voidaan olettaa eroja löytyvän myös ruoan säilytyksessä ja valmistuksessa siinä, miten kuluttajat kuvailevat toimivansa ja miten arjessa toimitaan. Kuluttajat eivät yksinkertaisesti toimi aina samalla tavalla. Silloinkin, kun tiedetään miten tulisi toimia, voidaan toimia toisin monesta syystä. Claytonin ym. (2003) tutkimuksessa ajanpuute osoittautui tavallisimmaksi perusteluksi sille, miksi kuluttajat eivät aina sovelle tietämystään. Asiantuntijanäkökulmasta kuluttajien toiminta voi näyttäytyä usein epäloogisena ja sisältävän riskejä. Mutta sen voidaan ajatella olevan osin myös osoitusta kuluttajien 'tilanneherkkyydestä'; arki on monivaihteista ja kuluttajien käyttäytyminen sen mukaista.

Lähteet

- Berg L, Kjærnes U (2001) "Consumers and food safety policies in the Nordic countries". In: Eating patterns. A day in the lives of Nordic peoples. Ed. by U Kjærnes, 235–254. The National Institute for Consumer Research. Report No 7.
- Brunel O, Pichon P-E (2004) Food-related risk-reduction strategies: Purchasing and consumption processes. *Journal of Consumer Behaviour* 3 (4) 360–374.
- Clayton DA, Griffith CJ, Price P (2003) An investigation of the factors underlying consumers' implementation of specific food safety practices. *British Food Journal* 105 (7) 434–453.
- Douglas M, Wildavsky A (1982) Risk and culture. An essay on the selection of technological and environmental dangers. University of California Press.
- Eskola J, Suoranta J (1998) Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Tampere.
- Fischler C (1990) L'Homnivore. La goût, la cuisine et le corps. Editions Odile Jacob.
- Fishbein M, Ajzen I (1975) Belief, Attitude, Intention and Behaviour: an introduction to theory and research. Addison-Wesley. Reading.
- Green JM, Draper AK, Dowler EA (2003) Short cuts to safety: risk and 'rules of thumb' in accounts of food choice. *Health, risk & society* 5 (1) 33–52.

- Heiskanen E, Järvelä K, Pulliainen A, Saastamoinen M, Timonen P (2005) Kuluttajat äänessä! – Kokemuksia ryhmäkeskustelusta Kuluttajatutkimuskeskuksen toiminnassa. Teoksessa *Vox consumptoris – Kuluttajan ääni*. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005. Toim. J Leskinen, H Hallman, M Isoniemi, L Perälä, T Pohjoisaho, E Pylvänäinen. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Holm L (2003) Food health policies and ethics: lay perspectives on functional foods. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 16 (6) 531–544.
- Holm L, Palojoki P (2004) Consumers and society, some concluding comments. In: *Learn for life, Consumers and Society in Dialogue. A Conference Report*. Ed. by K Hjalmskog, H Åberg, 70–75. Swedish Committee for Home Economics. Mölnlycke.
- Järvelä K (1998) Kuluttajien käsitykset lihasta ja liha-alasta – laadullinen tutkimus. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 14/1998. Helsinki.
- Kantanen T (2002) Kuluttaja luomuvallinnassa edessä. Tutkimus päivittäistavaroihin liitettyjen laaja-alaisen kulutusseuraamusten hyväksymisestä ja torjunnasta. Vaasan yliopisto. (Väitöskirja). Vaasa.
- Kjærnes U (1999) Food Risks and Trust Relations. *Sociologisk tidskrift* 7, 265–284.
- Luhmann N (1993) *Risk: A Sociological Theory*. Walter de Gruyter. Berlin, New York.
- Maijala R (2001) Elintarvikeriskien suhteuttaminen on vaativaa. *Kehittyvä Elintarvike* 12 (3), 8–9.
- Miles S, Brennan M, Kuznesof S, Ness M, Ritson C, Frewer LJ (2004) Public worry about specific food safety issues. *British Food Journal* 106 (1), 9–22.
- Mäkelä J (2002) Syömisrakenteen ja kulttuurin vaihtelu. (Väitöskirja). Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Männistö S, Ovaskainen M-L, Valsta L (2003) (toim.) *Finravinto 2002 -tutkimus*. Kansanterveyslaitoksen julkaisuja B3/2003.
- Niva M, Piironen S (2005) ”Kohtuudella kaikkea”. Maallikot ja asiantuntijat terveellisestä syömisestä. Teoksessa *Vox consumptoris – Kuluttajan ääni*. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005. Toim. J Leskinen, H Hallman, M Isoniemi, L Perälä, T Pohjoisaho, E Pylvänäinen. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Palojoki P, Tuomi-Gröhn T (2001) The complexity of food choices in an everyday context. *International Journal of Consumer Studies* 25 (1) 15–23.
- Piironen S, Mäkelä J, Niva M (2004) Luottavaiset suomalaiset? Kuluttajan näkemykset ruoan turvallisuudesta. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 4/2004. Helsinki.
- Poppe C, Kjærnes U (2003) *Trust in Food in Europe. A Comparative Analysis*. National Institute for Consumer Research. Professional Report 5/2003. Oslo.
- Redmond EC, Griffith CJ (2004) Consumer perceptions of food safety risk, control and responsibility. *Appetite* 43 (3), 309–313.

- Salvatore A, Sassatelli R (2004) Trust and Food. A Theoretical Discussion. Working Paper 1. [WWW-dokumentti].
<<http://www.trustinfood.org/SEARCH/BASIS/tif0/all/wp/DDD/70.pdf>>
- Suomalaiset ravitsemussuositukset. Komiteamietintö 1998:7. Valtion ravitsemusneuvottelukunta. 2. painos. Maa- ja metsätalousministeriö. Helsinki.
- Timonen P (2002) Pyykillä. Arkinen järkeily ja ympäristövastuullisuus valinnoissa. (Väitöskirja). Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Tuomisto J (2001) Ruoan suuret ja pienet riskit. Kehittyvä Elintarvike 12 (3), 5.
- Viinisalo M, Leskinen J (2000) Turvallista ruokaa pellolta pöytään: kuluttajien laatu käsitykset ja -odotukset asiantuntijanäkemyksen ja tutkimusten pohjalta. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 4/2000. Helsinki.
- Viscusi WK (1998) Risk Beliefs and Individual Rationality. Rational Risk Policy 1 (8) 5–26.
- Wandel M (1994) Understanding Consumer Concern about Food-related Health Risks. British Food Journal 96, (7) 35–40.

”KOHTUUDELLA KAIKKEA”. MAALLIKOT JA ASiantuntijat terveellisestä syömisestä

Mari Niva, Sanna Piironen

Johdanto

Mitä on terveellinen syöminen? Ravitsemussuositusten vastaus kysymykseen on periaatteessa yksinkertainen: se on monipuolisuutta, kohtuullisuutta ja nautittavuutta, minkä lisäksi on syytä kiinnittää huomiota rasvan määrään ja laatuun, suolaan ja sokeriin. Ravitsemuksen avulla voidaan edistää terveyttä ja ehkäistä kansanravitsemusongelmia. (Suomalaiset ravitsemussuositukset 1998.) Suomalaiset syövätkin terveellisemmin kuin koskaan. Ravinto on monipuolistunut, mutta samalla yltäkylläisyys aiheuttaa uudenlaisia ongelmia. Valistuksen korostamaa kohtuuden periaatetta on yhä useamman vaikea noudattaa.

Valistukselle on viime vuosikymmeninä ollut luonteenomaista tieteellinen ja tutkimustietoon perustuva argumentointi, jonka avulla on pyritty ohjaamaan koko väestön syömistä (Lupton 1996). Myös Suomessa voimassa olevat kansalliset ravitsemussuositukset perustuvat tieteellisiin laskelmiin keskimääräisistä ravintoaineiden tarpeista. Vaikka valistuksessa tavoitellaan käytännönläheisyyttä esimerkiksi ”lautasmallilla” tai ”kasviksia puoli kiloa päivässä” -tyyppisillä suosituksilla, on ravintoon ja terveyteen liittyvä tieto kuluttajien näkökulmasta yhä pirstaleisempaa ja yksityiskohtaisempaa. Ennen vain asiantuntijoille avautunut tieto on nyt myös kuluttajien käsillä ja käytettävissä, sillä uudet tutkimustulokset saavat helposti julkisuutta. Samalla terveyden markkinoille ilmestyy jatkuvasti keskenään ristiriitaisia ohjeita terveellisestä syömisestä. Asiantuntijatkin kiistelevät esimerkiksi Atkinsin, GI-dieetin ja perinteisen rasvaa välttävän ruokavalion keskinäisestä paremmuudesta. Uudet

terveysvaikutteisina markkinoidut elintarvikkeet puolestaan kiinnittävät huomion ruokavalion kokonaisuuden sijaan yksittäisiin täsmävaikutuksiin ja sairauksien riskin vähentämiseen tiettyjen tuotteiden avulla.

Terveellistä syömistä ja terveyden edistämistä koskevassa keskustelussa usein kuultu kysymys on, miksi ihmiset, jotka kyllä periaatteessa tietävät, kuinka tulisi syödä, eivät kuitenkaan noudata oppimiaan periaatteita. Yksi lähestymistapa tiedon ja käytännön väliseen kuiluun on asiantuntija- ja maallikkonäkökulmien tarkasteleminen rinnakkain. Sosiologisessa tiedon tutkimuksessa maallikkotiedon ja asiantuntijatiedon eroja on pohdittu jo pitkään. Tieteellisen tiedon ymmärtämistä koskeva tutkimus oli aikaisemmin yksiolotteisen asiantuntijalähtöistä: pohdittiin kansalaisten tiedettä koskevia epäilyjä ja uskottiin tieteen ja sen tuottamien innovaatioiden hyväksyttävyyden parantuvan, kunhan kansalaiset oppivat paremmin ymmärtämään niitä. Tätä ns. tietovajeen mallia on kuitenkin 1990-luvun alusta lähtien kritisoitu siitä, ettei se ota huomioon maallikkotiedon kokemuksellisuutta ja kytkeytymistä arkielämän ongelmiin. Esimerkiksi Brian Wynne (1996) on korostanut asiantuntija- ja maallikkotiedon erilaisia sitoumuksia, lähtökohtia ja ehdollista luonnetta. Simon Locke (2002) on luonnehtinut maallikoiden tapaa tulkita ja soveltaa tietoa arkielämässä ”arjen neuvokkuudeksi”. Tieteellisen tiedon tapaan sekin jättää osan premisseistään paljastamatta ja olettaa ne jaetuiksi. Siksi tiede ja arjen neuvokkuus puhuvat usein eri kieltä tai toistensa ohi.

Artikkelimme lähtökohta on, että maallikoiden terveellistä syömistä koskeva tieto ei ole pelkkää ohjeiden tunnistamista vaan se käsittää myös tavat, joilla tietoa sovelletaan käytäntöön. Tietäminen, soveltaminen ja tekeminen muodostavat kokonaisuuden, jota tässä kutsumme yksinkertaisesti maallikkotiedoksi. Se ei ole tieteellisen tiedon vastakohta, sillä tieteen käsitteet ja tutkimustulokset ovat väistämättä osa arkista ymmärrystä terveellisyydestä. Ajattelemme maallikkotiedon ja asiantuntijatiedon rinnakkaisina ja limittäisinä tiedon muotoina. Haluamme kuitenkin analyttisesti erotella ne toisistaan, sillä kuluttajat ovat ravitsemustiedon suhteen maallikoita ilman alan koulutusta, kun taas ravitsemusasiantuntijat ovat alan ammattilaisia ja päivittäin työssään tekemisissä paitsi neuvonnan myös uusimman tieteellisen tiedon kanssa.

Aineisto ja sen käsittely

Artikkeli pohjautuu tutkimukseen, jossa tarkastellaan kuluttajien ja ravitsemuksen asiantuntijoiden näkemyksiä terveellisestä syömisestä sekä

terveysvaikutteisista elintarvikkeista terveellisen ruokavalion osana.¹⁵ Aineiston muodostavat puolistrukturoidut asiantuntijahaastattelut sekä kuluttajien ryhmäkeskustelut, jotka toteutettiin syksyllä 2004.

Haastattelimme henkilökohtaisesti yhtätoista asiantuntijaa, jotka tekevät aktiivista neuvontatyötä kuluttajien parissa tai joiden toimenkuvaan kuuluu muuten kuluttajien terveellisten ruokatottumusten edistäminen, esimerkiksi tutkimuksen tai tiedotuksen avulla. Haastatellut asiantuntijat toimivat julkisessa ja yksityisessä terveydenhuollossa, järjestöissä sekä tutkimuksessa. Kuluttajat rekrytoitiin Kuluttajatutkimuskeskuksen kuluttajapaneelista pääkaupunkiseudulta. Osallistujiksi haettiin terveysvaikutteisten elintarvikkeiden käyttäjiä ja ei-käyttäjiä. Koska esimerkituotteeksi valittuja kolesterolia alentavia elintarvikkeita käyttävät erityisesti keski-ikäiset ja sitä vanhemmat ikäluokat (esim. Niva ym. 2003), rekrytointi kohdistettiin yli 40-vuotiaisiin. Ryhmäkeskusteluihin osallistui yhteensä 45 kuluttajaa, joista 25 oli naisia ja 20 miehiä. Tulosten tulkinnaassa on huomattava, että osallistujien joukkoa voidaan luonnehtia moninkertaisesti suodattuneeksi näytteeksi suomalaisista kuluttajista. Panelistit ovat melko korkeasti koulutettuja, aktiivisia kuluttajia, jotka haluavat tutkimuksiin osallistumalla vaikuttaa kuluttajien asemaan (ks. Heiskanen ym. 2005). Lisäksi tutkimuskysymys rajaa edelleen osallistujia: moni kertoi tulleen mukaan aiheen – terveellisen syömisen – kiinnostavuuden vuoksi ja valmistautuneensa keskusteluun pohtimalla teemaa etukäteen.

Keskustelut ja haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin teksteiksi. Analyysi eteni vaiheittain siten, että luimme tekstejä ja keskusteluista tekemiämme muistiinpanoja sekä kehitimme luokituksia, joiden pohjalta aineisto koodattiin Atlas/ti-ohjelmalla. Luokitukset perustuivat sekä ennalta päätettyihin keskusteluteemoihin että keskusteluissa esiin nousseisiin ilmiöihin. Artikkelia kirjoittaessamme käytimme koodattuja luokituksia ja palasimme tarvittaessa alkuperäisiin keskustelu- ja haastattelu-teksteihin.

Analyysi paljasti nopeasti asiantuntijoiden ja maallikoiden erilaiset näkökulmat ruokaan ja syömiseen. Kun edelliset puhuvat koulutuksensa ja työnsä tuoman kokemuksen kautta ja kohtaavat ammatissaan erilaisia syömiseen liittyviä ongelmia, kuluttajat lähestyvät asiaa oman arkensa

¹⁵ Artikkelin kytkeytyy kahteen tutkimushankkeeseen. Ensimmäinen näistä on Kuluttajatutkimuskeskuksen hanke ”Kuluttajat, asiantuntijat ja ruoan ravitsemukselliset riskit”, joka on itsenäinen osa VTT Biotekniikan koordinoimassa yhteishankkeessa ”Kuluttajien käsitykset elintarvikkeisiin liittyvistä riskeistä” (2004–2006). Hanketta rahoittaa maa- ja metsätalousministeriö. Toiseksi artikkelia on Mari Nivan osalta kirjoitettu osana Suomen Akatemian rahoittamaa tutkimushanketta ”Elämänsäätelyn käytännöt sekä luonnon ja kulttuurin ongelma” (2004–2006), jota koordinoi Helsingin yliopiston sosiologian laitos (Akatemian päätösnumero 206438).

näkökulmasta. Siten lähestymistavat ovat jossain määrin yhteismitattomia. Ratkaisimme ongelman siten, että lähdimme liikkeelle kuluttaja-aineistosta ja rakensimme analyysin pohjalta artikkelin teemat ja rakenteen. Sitten tutkimme asiantuntijahaastatteluja jäsentäen niiden suhdetta kuluttajiin. Siksi vain asiantuntijoille tyypilliset teemat jäivät tässä artikkelissa vähemmälle huomiolle. Annamme enemmän tilaa kuluttajille ja artikkelimme onkin tässä mielessä ”kuluttajalähtöinen”.

Kuluttajien lähestymistavat terveellisyyteen perustuvat yhtäältä ruokaan liittyviin ”hyvä-paha”-jaotteluihin, joissa tietyt elintarvikkeet tai ainesosat luokitellaan terveellisiksi tai epäterveellisiksi (ks. esim. Warde 1997, Mäkelä 2002). Toisaalta jäsennykset kytkeytyvät myös ruokavalion kokonaisuuteen, jolloin keskustelun kohteeksi asettuu pikemminkin terveellinen *syöminen* kuin terveellinen *ruoka*. Seuraavissa luvuissa etenemme yksittäisistä ruoista ja elintarvikkeista kohti terveellisen syömismonenlaisia merkityksiä. Lopuksi kokoamme tuloksia yhteen ja pohdimme terveellisyyden periaatteiden ja arjen käytäntöjen kohtaamista.

Terveellistä ruokaa

”Kyllä kai paistettu ja rasvanen ruoka pitäis laittaa siihen epäterveiden joukkoon”¹⁶

Sekä kuluttajien että asiantuntijoiden kuvauksissa terveellisyydestä nousevat esiin sellaiset valistuksenkin korostamat asiat kuin runsas kasvisten, hedelmien ja marjojen kulutus, liian sokerin, suolan ja rasvan, erityisesti kovan rasvan, karsiminen ruokavaliosta ja runsas kuidun saanti. Määriteltäessä terveellisyyttä näkökulmana on usein yksittäisten ruokien tai ruoka-aineiden välttäminen: ”[S]okeri pois, valkoinen vehnä jauho pois ja turha suola pois, niin siinä on hyvä lähtökohta ja rasva, rasva on kaikista pahin...” (Kaarina, K2)¹⁷.

Toinen yksinkertainen lähestymistapa terveellisyyteen on hyvien ruokien suosiminen: ”Kasviksia puoli kiloa päivässä” (Maija, K2). Puuro,

¹⁶ Kaikki alaotsikot ovat suoria lainauksia kuluttajien ryhmäkeskusteluista.

¹⁷ Kaikki lainausmerkkien sisällä olevat tekstit ovat haastattelu- ja keskustelulainauksia. Hyvin lyhyet lainaukset olemme jättäneet ilman viitettä. Pidemmässä lainauksissa näkyvät keskustelijoiden nimet on vaihdettu. Nimen perässä oleva lyhenne kertoo, mistä keskustelusta lainaus on peräisin. K2 viittaa keskusteluun numero kaksi. Asiantuntijahaastatteluihin viitataan pelkällä haastattelun numerolla, esimerkiksi H3. Puuttuva teksti on merkitty kolmella pisteellä. Hakasulkeissa oleva lainaus ensimmäinen kirjain merkitsee, että lainaus alkaa keskeltä puheenvuoroa.

tumma leipä, vaalea liha ja kasvirasvat ovat esimerkkejä terveellisistä ruoista. Myös kala luokitellaan terveelliseksi, vaikka samalla saatetaan pohtia muuttuvien kalansyöntisuositusten merkitystä ja mielekkyyttä. Kalan yksipuoliseen ja runsaaseen syöntiin liitetty dioksiinin liikasaanti voi ainakin teoriassa uhata terveyttä. Kalan terveyshyödyt nähdään kuitenkin suurempina kuin sen riskit.

Kaikki terveelliseksi määritellyt ruoat eivät ole nauttineet statuksestaan pitkään eivätkä ilman ihmetystä. Viimeisimpiä käännyksiä ovat punaviini ja tumma suklaa, joista on löydetty terveydelle edullisia ainesosia. Silti erityisesti suklaa on yhä edelleen esimerkki syntisestä hyvästä. Monissa keskusteluissa viitataan epäsuorasti suklaan kaksoisuonteeseen esimerkiksi huomauttamalla, että ”tummaa suklaata saa nyt kuulemma syödä” (Pirkko, K3). Kuluttajille näiden käännyksiä terveysvaikutukset edustavatkin esimerkkejä uudesta tiedosta ja muuttuvasta maailmasta, joihin on suhtauduttava maalaisjärjellä (ks. Järvelä & Mäkelä 2005).

Monet elintarvikkeet asettuvat kuluttajien keskusteluissa itsestään selvästi terveellisiksi tai epäterveellisiksi, ilman tarkentavia reunaehtoja. Kaikkia ei kuitenkaan voida yksiselitteisesti luokitella. Kun samoja ruokia tarkastellaan eri näkökulmista, ne voivat osoittautua terveellisyyttä ja epäterveellisyyttä sekoittaviksi hybrideiksi. Esimerkiksi kevytjogurtit voivat olla yhtäältä hyviä ja terveellisiä vähärasvaisuutensa vuoksi, mutta toisaalta vältettäviä keinotekoisien makeutusaineiden tai yleensä liian makeuden takia. Vähärasvainen juusto on jogurtin tavoin kevyttä ja siten terveellistä, mutta hyvyys katoaa nopeasti, jos käyttömäärät moninkertaistuvat normaalirasvaiseen verrattuna.

Kuluttajien keskusteluissa ruokien terveellisyyttä jäsenetään usein luonnollisuuden ja keinotekoisuuden akselilla. Tämä tulee esiin erityisesti keskustelussa valmisruokien tai vaikkapa voin terveellisyydestä. Voi on kova rasva ja siten epäterveellistä. Margariiniin verrattuna se on kuitenkin ”luonnollista” tai ”aitoa” ja siten jopa terveellistä. Vaikka rasvan määrä ja laatu ovat tärkeä osa terveellisyyttä, uudemmissa, kevyemmissä vaihtoehtoisissa epäillään olevan jotakin ”ylimääräistä” rasvan tilalla tai ainakin enemmän lisäaineita. Teollinen ruoka määrittyykin epäterveelliseksi osaksi juuri lisäaineiden vuoksi.

Valmisruokia verrataan myös kotiruokaan ja niitä suhteutetaan itse tekemisen ideaaliin. Itse ”alusta asti” tehty ruoka nähdään terveellisenä ilman tarkempaa määrittelyä siitä, millainen ruoka on kyseessä. Itse tekeminen varmistaa ainakin sen, että ruoassa ei ole mitään tuntematonta ja epäilyttävää. Taustalla lienee kuitenkin myös nostalgia ja arvostus perinteistä yhdessä syömistä kohtaan sekä malli perheestä, joka päivällis-pöydässä vaihtaa kuulumiset ja nauttii toistensa seurasta. Kuten Mäkelä (2002) esittää, alusta asti itse tehty ateria on konkreettinen rakkauden osoitus perheelle. Terveellisen ruoan tekeminen voi olla hankalaa, kun

yhtäältä on otettava huomioon ihmisten yksilölliset mieltymykset ja erilaiset allergiat, toisaalta on oltava tietoa oikeanlaisista valmistustavoista. Ruoanlaittoa helpottavat valmisruoat ja puolivalmisteet eivät kuitenkaan ole ratkaisu ongelmaan. Niiden jatkuva käyttö voidaan nähdä merkinä viitseliäisyyden puutteesta ja jopa vääristä arvostuksista:

- Voihan näitä [terveellisiä ruokia] tehdä kotonakin. (Olavi, K5)
- Niin voi, jos on aikaa, tai on semmoista halua tai taitoa, mutta kaikilla ei ole. Niillä on niin kiire sählyä pelaamaan, että... (Matti, K5)

Myös asiantuntijat näkevät kotiruoan tärkeän merkityksen etenkin lasten terveellisten ruokatottumusten muokkaajana. Sekä kuluttajat että asiantuntijat viittaavatkin erityisesti epäterveellisiin välipaloihin huonojen ruokatottumusten osoittajana. Niitä pidetään liian rasvan, suolan ja sokerin lähteenä. Huoli kohdistuu etenkin kuluttajien puheessa lapsiin, mutta asiantuntijat liittävät saman ongelman lasten lisäksi myös aikuisten ruokatottumuksiin. Asiantuntijoilla lämpimien aterioiden, syötiinpä ne kotona, koulussa tai työpaikalla, suosittaminen perustuu siihen, että näin olisi mahdollista säännöllistää syömistä ja pitää epäterveellisten välipalojen nauttiminen kurissa. Kuluttajat näkevät osin saman yhteyden, mutta vähintään yhtä tärkeätä on edellä mainittu yhdessä syömisen ideaali.

Edellä esitettyjen terveellisten ruokien määrittelyjen voi katsoa perustuvan yhtäältä virallisiin suosituksiin ja toisaalta nostalgiaan, jonkinlaisen ”aidon ja alkuperäisen” ihanteeseen. Lisäksi etenkin asiantuntijat keskustelevat terveellisyydestä painonhallinnan näkökulmasta. He pitävätkin ylipainoa keskeisimpänä uhkana kansanterveydelle. Myös kuluttajien puheessa terveellisyys ja painonhallinta kietoutuvat osin yhteen. Paino ei ihmisille merkitse vain terveyttä tai sairautta, vaan se yhdistetään voimakkaasti ulkonäköön (Sandberg 2004). Aineistossamme nousee esiin sekä kuluttajien että asiantuntijoiden huoli vallitsevista kauneusihanteista, joiden pelätään vaikuttavan etenkin nuorilla syömiseen terveystieteiden näkökohtia enemmän. Virallisissa suosituksissa ravintoa ei yhdistetä ulkonäköön, vaan nimenomaan terveyden edistämiseen, mutta esimerkiksi mainosten ja aikakauslehtien maailma on toinen. Etenkin naisten ylipaino esitetään mediassa esteettisenä ongelmana, jolloin laihduttaminen on keino kohentaa ulkonäköä (Sarlio-Lähteenkorva 2003, Madden & Chamberlain 2004). Vaikka joissakin keskusteluissa huomautettiin, ettei ihmisen ulkonäön perusteella voi arvioida hänen terveydentilaansa, silti etenkin oma ulkonäkö liitetään keskusteluun terveellisestä syömisestä. Kaarina (K2) peilaa seuraavassa omaa ulkomuotoaan toisen keskustelijan sutjakkaan olemukseen: ”Niin kuin hänestä ei uskoisi, että hän on pitsan syöjä, mutta minusta uskoisi, että mä söisin pitsaa. Jos kysyttäisiin, että kumpi meistä

on pitsan syöjä, niin minä tietysti olen pitsan syöjä ja mä en syö ikinä pitsaa, en voi, koska siinä on niitä mausteita.”

”Tää levite on ainoa, mihin mä uskon”

Kaikkia peruselintarvikkeita ei yksiselitteisesti jaeta terveellisiin ja epäterveellisiin, mutta ovatko varta vasten terveyden ylläpitoa tai sairauden riskin vähentämistä varten kehitetyt terveysvaikutteiset tuotteet terveellisiä?

Ravitsemuksen asiantuntijatkin siirtyvät hetkeksi kuluttajan rooliin pohtiessaan terveysvaikutteisiin elintarvikkeisiin liittyviä kysymyksiä. He lähestyvät asiaa omien kokemustensa kautta eivätkä esiinny samalla tavoin asiantuntijoina kuin vaikkapa puhuessaan ylipainoon liittyvistä terveysriskeistä. Tämä viittaa siihen, ettei asiantuntijoille ole ainakaan vielä muodostunut yhtenäistä tai vakiintunutta näkemystä terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tarpeellisuudesta, kohderyhmistä tai siitä, voisiko tuotteilla tulevaisuudessa olla merkitystä kansanterveyden kannalta.

Asiantuntijat kuitenkin jakavat näkemyksen, että terveysvaikutteiset elintarvikkeet ovat tutkittuja ja siten turvallisia. Suomessa tehdyin kehitystyön tuloksena syntyneille innovaatiolle annetaan arvoa, vaikka käytännön sovelluksista voidaan olla monta mieltä. Asiantuntijat pohtivat tuotteiden terveellisyyttä ja tarpeellisuutta niiden sisältämien vaikuttavien aineiden perusteella. Ksyyliolia ja kasvistanolituotteita pidetään lupauksensa täyttävinä. Kolesterolia alentavat tuotteet ovat asiantuntijoiden mukaan hyvä lisä korkean kolesterolin hallinnassa, vaikka ne eivät auta kaikkia ongelmasta kärsiviä. Myös erällä maitohappobakteereita sisältävillä tuotteilla sekä verenpainetta alentamaan pyrkivillä tuotteilla uskotaan olevan joissakin tapauksissa vaikutuksia terveyteen. Sen sijaan terveysvaikutusten lisääminen perinteisesti epäterveellisinä pidettyihin tuotteisiin, kuten suklaaseen, ei tee elintarvikkeesta terveellistä, eikä ole toivottavaa tai tarpeellista.

Kuluttajien jäsenyksissä näkyy yhtäältä se, millaisia kokemuksia heillä itsellään on tuotteiden käytöstä ja ennen kaikkea käytön vaikutuksista. Tästä huolimatta positiiviset kokemukset yhden tai useammankaan tuotteen käytöstä eivät merkitse koko terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tuoteryhmän hyväksymistä saati sitä, että niitä pidettäisiin terveellisinä. Aikaisemmassa tutkimuksessa onkin havaittu, että tuotteita ei ensisijaisesti nähdä osana yhtenäistä kategoriaa, vaan niitä tarkastellaan yksittäisinä elintarvikkeina suhteessa vastaaviin ”tavallisiin” tuotteisiin, esim. jogurttihin tai margariineihin (Urala & Lähteenmäki 2003). Kuluttajien lähestymistavoissa näkyy myös se, miten itse kukin määritte-

lee terveellisen ruoan. Jos terveellisyteen liittyy vaatimus ruoan luonnollisuudesta ja mahdollisimman vähäisestä käsittelystä, nähdään terveellinen perusruoka parempana vaihtoehtona tavoitella terveyttä. Tällöin koko terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tuotekategorian olemassa olo voi kyseenalaistua – miksi käyttää erityisiä pitkälle kehitettyjä elintarvikkeita, kun samat hyödyt voi saavuttaa tavallisella ruoalla. Terveysvaikutteisille tuotteille on vaikeata löytää paikkaa, jos terveys saavutetaan parhaiten syömällä ”perinteisiä” terveellisiä ruokia ja karsimalla pois epäterveellisemmät. Samansuuntainen jaottelu, jossa uudet terveysvaikutteiset elintarvikkeet erotetaan sekä perinteisesti terveellisistä että epäterveellisistä, on havaittu myös aikaisemmassa tutkimuksessa (Jonas & Beckmann 1998, Niva ym. 2003).

Myös kuluttajat näkevät kolesterolia alentavilla tuotteilla paikkansa, ainakin jos omat kolesteroliarvot ovat parantuneet käytön seurauksena. Mutta onko sitten vaikkapa kolesterolia alentava margariini terveellinen? Asiantuntijat ovat havainneet tuotteen hyväksi, mutta kuluttajien arki-kokemus on osoittanut sen ristiriitaisen luonteen (ks. myös Ollila ym. 2004). Kun rasva asetetaan painonhallinnan kontekstiin, on ristiriitaista hakea terveyshyötyjä rasvalla, jonka käyttöä samaan aikaan kehoitetaan vähentämään. Toinen ristiriita liittyy kolesterolin ja rasvan väliseen yhteyteen, jota Kirsti (K6) pohtii näin: ”Mulla oli ainakin aluks... vaikea uskoa sitä, että se [margariini] niin kun vähentää sitä korkeata kolesterolia. Mä ymmärrän, ettei se sitä nosta, mutta tosi vaikee oli mieltää se, että se niin kun vähentää, siis rasva.” Kyse ei ole niinkään siitä, että kuluttajilla ei olisi tietoa koostumukseltaan erilaisista rasvoista, mikä käy ilmi puhuttaessa ”hyvistä ja huonoista rasvoista”, vaan että arkisten käytäntöjen ja tieteellisen tiedon yhteensovittaminen ei ole aivan yksinkertaista. Tieto ei siirry käytäntöön suoraan ja sellaisenaan, vaan se täytyy pystyä sulauttamaan osaksi toimintaa ja suhteuttamaan jo aiemmin omaksuttuun tietoon.

Terveysvaikutteisia tuotteita ei pidetä aukottomasti terveellisinä tai tarpeellisina ja usein ”luonnollinen”, jo pitkään tunnettu vaihtoehto, esimerkiksi ruisleipä tai kovan rasvan karsiminen ruokavaliosta, nähdään parempana ratkaisuna ongelmaan kuin uuden täsmätuotteen käyttö. Sekä asiantuntijat että kuluttajat pohtivat, miksi marjoja, ruisleipää ja muita luonnollisesti terveellisiä elintarvikkeita ei voisi nimittää terveysvaikutteisiksi. Termi herättää (yhä) keskustelua etenkin kuluttajien joukossa ja koko termin tarpeellisuus voidaan kyseenalaistaa. Kuten Ossi (K7) tiivistää: ”kyllähän kaikki ruoka on terveysvaikutteista”. Hyötyjä voitaisiin toki terveysvaikutteisillakin elintarvikkeilla saavuttaa, jos näin korvattaisiin jokin epäterveellisempi vaihtoehto. Osa asiantuntijoista pohtii sitä, hämärtääkö erillinen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tuotekategoria kuluttajien käsityksiä terveellisestä ja ravitsemussuositusten mukaisesta

ruoasta. Keskustelijat eivät itse koe terveysvaikutteisten elintarvikkeiden sekoittavan heidän ymmärrystään, mutta riskiä pidetään mahdollisena joidenkin muiden kohdalla. Näyttää siltä, että koetaanpa tuotteet itselle tarpeellisiksi tai ei, kuluttajat tarkastelevat tuotteita nimenomaan ravitsemussuosituksen ja terveellisen syömisen kokonaisuuden viitekehysessä (ks. myös Niva & Jauho 1999).

Entä terveysvaikutteisten elintarvikkeiden merkitys ruokavaliossa? Tästä ei vallitse yksimielisyyttä. Osa kuluttajista ja asiantuntijoista uskoo, että terveysvaikutteiset elintarvikkeet voivat vaikuttaa välillisesti ruokavalion laatuun, jos tuotteiden kokeilun ja käytön myötä myös muiden ruokavalintojen terveellisyteen kiinnitetään enemmän huomiota. Terveysvaikutteisten tuotteiden hyödyt voidaan kuitenkin saavuttaa parhaiten, jos ne ovat osa muutenkin terveellistä ruokavaliota. Tästä huolimatta asiantuntijoidenkin on vaikeaa määritellä sitä, kenen tuotteita tulisi käyttää ja kuka niistä hyötyisi. Pohditaan, ovatko käyttäjät niitä, jotka jo muutenkin syövät hyvin terveellisesti eivätkä siten ”tarvitsisi” erityisiä täsmätuotteita (ks. myös Ollila ym. 2004). Samalla epäillään vakavimmassa riskiryhmässä olevien ihmisten ruokatottumuksissa olevan niin paljon parantamisen varaa, ettei ainoastaan yksittäisten tuotteiden käyttö riittäisi muuttamaan koko ruokavaliota terveelliseksi. Heidän ei myöskään uskota kiinnittävän ruokavaliionsa huomiota niin paljon, että he alkaisivat käyttää terveysvaikutteisten elintarvikkeiden kaltaisia erikoistuotteita.

Terveellistä syömistä

”Monipuolista” ja ”suhteita sopivasti annostellen”

Edellä nähtiin, että yksi kuluttajien tapa määritellä terveellistä ruokaa on yksittäisten elintarvikkeiden luokittelu hyviksi ja pahoiksi. Puhe terveellisestä *ruoasta* ja terveellisestä *syömisestä* kuitenkin limittyy niin, että molemmista tosiasiallisesti keskustellaan yhtä aikaa. Todetaan esimerkiksi, että terveellinen ruokavalio on ”kasvispainotteinen, mutta ennen kaikkea monipuolinen, siihen tulee sitten aika paljon erilaisia tavaroita mukaan viikon aikana, mahdollisimman vähän suolaa ja mahdollisimman vähän sokeria ja ... että syö silloin kun on nälkä” (Kai, K1). Tästä näkökulmasta terveellisyys on moniaineksinen kokonaisuus, jossa suositaan joitakin elintarvikkeita ja vältetään toisia, minkä lisäksi kiinnitetään huomiota vaihtelevuuteen ja ruokailun rytmiin. Toinen, yksinkertaisemmin periaattein terveellisyttä lähestyvä näkökulma korostaa kohtuutta sekä

energian saannin ja kulutuksen tasapainoa: ”Se on ihan sama mitä sitä melkein syö, kun syö vaan kohtuudella, se on kai peruslähtökohta” (Arto, K1) (vrt. Järvelä & Mäkelä 2005). Kohtuutta, vaihtelevuutta ja monipuolisuutta korostavat luonnollisesti myös asiantuntijat, joille monipuolisuus merkitsee myös sitä, että mistään ruoista ei tarvitse kokonaan luopua. Heidän kokemuksensa on osoittanut, että etenkin painonhallinnassa kompastuskiveksi muodostuu usein juuri ”kiellettyjen” herkkujen vastustaminen.

Kuluttajat osoittavat keskusteluissa melkoista tietämystä terveellisen syömisen periaatteista. Monet puhuvatkin ravitsemusvalistuksen termein. Terveellisen syömisen katsotaan olevan ”monipuolista”, ”kohtuudella kaikkea”, ”säännöllistä” ja ”vaihtelevaa”. Pitäisi syödä ”usein mutta vähän” ja ”annostella suhteita sopivasti”. Kuvaillaan lautasmallia: ”No, se on se lautanen just, missä on puolet (näyttää käsillään) näin ja näin lihaa ja vähän riisiä ja perunaa ja puolet sit vihanneksia. Se on niin kun terveellistä” (Jarkko, K6). Nämä myös asiantuntijoiden korostamat periaatteet ovat kuluttajille niin tuttuja, ettei niistä käydä edes kovin paljon keskustelua. Ne ovat yhteinen tausta, jota vasten näkemystä terveellisen syömissen käytännöistä ja ongelmista rakennetaan.

Kysymykseen siitä, kokevatko keskustelijat omat ruokatottumuksensa terveellisiksi, vastaukset vaihtelevat äärimmäisyydestä toiseen. Toiset toteavat lyhyesti ”ei”, jotkut kertovat syövänsä ”erittäin terveellisesti”. Silti ääripäiden väliin sijoittuu runsaasti kuvauksia, joissa omassa syömisessä tunnistetaan sekä terveellisyyttä että epäterveellisyyttä. Kerrotaan, että tottumukset ovat ”periaatteessa”, ”kausiluonteisesti” tai ”suhteellisen” terveellisiä tai että ”tällasta epäterveellisyyttäkin niin kun on”. Esimerkiksi Sini (K7) erottelee erilaiset ateriat toisistaan: hänellä ”välipalat on epäterveellisiä, että ruoka on aika terveellistä”. Ääripäät myös lähenevät toisiaan keskustelun aikana. Tottumuksiaan aluksi epäterveellisiksi kuvailevat saattavat myöhemmin mainita, etteivät syö terveellistä vaan ”ihan tavallista” ruokaa tai ottavansa terveellisyyden huomioon esimerkiksi syömällä kasvispainotteisesti tai välttämällä rasvaa. Oman ruokavalion terveellisyyttä suhteutetaan muiden osallistujien kertomuksiin. Esimerkiksi Arton (K1) toteamus ”mä tiedän, että mä en syö terveellisesti, ... mä syön sitä, mistä mä tykkään” saa täsmennyksen vasta sen jälkeen, kun Kai mainitsee oman ruokavalionsa ”pohjan” olevan terveellinen, mutta ”ylimääräisen krääsan tuhoavan kokonaisuuden”. Tämän jälkeen Arto huomauttaa, että ”itse asiassa mulla on se sama, kyllä mulla varmaan se peruspohja on niinku terveellinen, mutta sitten riittää, kun laittaa juustoa, ... se kermajuusto, se pyöreä, ... varmaan yli 30 prosenttia rasvaa... Sehän nyt romuttaa jo sen.” Näkökulma omaan syömiseen ei läheskään aina pysy samanlaisena koko keskustelun ajan vaan muokkaantuu osana osallistujien yhdessä rakentamia lähestymistapoja.

”Ei aina voi itseään syyllistää”

Terveellinen syöminen asettuu suhteeseen sekä nautinnollisuuden että askeettisuuden kanssa. Terveellisyys voidaan erottaa nautinnosta, mutta se voi myös olla tasapainoilua, jossa hyvän ja pahan väliltä pyritään löytämään ”kultainen keskitie”.

Kun terveellisyys ja nautinto nähdään toistensa vastakohtina, liitetään edellinen kontrolliin, itsehallintaan ja erilaisten ”pahojen” välttämiseen. Arki erotetaan juhlasta ja viikonlopuista, työpäivät lomasta, tavanomainen poikkeuksellisesta. Arkea luonnehtii terveellisyys, mutta poikkeustilanteet antavat tilaa hallituille repsahduksille (Mäkelä 2002), joissa antimien runsaus, rasva, suola ja sokeri sallitaan. Ne voivat olla jopa välttämättömiä, sillä ilman niitä juhla ei erottuisi arjesta. Niin kuluttajien kuin asiantuntijoidenkin puheissa epäterveelliset ruokalajit voivat kuulua myös arkeen, mutta kohtuullisesti ja hallitusti: ”Kyllä sitä joskus täytyy, niin kun mä olen luvannut itselleni, että kerran kuussa mä saan syödä pitsan ja muutaman kerran kuussa jonkun pienen pullan, pitää olla myös näitä, että ei voi kaikkia pyyhkiä pois” (Taina, K2). Molemmat myös korostavat, että ruoan täytyy maistua hyvälle. Näkökulma on kuitenkin erilainen. Asiantuntijoiden mielestä nautittavuus ja terveellisyys ovat helposti yhdistettävissä. Neuvonnan pitäisi olla myönteistä: ”[T]ämmöset herkulliset reseptit, jotka sit kuitenkin on koostettu terveellisistä raaka-aineista, ... et korostetaan sitä ruoasta nauttimista” (H6).

Tiukka ruokavalio itsessäänkin voi tuottaa mielihyvää, jota voi luonnehtia askeettiseksi nautinnoksi (Coveney & Bunton 2003). Silloin nautinto saa kuitenkin toisenlaisen luonteen. Sen lähteenä eivät ole ihanat makuelämykset vaan tieto siitä, että ruoka tuottaa hyvää oloa, pitää kunnossa ja hoikkana. Askeettiset nautinnot näkyvät kuluttajien pohdinoissa esimerkiksi vähärasvaisista juustoista, joiden maku vaatii totuttelua, mutta jotka palkitsevat keveydellään. Myös asiantuntijat puhuvat siitä, kuinka elämäntapamuutokset ja erityisesti laihduttaminen tuottavat onnistumisen elämyksiä ja hyvää oloa niin sisäisesti kuin ulkoisesti. Askeettisuuden ja kieltäytyksen sijaan kuitenkin korostetaan ruoasta nauttimista ja erityisesti ”pieniä muutoksia”: ei pidä yrittää muuttaa koko elämää kerralla vaan tehdä asioita, joista tulee helposti osa arkirutiineja.

Terveellisyyden ja nautinnollisuuden välinen jännite on perustavia ruokaan liittyviä vastakkainasetteluja. Luptonin (1996) mukaan ne ovat dialektisessa suhteessa, eikä toista olisi ilman toista. Eräät kuluttaja-haastateltavamme onnistuivat kuitenkin ratkaisemaan ristiriidan liittämällä nautinnon ja itsensä hemmottelun erottamattomasti terveellisyyteen itseensä. Nautinnot eivät olekaan hallittuja repsahduksia, vaan ne on rationalisoitu osaksi terveellistä elämäntapaa, joka ei ole enää vain kolesterolia, verenpainetta tai painoindeksiä, vaan kokonaisvaltaista

hyvinvointia, hyvää oloa ja elämästä nauttimista. Keskustelijat pohtivat, onko parempi, että ”koko ajan miettii ja ihmettelee, mitä pitää, saa syödä, kuinka paljon se vaikuttaa henkisesti masentavasti, kun se että ottaa sitä mitä haluaa” (Hannu, K1). Toisten tulkinnoissa terveellisyyttä ei ole ilman nautintoa, jonka saavuttaminen vaatii, että hyvän ja pahan väliset rajat määritellään uudelleen. Epäterveellinen elintarvike voi muuttua terveelliseksi syötäväksi, sillä se tuottaa hyvinvointia henkisessä, mutta myös fyysisessä mielessä: ”No ainakin mulla ... joskus tulee semmonen niin kun jotta pakko saada jotain Aura-juustoa tai jotain oikein epäterveellistä, ... jotain puuttuu varmaan elimistöstä, kun tulee semmonen niin kuin oikeen himo, niin sitten on niin kuin jotain ja äkkiä” (Jaana, K7).

Backett ym. (1994) ovat kuvanneet epäterveellisiä tai riskejä sisältäviä tottumuksia ”elämää edistäviksi” (life-enhancing) erotukseksi ”terveyttä edistävästä” (health-enhancing). Syömisestä sosiaalisuus ja makunautinnon tuottavat hyvinvointia, vaikeivätkä välttämättä edistä kapeasti määriteltyä terveyttä. Edellä kuvatussa katkelmassa erottelu kuitenkin katoaa, sillä ”elimistö vaatii” epäterveellistä ruokaa, joka muuntuukin vastakohtakseen. Useissa keskusteluissa syntisen, mutta hyvää tekevän ruoan rooliin asetetaan sinihomejuusto. Sillä herkuttelu legitimoidaan fysiologialla, mutta se symboloi myös nautinnon ja syyllisyyden ongelmaa, jossa herkuttelu, sen salliminen ja huono omatunto kietoutuvat yhteen, kuten seuraavassa Kirstin ja Jarkon (K6) keskustelussa:

- Kyllä mä ... syön sinihomejuustoa, mä syön hyvin harvoin, mutta mä rakastan sitä, ehkä pari kolme kertaa vuodessa. Mutta mun mielestä se on aivan ihanaa, mutta kun mä tiedän mitä se on. Että sen 100 gramman juustopakettin mikä äkkiä häviää, niin siitä tulee jo ehkä muutama kilo. (Kirsti, K6)
- Me tehtiin eilen tai meille piti tuli yks nainen kylään, se ei tullutkaan. Sitten lämpimien voileipien tarpeet niin kuin emäntä oli ostanut valmiiksi, sitten me kuitenkin tehtiin ne lämpimät voileivät, – ... ne olis pitänyt jättää tekemättä. (Jarkko, K6)
- Kyllä mä oon sitä mieltä, että kyllä joskus saa tehdä. (Kirsti, K6)
- Saa, mutta kuitenkin että toinen puoli sanoi, että ei ja toinen puoli sanoi, että joo. (Jarkko, K6)
- Mutta mun mielestä se on aika kauheeta, että ... sitä miettii, että onkohan tää nyt, voinkohan mä nyt syödä tän tästä, että siitä ei nautikaan sitten niin paljon. (Kirsti, K6)
- 1 000 kaloria/leipä. (Jarkko, K6)

Satunnainen, tai ehkä pikemminkin harvinaisuudessaan säännelty, herkuttelu on vastuuntuntoista ja tietoista. Vastuullisen herkuttelun ja huonon omantunnon välinen raja on kuitenkin veteen piirretty. Herkutte-

luun kuuluu nautinto, mutta syällisyys vaanii nurkan takana uhaten pilata sen. Myös asiantuntijat tunnistavat dilemman. He kuitenkin korostavat myös herkuttelun sallimista. Herkuttelun ei pitäisi tuottaa syällisyyttä vaan nautintoa: ”[S]itten kun mä haluan sen munkin, niin mä syön sen hyvällä omallatunnolla ja nautiskelen siitä, koska ei se mun projekti siihen lopu” (H8).

Usein kuluttajien terveellisen syömisen kuvauksissa on moralistinen vire. Samalla kun omia ja muiden osallistujien tottumuksia arvioidaan sallivasti ja nautinnollisuuden tärkeyttä korostaen, keskustelijoiden piirin ulkopuolisen maailman ruokatavoista ollaan huolissaan. Omat terveellisyiden normista poikkeavat käytännöt esitetään rationaalisina ja perusteltuina, mutta muiden nautinnonhakuisuus näyttäytyy välinpitämättömyytenä terveydestä. Keskustelijat ovat huolissaan niin oman tuttavapiirin ylikiloista, verenpaineista ja kolesteroleista kuin yleisemminkin suomalaisten, erityisesti lasten ja nuorten, lihomisesta. Terveellinen syöminen, johon kuuluu olennaisena osana itse tekeminen ja yhdessä syöminen, nähdään jokaisen perheen velvollisuutena.

Toisaalta ihmetellään, kuinka niin monet ovat menettäneet ”luonnollisen ruokasuhteen”, jossa syödään perusruokaa ja osataan nauttia niin arjesta kuin juhlasta. Jos ruoasta tehdään ”uskonto”, niin terveellisyys kääntyy sairaudeksi: ”[S]yömisestä, siitä on tehty epänormaalia, sitä joko syödään liikaa tai liian vähän ja sitä mietitään ja lapset jo laihduttaa ja on anorektisia ja bulimikkoja ja että siitä on tullut hirveän iso ongelma liian monelle” (Martta, K1). Vaikka ruoka tuo sisältöä elämään, sen ei pidä olla elämän sisältö. Kuluttajat korostavat ”tervettä järkeä” suhteessa ruokaan ja omaa vastuuta syömisestä, jonka hallinta on kaksisuuntaista. ”Normaali” tai ”terve” suhde ruokaan merkitsee terveellistä ja kurinalaista syömistä samalla, kun ruoka on nautinnon ja mielihyvän lähde (vrt. Holm 2003). Myös asiantuntijat puhuvat siitä, kuinka ruoka saa monien elämässä liiankin suuren painoarvon. ”Arkisyömisestä taju” (H1) on kadonnut samalla, kun kotiruokailu vähenee ja ”välipalatyypinen” syöminen lisääntyy. Asiantuntijat kuitenkin näkevät ongelmien taustalla paitsi ”asenteellisia” myös yhteiskunnallisia tekijöitä. He pohtivat, kuinka voitaisiin edistää kohtuullisuuden ja monipuolisuuden periaatteita ihmisiä syöllistämättä.

”Se mikä on yhdelle terveellistä, on toiselle epäterveellistä”

Vaikka terveellisyiden periaatteista vallitsee melko lailla yhteisymmärrys, ovat kuluttajien käytännön sovellukset ja tulkinnat terveellisyydestä vaihtelevia. Omaan syömistä kuvailtaessa korostetaan edelleen sellaisia yleistermejä kuin monipuolisuus ja keveys, mutta samalla huomautetaan,

että terveellisyys on ”yksilöllistä”. Tämä individualistinen näkemys terveellisyydestä nousee esiin kaikissa keskusteluissa. Yhtäältä se voidaan tulkita tavaksi ratkaista uhkaavia konflikteja: kun joku toteaa syövänsä pizzoja joka viikko painon silti nousematta, toinen ei ala varoitella rasvan vaaroista vaan sanoo aineenvaihdunnan olevan ”niin yksilöllistä”. Toisaalta keskustelut ihmisten välisestä vaihtelusta eivät näytä sisältävän ristiriitoja vaan pikemminkin samanmielisyyttä siitä, että ruoan ja terveyden välinen suhde on monimutkainen eikä yksilötasolla ennustettavissa.

Yksilöllinen terveellisyys merkitsee, etteivät yleispätevät ohjeet sovellu kaikille yhtä lailla, vaan jokaisen on löydettävä ”oma yksilöllinen hyvänsä” (Jaana, K7). Tästä näkökulmasta terveellisyyden mittari ei olekaan ruoassa tai edes syömisessä vaan siinä, miten ruoka kuhunkin yksilöön vaikuttaa. Keskusteluissa – kuten myös asiantuntijahaastattelussa – viitataan toki sairauksiin, kuten allergioihin, kihtiin tai keliakiaan liittyviin yksilöllisiin rajoituksiin, mutta hallitsevammaksi nousee kuitenkin yksilöllisyyden ei-diagnosoitava, ehkä mystinenkin ulottuvuus. ”Ihmisissäkin on varmaan eroja... ettei sitä voi sanoa, että kukaan ei nyt syö läskisoosia enää, koska se on epäterveellistä, koska jollekin se ei ole yhtään epäterveellistä” (Jaana, K7). Kimmo (K2) kuvaa, kuinka terveydenhoitohenkilökuntakin on hankalan kysymyksen kohdatessaan vedonnut ruoan yksilöllisiin vaikutuksiin:

- ”No mulle kävi kerran sillä lailla, että oli työpaikalla työterveysasemalta sellainen esittelypöytä, että alkää syökö näitä. Mä menin sitten sinne ja mä sanoin, että kuule kun minä olen näitä syönyt vallan ja enkä ole ollut päivääkään pois. No se on yksilöllistä, oli vastaus. Että jos multa kysytään, mikä on terveellistä, niin en osaa sitä kyllä sanoa, mutta kyllä mulle ei ole vaarallista.”

Näin arkiset luokittelut hyvään ja pahaan, terveelliseen ja epäterveelliseen ruokaan, hämärtyvät. Asiantuntijahaastatteluista tämänkaltainen terveellisyyden yksilöllisyys puuttuu kokonaan. Pohditaan kyllä, miksi ravintoaineet imeytyvät eri ihmisillä eri tavoin ja viitataan siihen, etteivät keskiarvoihin perustuvat ravitsemussuositukset ota huomioon yksilöllisiä eroja. Lähtökohta on kuitenkin erilainen kuin kuluttajilla: jos neuvonnan tavoitteena ovat myönteiset viestit kieltojen sijaan, ovat läskisoosi ja pizzakin satunnaisesti ja kohtuullisesti nautittuina kaikille sallittuja.

Kuinka ratkaistaan, mikä itselle on hyväksi? Terveenä pysyminen näyttää usein riittävän, joskin siihenkin liittyy hienoinen huoli tilanteen säilymisestä. Toiset taas uskovat oman voinnin tunnustelemiseen: ”Pitää oppia kuuntelemaan itseään, omaa ruumistaan, mitä se sanoo, sopiiko tämä mulle vai ei” (Marita, K5). Kehollisuudesta puhuu myös Kai (K1), joka kertoo, että hänellä alhainen hemoglobiini ilmaisee itsensä ruisleivän himona: ”[M]ä uskon, meidän ruumiissa meillä on paljon tietoa olemassa,

jota me ei vaan osata kuunnella tai lukea itsestämme. ... Eli tavallaan, jos me kuunnellaan mitä me halutaan syödä... niin me jo saadaan jotain merkkiä siitä itseltämme.” Kehollinen tieto ja itsen kuuntelu on ”kehon viisautta” (Lupton & Chapman 1995, ks. myös Keane 1997), jossa olennaista on kokemuksellisuus ja itsensä tunteminen. Näkökulmana terveyteen se on näin erilainen kuin itsekuuri, tarkkailu ja kontrolli, joiden katsotaan luonnehtivan modernia suhdetta terveyteen ja sen ylläpitoon (esim. Kangas & Karvonen 2000). Itsen kuuntelussa korostuu ”sisäinen” tieto, kun taas itsen hallinnassa asetutaan ulkopuolisen tarkkailijan ja säätelijän asemaan.

”Ei pelkällä ruualla tuu terveeksi tai kipeeks”

Voiko syömällä sitten ylläpitää terveyttä ja ehkäistä sairauksia? Asian-tuntijoille vastaus on ehkä niin yksiselitteisen myönteinen, etteivät he juuri pohdi koko kysymystä. Kuluttajakeskusteluiden perusteella vastaus on sekä kyllä että ei. Yhtäältä on itsestään selvää, että ”pitäisi” syödä terveellisesti. Silti kaikissa keskusteluissa pohditaan terveellisen syömisen ja sairauksien välistä suhdetta ja ollaan yksimielisiä siitä, ettei terveellisesti syöväkään voi luottaa siihen, että ”pääsee terveenä hautaan” (Marita, K5), sillä ”johonkinhan ihminen kuolee” (Paula, K3).

Ruokaa ja terveyttä suhteutetaan kuluttajakeskusteluissa toisiinsa osittain nostalgisinkin painotuksin. Pohditaan, kuinka omat isovanhemmat söivät läskiä, voita, ”tosi maitoa” ja karjalanpaistia ja elivät silti pitkän elämän. Toiset taas kertovat, kuinka isoäiti söi vaatimatonta, mutta terveellistä ruokaa. Molemmissa kuvauksissa entisajan elämä oli yksinkertaisempaa, luonto oli puhdasta ja ihmiset liikkuivat enemmän. Vaikka nostalgiset painotukset ovat keskusteluissa vahvasti läsnä, kaikki eivät purematta niele menneisyyden ihannointia. Rationalistiseksi tai modernistiseksi luonnehdittava näkemys terveydestä kääntää menneisyyden ja nykyisyyden arvotuksen ympäri. Nämä näkemykset nousevat esiin lyhyinä kommentteina yleensä heti nostalgisten kuvausten jälkeen. Mainitaan esimerkiksi, että (terveellisten) elintarvikkeiden, kuten hedelmien, valikoimat ovat kasvaneet, ihmiset syövät entistä terveellisemmin tai että nykyään eletään entistä pidempään. Kun romantikko ja modernisti kohtaavat, saattaa syntyä seuraavanlainen sananvaihto:

- Miettikääpäs, kuinka vähän oli saasteita, oli liikenteen saasteita, oli lisäaineita ja tämmöisiä siihen aikaan, niin nykyajan ihminen se saa niin paljon kaikkea tämmöistä ylimääräistä räsistusta koko ajan, kerran kun henkäisee Helsingin keskustassa, niin siinä on kauheat myrkyt keuhkoissa. ... Siihen aikaan niin luonto oli puhdasta, ... musta se on ihan ymmärrettävää, että ne oli

terveempiä, koska se kaikki mitä ne söi ja joi ja koko elämä muutenkin, niin siitä puuttui nää tämmöiset mitä on nykyajan ... saasteet ja muut. (Martta, K1)

- Kuitenkin ihmisten keski-ikä nousee. (Jukka, K1)
- Niin se on paradoksaalista. (Martta, K1)

Davison ym. (1991) ovat luonnehtineet maallikoiden tulkintoja terveyden ja sairauden syistä ja seurauksista ”maallikkoepidemiologioiksi”. Omat keskustelijamme ovat taitavia maallikkoepidemiologeja. Lähipiirin ja tuttavien kokemusten valossa arvioidaan esimerkiksi kolesterolin merkitystä sydän- ja verisuonitaudeissa: ”Eikä kolesterolilla kerro mitään. Mun äidillä on yhdeksän kolesterolia ja elää vieläkin, isä kuoli 54-vuotiaana sydäninfarktiin kolme pistettä kolmen kolesterolilla” (Asta, K6). Kertomuksissa vilahtelevat sekä iäkkäät pitkän ja hyvän elämän eläneet sukulaiset, jotka ovat ikänsä syöneet läskiä ja polttaneet tupakkaa, että äärimmäisen tervettä elämää viettäneet nuoret tuttavat, jotka ovat sairastuneet syöpään ja menehtyneet. Tarinoissa näkyy se maallikotiedolle ominainen piirre, että tietoa suhteutetaan muuhun tietoon. Keskustelijat eivät esitä, etteikö kolesterolilla olisi merkityksellistä ja sydäntautien riskitekijä. Sen sijaan he problematisoivat kytkennän riskitekijän ja sairastumisen välillä yksilötasolla: riskit ovat ”vain” riskejä, ne eivät välttämättä johda sairastumiseen, sillä siihen vaikuttavat monet muutkin asiat.

Kuten edellä on todettu, ruoan ja terveyden välisen suhteen nähdään olevan yksilöllinen. Usein tuon yksilöllisyyden luonnetta ei sen kummemmin pohdita. Silti aikaisemmassa tutkimuksessa havaittu fatalismi, jossa sairastumista selitetään huonolla onnella tai kohtalolla (Davison ym. 1991, Lupton 1996), ei omassa aineistossamme näyttäydä kovin vahvana. Keskusteluissa selittämättömälle etsitään selityksiä, ja niitä löydetään kolmelta suunnalta: kulttuurista ja modernista elämästä, perimästä sekä elintavoista. Näitä pohtivat myös asiantuntijat, mutta heidän näkökulmastaan ongelmana ei ole terveyden ja sairauden ennakoimattomuus vaan terveiden elintapojen edistämisen vaikeus.

Ensimmäinen terveys tai sen puute kytketään keskusteluissa luonteenlaatuun, kulttuuriin ja nykyelämän paineisiin. Suomalainen synkeä elämäntapa asetetaan vastakkain eteläeurooppalaisen rentouden kanssa: ”[Y]stävällinen hyvä ilmasto, ja elämäntapa että soronnoo, ... ettei murehdita turhista. Et se on kansan puoli ruokaa se elämäntyylisiinä” (Martti, K5). ”Luonteenlaadun” ja omien ”ajattelu- ja toimintamallien” ajateltiin vaikuttavan myös terveyteen. ”Hugo huolettoman” ja ”suuren murehtijan” (Ossi, K7) riski sairastua voi olla erilainen. Useissa keskusteluissa pohditaan työelämän aiheuttamia paineita ja jatkuvaa kiirettä sairauden osatekijänä: ”[J]os on koko ajan stressi päällä niin vaikka mä söisin mitä, niin kyllä siitä se sydän vaan uupuu siitä stressitilasta” (Asta,

K6). Terveellinenkin syöminen ei auta, jos elämä ei muuten ole raiteillaan. Samansuuntainen näkemys elämän kokonaisuuden merkityksestä nousee esiin myös asiantuntijoilla. He kuitenkin liittävät sen pikemminkin elämäntapamuutosten edellytyksiin kuin terveyteen sinänsä. Jos elämässä on meneillään pahoja kriisejä, ei esimerkiksi laihduttamista kannata ottaa vielä lisärasitteeksi vaan yrittää sitten, kun on päässyt pahimman yli.

Toiseksi perimä ja sukurasitus esiintyvät monissa puheenvuoroissa tekijöinä, jotka selittävät terveyden ennakoimattomuutta. Tässä kuluttajien ja asiantuntijoiden näkemykset kohtaavat. ”Ne on varmaan aika yksilöllisiä nää justinsa geeneistä johtuvat vaihtelut, että toinen sairastuu ja toinen ei” (Tarja, K8). Korkeasta kolesterolista kärsivä Elli (K7) toteaa: ”[S]e on siellä geeneissä ei sille mitään voi.” Omat kokemukset korkeasta verenpaineesta, kolesterolista, ylikiloista tai sydän- ja verisuonitaudeista olivat saaneet osallistujat pohtimaan suhdettaan niin ruokaan, liikuntaan kuin työhön ja lepoon. Kun ongelmia oli kohdattu, omien (terveellisten) elämäntapojen nähtiin olleen merkityksellisiä siten, että sairaus oli jäänyt pelättyä lievemmäksi. Ilman niitä olisi käynyt huonommin.

Muut kuin ruokaan liittyvät elämäntavat, valistuksenkin korostamat liikunta, alkoholi ja tupakointi sekä lepo, muodostavat kolmannen akselin, joka selittää terveyttä niin kuluttajien kuin asiantuntijoiden haastatteluissa. Siinä missä tupakoinnin merkitys on keskustelijoille yksiselitteisen kielteinen, kohtuullisen alkoholinkäytön myönteiset terveysvaikutukset noteerataan monessa keskustelussa. Ongelma alkoholissa on, että ”vedetään liian kans” (Paula, K3). Sen sijaan liikunta on aina hyödyllistä: se tasapainottaa, jos tulee syötyä liikaa ja sen avulla ”saa anteeksi sitä, että välillä syö vähän epäterveellisestikin” (Mika, K4).

Periaatteista käytäntöön

Keskusteluihin osallistuneet kuluttajat osoittivat tuntevansa terveellisen ruokavalion periaatteet. Ravitsemussuositusten kulmakivet, monipuolisuus, kohtuullisuus ja tasapainoisuus, ovat hallussa, samoin lautasmallit ja ruokapyramidit. Terveellinen ruoka on kasviksia, hedelmiä, ruisleipää ja muita varsin perinteisiä elintarvikkeita, joiden on ”aina” tiedetty olleen terveellisiä. Sen sijaan kuvauksista puuttuvat uudet terveysvaikutteisina markkinoitavat tuotteet. Ne eivät ainakaan vielä näytä asettuneen kuluttajien eivätkä myöskään asiantuntijoiden jäsenyyksiin terveellisyydestä. Niitä kyllä arvioidaan terveellisyyden kehyksestä käsin, jolloin uusi täsmävaikutteinen ja perinteinen kokonaisuutta korostava näkökulma asettuvat vastakkain – ja jälkimmäinen yleensä päihittää edellisen. Terveellistä syömistä kuvaillaan sujuvasti valistuksen termin.

Tässä mielessä haastateltujen aktiivisten ja terveydestään kiinnostuneiden kuluttajien ja asiantuntijoiden tulkinnat terveellisestä syömisestä ovat samansuuntaisia, jopa identtisiä. Terveellistä syömistä koskeva yleis-tajuinen tieteellinen tieto näyttää tavoittaneen maallikot (ks. myös Mäkelä 1996).

Terveellisyys saa kuitenkin erilaisia tulkintoja sen mukaan, määritelläänkö sitä yksittäisten ruokien kautta, syömisestä ja ruokailun kehyksessä vai suhteutettuna terveen elämän kokonaisuuteen. Esimerkiksi voi ei kuulu suosituksiin, mutta se saattaa merkitä kuluttajille luonnollista ja perinteistä ja siten terveellistä vaihtoehtoa. Terveellisyys voi riippua kontekstista: rasvaiset juustot ovat sinänsä epäterveellisiä, mutta osana arjen ja juhlan vaihtelua ne tuovat elämään mielihyvää, joka sekin edistää terveyttä. Lisäksi terveellisyys on yksilöllistä: se mikä on yhdelle epäterveellistä, voi olla toiselle terveellistä – jopa läskisoosi. ”Maallikko-epidemiologeina” kuluttajat tunnistavat, ettei terveys synny vain syömisestä vaan myös muista elintavoista, perimästä ja modernin yhteiskunnan rakenteista. Se on osin ennustamatonta ja sattumanvaraista, eikä terveellinenkään syöminen takaa pitkää elämää.

Erilaiset jäsenystävät eivät ole toisiaan poissulkevia tai vastakkaisia, vaan esiintyvät rinta rinnan ja limittäin. Kuluttajat vaihtavat sujuvasti näkökulmia keskustelujen aikana. He kertovat tarinoita omasta ja läheistensä elämästä ja esittävät niiden kautta vaihtoehtoisia tulkintoja terveellisyydestä. Ravitsemussuositusten määrittelemä terveellinen syöminen joutuu kilpailemaan näiden tulkintojen kanssa. Asiantuntijoiden puheesta tarinallisuus pääosin puuttuu tai kertomukset liittyvät asiakkaiden ongelmiin ja kokemuksiin. Heille terveellisyys ei ole erilaisia tulkintoja vaan yksinkertaisia periaatteita, joiden soveltamisessa maallikoilla voi olla hankaluuksia. Asiantuntijat asettuvatkin eräänlaisiksi välittäjiksi teorian ja käytännön, tieteellisen tiedon ja arjen realiteettien, väliin.

Vaikka terveellisyyttä lähestytään keskusteluissa monelta kannalta, kuluttajat eivät juurikaan pohdi sitä, mihin terveellisellä syömisellä pyritään – ”terveenä pysymistä” lukuun ottamatta. Terveellisen syömisestä hyödyllisyyttä sinänsä ei kuitenkaan kyseenalaisteta. Terveellisyyden tavoittelu on itsestään selvä vaatimus ja kunnan ihmisen velvollisuus siitä huolimatta, että sen suhde terveydentilaan on aina epävarma. On osattava syödä ”normaalisti” ja järkevästi. Silti terveellisyydestäkään ei saa tulla taakkaa. Jos syömisestä tulee liian kontrolloitua ja hairahduksista koetaan syyllisyyttä, muuttuu suhde ruokaan ”epäterveeksi”. Ruoasta on varsinkin juhlatilanteissa osattava myös nauttia. Herkuttelu on erityisen sallittua, kun se on kollektiivista.

Oman syömisestä terveellisyyttä ja epäterveellisyyttä punnitaan suhteessa ravitsemusvalistukseen ja muuhun ajankohtaiseen tietoon. Se, mikä julkisessa keskustelussa usein esitetään terveellistä syömistä koske-

van tiedon ja käyttäytymisen välisenä ristiriitana, näyttäytyy tässä pikeminkin syömisen refleksiivisyytenä. Syöminen voi tilanteen ja näkökulman mukaan olla terveellistä tai epäterveellistä tai jopa molempia yhtä aikaa. Silti jälkimmäisissäkin tapauksissa se on usein tietoista ja pohdittua. Poikkeaminen terveellisyyden normista vaatii kuitenkin legitimoimista. Perusteluksi epäterveellisille valinnoille käy vaikkapa se, että kyseessä on erikoistilanne tai että oma terveys on – kaikesta huolimatta – hyvä tai jopa erinomainen.

Terveellisen syömisen ja terveellisen elämän periaatteet ovat yksinkertaisia, mutta ne ovat jatkuvan neuvottelun alaisia. Arjessaan ihmiset tekevät lukuisia kompromisseja erilaisten tavoitteiden, velvollisuuksien ja tärkeinä pitämiensä asioiden välillä. Silti lopulta palataan samoihin yksinkertaisiin sääntöihin, kuten seuraavassa lähes kahden tunnin pohdinnan jälkeen:

- Riittäiskö se, että syö kohtuudella kaikkea, ja unohtaa kaikki suurennuslasin kanssa tutkimiset? (Sointu, K3)
- Liikunta ja riittävä uni mukaan, niin se aika pitkälle riittää jo. (Ilona, K3)
- Nimenomaan riittävä uni. (Elsi, K3)
- Periaatteessa kai suurin osa ihmisistä tietää suurin piirtein, miten pitäisi syödä ja elää. (Paavo, K3)

Lähteet

- Backett K, Davison C, Mullen K (1994) Lay evaluation of health and healthy lifestyles: evidence of three studies. *British Journal of General Practice* 44 (383) 277–280.
- Coveney J, Bunton R (2003) In pursuit of the study of pleasure: implications for health research and practice. *Health: An Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine* 7(2) 161–179.
- Davison C, Davey Smith G, Frankel S (1991) Lay epidemiology and the prevention paradox: the implications of coronary candidacy for health education. *Sociology of Health & Illness* 13 (1) 1–19.
- Heiskanen E, Järvelä K, Pulliainen A, Saastamoinen M, Timonen P (2005) Kuluttaja äänessä! – kokemuksia ryhmäkeskustelusta Kuluttajatutkimuskeskuksen toiminnassa. Teoksessa: *Vox consumptoris – Kuluttajan ääni. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005*. Toim. J Leskinen, H Hallman, M Isoniemi, L Perälä, T Pohjoisaho, E Pylvänäinen. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Holm L (2003) Food health policies and ethics: lay perspectives on functional foods. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics* 16 (6) 531–544.

- Jonas MS, Beckmann SC (1998) Functional foods: Consumer perceptions in Denmark and England. MAPP Working Paper no 55, October 1998. MAPP – Centre for Market Surveillance, Research and Strategy for the Food Sector. The Aarhus School of Business.
- Järvelä K, Mäkelä J (2005) ”Kovin periaatteellista tämä ei ole.” Kuluttajien ruoan valinta ja arkiset toimintatavat. Teoksessa *Vox consumptoris – Kuluttajan ääni*. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005. Toim. J Leskinen, H Hallman, M Isoniemi, L Perälä, T Pohjoisaho, E Pylvänäinen. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Kangas I, Karvonen S (2000) Terveys sosiologia ja postmoderni. Teoksessa *Terveys sosiologian suuntauksia*. Toim. I Kangas, S Karvonen, A Lillrank, 176–188. Gaudeamus. Helsinki.
- Keane A (1997) Too hard to swallow? The palatability of healthy eating advice. Teoksessa *Food, health and identity*. Toim. P Caplan, 172–192. Routledge. London and New York.
- Locke S (2002) The public understanding of science – a rhetorical invention. *Science, Technology, & Human Values* 27 (1) 87–111.
- Lupton D, Chapman S (1995) ‘A healthy lifestyle might be the death of you’: discourses on diet, cholesterol control and heart disease in the press and among the lay public. *Sociology of Health & Illness* 17 (4) 477–494.
- Lupton D (1996) *Food, the body and the self*. SAGE Publications. London.
- Madden H, Chamberlain K (2004) Nutritional Health Messages in Women’s Magazines: A Conflicting Space for Women Readers. *Journal of Health Psychology* 9 (4) 583–597.
- Mäkelä J (1996) ”Kyllähän sitä aina yrittää syödä enemmän salaattia” – Ravitsemussuositukset ja pääkaupunkilaisnaisten näkemykset terveellisestä syömisestä. *Sosiaalilääketieteellinen aikakauslehti* 33, 17–23.
- Mäkelä J (2002) *Syömis rakenne ja kulttuurinen vaihtelu*. (Väitöskirja). Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Niva M, Jauho M (1999) Ruoan ja lääkkeen välimaastossa. Funktionaalisia elintarvikkeista koskevat käsitykset ja julkinen keskustelu. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 2/1999. Helsinki.
- Niva M, Mäkelä J, Piironen S (2003) Kotimaisia marjoja ja kasvistanoleja. Terveysvaikutteisten elintarvikkeiden hyväksyttävyyys Suomessa. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 9/2003. Helsinki.
- Ollila S, Tuomi-Nurmi S, Immonen H (2004) Suomalaisten kuluttajien halukkuus ostaa terveysvaikutteisia elintarvikkeita. VTT Tiedotteita 2241. Espoo.
- Sandberg H (2004) *Medier & fetma: En analys av vikt*. Akademiska avhandling. Lunds universitet.
- Sarlio-Lähteenkorva S (2003) Lihavuus, paino ja laihduttaminen. Teoksessa *Sukupuoli ja terveys*. Toim. R Luoto, K Viisainen, I Kulmala, 217–224. Vastapaino. Tampere.
- Suomalaiset ravitsemussuositukset. Komiteamietintö 1998:7. Valtion ravitsemusneuvottelukunta. 2. painos. Maa- ja metsätalousministeriö. Helsinki.

- Urala N, Lähteenmäki L (2003) Reasons behind consumers' functional food choices. *Nutrition & Food Science* 33 (4)148–158.
- Warde A (1997) *Consumption, food and taste. Culinary antinomies and commodity culture.* SAGE Publications. London.
- Wynne B (1996) May the sheep safely graze? A reflexive view of the expert-lay knowledge divide. *Teoksessa Risk, environment & modernity. Towards a new ecology.* Toim. S Lash, B Szerszynski, B Wynne, 44–83. SAGE Publications. London.



RAAKA-AINEISTA ATERIOIHIN

Mirja Viinisalo

Johdanto

Kuluttajatutkimuskeskuksessa on tutkittu useiden eri aineistojen ja menetelmien avulla kotitalouksien ruoan valintaa, ruokatalouden hoitoa ja ruokailua sekä ruokaan liittyviä arvostuksia ja asenteita ja esitetty arvioita siitä, mitä tulevaisuus tuo tullessaan (esim. Varjonen 2000, 2001). Varjonen (2000) tarkasteli kotitalouksien ruokatalouden hoitoa käyttämällä lähdeaineistonaan markkinatutkimuslaitosten kotitalouksilta kokoamia kyselyaineistoja vuosilta 1985–1997 ja A.C. Nielsenin kokoamia aikasarjoja eräiden pakattuja elintarvikkeita koskevien tuoteryhmien myynnistä ja tuotevarianttien lukumääristä supermarketeissa vuosina 1980–1997. Tulosten analysoinnissa hän keskittyi aterioinnin ja ruoanvalmistuksen helppoutta ja mukavuutta korostavaan suuntaukseen, josta on käytetty nimitystä convenience. Johtopäätöksenä oli, että convenience-tuotteiden käyttö oli suuntaus, joka nähtiin myös tulevaisuuden trendinä ruokatalouden hoidossa erityisesti nuorempien ikäluokkien parissa. Tämä näkyi ruokatalouden hoidossa siten, että lämpimiä aterioita korvattiin useammin välipaloilla, valmisruokien käytössä siirryttiin yhä valmiimpien aterioiden ostamiseen ja silloinkin kun ruokaa valmistettiin itse, raaka-aineina käytettiin mahdollisimman vähän esikäsittelyä kaipaavia ja nopeasti kypsyviä tuotteita.

Tilastokeskuksessa käytettiin lähtökohtana Varjosen (2000, 60–61) laatimaa valmisruokien luokittelua tutkittaessa kotitalouksien valmisruokien kulutusta vuosina 1985, 1990, 1994–1996, 1998 ja 2001–2002 (Berg & Pajunen 2003). Kulutustutkimuksella kerätyt tiedot valmisruokamenoista luokiteltiin neljään ryhmään sen mukaan, miten valmiita tuotteet olivat aterioiksi. Luokittelun perusajatus liittyi valmisteiden käytön ”helpouteen”, kuten ajansäästöön, soveltuvaan annoskokoan tai säilytykseen,

ruoanvalmistukseen ja tarjoiluun sopiviin pakkauksiin. Aterian muodostivat sellaiset elintarvikkeet, jotka tarvitsee ainoastaan kuumentaa (einespizzat, eineslaatikot, mikroruoka-annokset). Nämä ruoat sisältävät erilaiset aterian komponentit: perunan tai muun tärkkelyspitoisen ruoka-aineen, lihan, kalan tai munan, sekä mahdollisen kasvislisäkkeen tai salaatin. Kypsennyksen tarvitsevat valmisruoat koostuvat pääosin pakastetuista ruoista tai paistovalmiista leivonnaisista. Osan aterialaajaa muodostaviksi valmisruoiksi luokiteltiin sellaiset valmisteet kuten eines- tai pakastelihapullat, kalapuikot tai pakastetut ranskanperunat, jotka sellaisenaan eivät muodosta aterialaajaa. Neljäntenä ryhmänä olivat vielä puolivalmisteet, kuten pussikeitot, ohukaisjauheet tai pata-ainekset, jotka edellyttävät valmistustoimenpiteitä ja aineiden lisäämistä (vesi, muna, liha jne.). Neljästä eri jalostusastetta muodostavasta ryhmästä suurimman menoerän muodostivat osan aterialaajaa muodostavat tuotteet, vaikka niiden meno-osuus olikin pienentynyt tarkastelujakson aikana. Valmiin aterialaajan muodostavien valmisruokien meno-osuus oli toiseksi suurin ja se kasvoi tarkastelujakson aikana. Tutkimuksen mukaan valmisruokien osuus elintarvikemenoista kasvoi 11 prosentista 16 prosenttiin vuosien 1985 ja 2001–2002 välillä (Berg & Pajunen 2003).

Ruokatottumuksissa ja ruoan kulutuksessa tapahtuneita muutoksia vuosien 1985 ja 2001–2002 välillä tarkastelimme yhdessä Johanna Varjosen kanssa käyttämällä lähdeaineistona Tilastokeskuksen ajankäyttötutkimuksia ja kulutustutkimuksia sekä elintarviketeollisuusliiton tilastoja ja tullitilastoa (Varjonen & Viinisalo 2004). Kyseisessä artikkelissa elintarvikkeiden kulutusmäärissä tapahtuneet muutokset sekä kodin ulkopuolella ruokailussa tapahtuneet muutokset kuvasivat kotitalouksien keskimääräistä kulutusta. Tämän artikkelin tavoitteena on selvittää, miten convenience-suuntaus näkyy eri sukupolvien elintarvikkehankinnoissa. Tutkimuksen kohteena on tuoreen lihan ja valmisruokien kulutus sekä niissä tapahtuneet muutokset. Koska valmisruoilla on melko pieni osuus kotitalouksien elintarvikemenoissa, niin artikkelissa luodaan myös lyhyt katsaus ruoanvalmistuksessa käytettävien raaka-aineiden ja muiden elintarvikkeiden kulutukseen ja kulutuksessa tapahtuneisiin muutoksiin. Kulutusmäärät ja kulutusmenot antavat elintarvikkeiden kulutuksesta erilaisen kuvan, koska jalostettujen tuotteiden hintaan sisältyy aina myös jalostustyöstä aiheutuva lisäarvo. Tässä artikkelissa tarkastellaan elintarvikkeiden kulutusmääriä. Alkoholijuomia ei laskettu mukaan kulutukseen.

Aineisto ja sen käsittely

Käytän aineistona Tilastokeskuksen kulutustutkimuksia vuosilta 1985, 1990 ja 1998, joissa koottiin tiedot elintarvikkeiden kulutusmääristä. Vuoden 1998 jälkeen kulutustutkimuksissa ei ole koottu kulutusmäärätietoja. Kulutusmäärätiedot perustuivat kotitalouksien kahden viikon aikana pitämään kirjanpitoon elintarvikehankinnoistaan. Kahden viikon hankintatiedot muunnetaan Tilastokeskuksessa vuotuisiksi kulutusmääriksi painottamalla tutkimukseen osallistuneiden kotitalouksien kulutus kaikkien Suomen kotitalouksien kulutukseksi. (Aineiston tarkka kuvaus ks. esim. Tennilä 2000, Ahlqvist & Berg 2003, Viinisalo 2005).

Valmisruokien kulutusmäärät laskettiin käyttämällä Bergin ja Pajusen (2003) laatimaa yksityiskohtaista aikasarjan mukaista kulutusnimikkeistöä, jossa valmisruokat oli luokiteltu neljään ryhmään. Ryhmät olivat kuitenkin sisällöltään melko heterogeenisiä. Aterian muodostaviin valmisruokiin sisältyi pääruokia, jälkiruokia, lasten ruokia ja myös aterian osia, kuten kasvissalaatit ja -laatikot. Myös siirtyminen Euroopan tilastoviraston suositteluun harmonisoituun luokitukseen (COICOP-luokitus) sekoitti joidenkin raaka-aineiden ja valmisruokien kulutuksen erittelyn (esim. maksalaatikko, makaronit ja spaagetit sekä pastaruokat). Lisäksi valmisruokien valikoimissa ja kulutuksessa oli tapahtunut muutoksia, mikä ajan myötä vaikutti myös nimikkeistöön. Esimerkiksi pizzojen kulutusta ei vielä vuonna 1985 selvitetty erikseen kuten vuonna 1998. Myös osan aterialla muodostavien valmisruokien sisältö oli hyvin heterogeeninen sisältäen sekä pääruokia että lisäkkeitä. Kypsennyksen tarvitsevien valmisruokien ryhmään sisältyi pelkästään valmiita taikinoita. Puolivalmisteiden ryhmään sisältyi liemikuutioita, pussikeittoja ja maustekastikkeita, joista kuitenkin puuttuivat osittain kulutusmäärätiedot. Lisäksi puolivalmisteiden ryhmään kuuluivat vihannespakasteet.

Saadakseni havainnollisemman kuvan elintarvikkeiden kulutuksesta, jaoin valmisruokat kahteen ryhmään: aterian muodostaviin valmisruokiin ja osan aterialla muodostaviin valmisruokiin, jotka luokittelin alaryhmiin niiden valmistusasteen, raaka-ainesisällön ja käyttötavan mukaan. Tarkka luokittelu näkyy liitteessä ja alaryhmien kuvaukset esitetään kulutusmäärien tarkastelun yhteydessä. Mari-Anna Berg ja Airi Pajunen valitsivat Tilastokeskuksessa ruoanvalmistuksessa käytettävät raaka-aineet. Luokittelin myös ne alaryhmiin. Muiden elintarvikkeiden ryhmittelyn alaryhmineen kehitti Marjatta Laiho Tilastokeskuksessa (ks. liite). Raaka-aineiden ja muiden elintarvikkeiden kulutusmäärät esitetään vain pääryhmäkohtaisina. Kypsennyksen tarvitsevat valmisruokat eli valmiit taikinat luokittelin samaan ryhmään kuin kahvileivät. Puolivalmisteet, joiden kulutusmäärästä valtaosan muodostivat vihannespakasteet, luokittelin osan aterialla muodostavien valmisruokien ryhmään. Käytössäni olivat myös

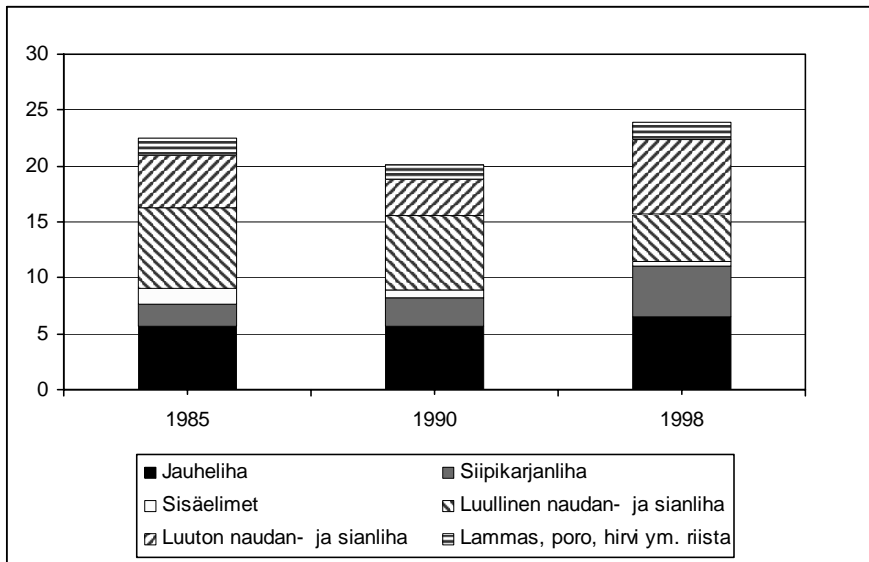
kulutustutkimusten alkuperäiset tarkan nimikkeistön mukaiset kulutusluvut, joiden avulla täsmensin kulutusmäärätiedot mahdollisuuksien mukaan.

Tulokset

Tuoreen lihan hankinta lisääntyi hieman

Tuore liha luokiteltiin lihalajien ja niiden käsittelytapojen mukaan siinä määrin kuin aineisto antoi siihen mahdollisuuden. Ensimmäisen ryhmän muodosti jauheliha. Aikaisemmin Tilastokeskuksen kulutustutkimuksissa eriteltiin paistijauhelihan, tavallisen jauhelihan ja sika-nautajauhelihan kulutus, mutta nykyisin kyseistä erittelyä ei enää tehdä. Toiseen ryhmän muodosti siipikarjan liha, jonka tuotanto on viisinkertaistunut vuosien 1980 ja 2004 välillä (Hannukainen 2005). Kolmanteen ryhmään laskettiin kuuluvaksi luullinen naudan- ja sianliha ja neljänteen luuton naudan- ja sianliha (ks. liite). Aikaisemmin luullinen liha oli tyypillisesti etuselkää, lapaa ja kylkeä, joka oli hinnaltaan edullisempaa kuin luuttomana myydyt paistit ja fileet. Nykyisin ero ei ole enää yhtä selvä, koska myös halvemmista ruhon osista on poistettu luut ja ne myydään paloiteltuina. Erillisiksi ryhmiksi laskettiin vielä sisäelimet sekä lammas, poro, hirvi ym. riista.

Tuoreen lihan kulutus lisääntyi hieman tarkastelujakson aikana. Vuonna 1985 tuoretta lihaa hankittiin kotitalouksiin keskimäärin 22,5 kiloa ja vuonna 1998 keskimäärin 24 kiloa henkilöä kohden vuodessa. Noin puolet kotitalouksiin hankitusta tuoreesta lihasta oli kokonaista tai paloiteltua naudan ja sianlihaa. Perinteisiin keitto-, uuni- ja pataruokiin käytettävän luullisen naudan- ja sianlihan kulutus vähentyi ja luuttoman naudan- ja sianlihan kulutus lisääntyi tarkastelujakson aikana (kuva 1). Luuttoman naudan- ja sianlihan hankinta yleistyi 1990-luvulla. Missä määrin tähän oli syynä kysynnän muutos ja missä määrin tarjonnan muutos on asia, jota voidaan pohtia. Valtaosa kokonaisena tai paloiteltuna hankitusta naudan- ja sianlihasta oli sianlihaa. Jauheliha sen sijaan oli luultavasti pääosin naudanlihaa. Jauhelihan kulutus lisääntyi jonkin verran tarkastelujakson aikana. Sitä ostettiin keskimäärin 6–7 kiloa henkilöä kohden vuodessa.



Kuva 1. Tuoreen lihan hankinta kotitalouksiin vuonna 1985, 1990 ja 1998, kg/hlö/v.

Hyvin selvästi lisääntyi myös siipikarjan lihan, broilerin hankinta. Tarkastelujakson aikana kokonaisuudessaan myytävät kanat ja broilerit ovat kauppojen myyntitiskieillä vaihtuneet broilerin koiviksi, rintaleikkeiksi, fileepihveiksi ja suikaleiksi, mikä ei näy Tilastokeskuksen aineistossa samalla tavoin kuin naudan- ja sianlihan kulutuksen muutos luullisesta luuttomana myytävään muotoon. Tuoreen siipikarjan lihan kulutus kasvoi kotitalouksissa tarkastelujakson aikana kahdesta kilosta 4,5:een kiloon. Sisäelimiä on vähentynyt selvästi kotitalouksissa. Lammasta, poroa, hirveä ym. riistaa hankittiin kotitalouksiin vajaan kaksi kiloa henkilöä kohden tarkastelujakson aikana.

Nuorimpien ikäryhmien talouksissa tuoreen lihan hankintamäärät olivat hieman lisääntyneet, kun taas vanhimpien ikäryhmissä hankintamäärät olivat hieman vähentyneet. Eniten lihaa ostettiin 48–77-vuotiaiden kotitalouksiin, noin 30 kiloa henkilöä kohden vuodessa (taulukko 1). Kotitalouden viitehenkilön ikä vaikutti melko vähän jauhelihan ja siipikarjanlihan hankintamääriin. Muiden liharyhmien kulutukseen kotitalouden viitehenkilön ikä sen sijaan vaikutti. Iän myötä kulutus ensin lisääntyi ja sitten vähentyi.

Taulukko 1. Tuoreen lihan hankinta kotitalouksiin kotitalouden viitehenkilön iän mukaan, kg/hlö/v.

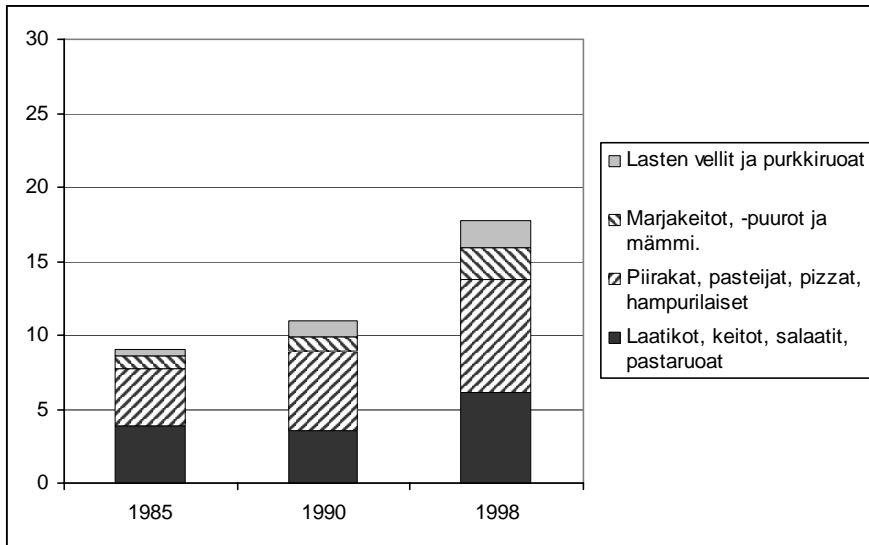
	-27	28-37	38-47	48-57	58-67	68-77	78+	Kaikki
Jauheliha								
1985	4,3	5,2	5,8	6,0	6,8	6,5	4,7	5,7
1998	5,6	6,1	6,8	7,0	8,1	6,0	4,6	6,6
Siipikarjanliha								
1985	1,3	1,9	2,1	2,1	2,1	2,1	0,6	1,9
1998	4,1	4,5	4,3	4,7	4,9	4,0	3,4	4,4
Luullinen naudan- ja sianliha								
1985	4,3	5,2	6,5	9,9	10,5	10,5	7,6	7,3
1998	0,7	1,9	3,4	6,0	7,8	7,7	5,1	4,2
Luuton naudan- ja sianliha								
1985	2,6	3,3	4,1	6,5	6,5	6,8	6,5	4,6
1998	3,9	6,1	5,7	8,3	9,4	7,4	5,1	6,7
Sisäelimet								
1985	0,6	1,0	1,3	2,1	2,1	1,8	1,1	1,4
1998	0,4	0,2	0,4	0,5	0,8	0,9	0,2	0,4
Lammas, poro, hirvi ym. riista								
1985	0,8	1,2	1,6	2,4	1,4	1,7	0,6	1,5
1998	0,6	1,1	1,0	2,2	3,8	1,8	1,2	1,6
Yhteensä								
1985	14,1	17,7	21,3	28,9	29,4	29,4	21,2	22,5
1998	15,2	20,0	21,5	28,6	34,8	27,8	19,6	24,0

Aterian muodostavien valmisruokien kulutus kaksinkertaistui

Aterian muodostavat valmisruoat luokiteltiin neljään ryhmään (liite). Ensimmäiseen ryhmään laskettiin mukaan laatikot, keitot, salaatit ja pastaruuat. Toiseen ryhmään laskettiin kuuluviksi piirakat, pasteijat pizzat ja hampurilaiset. Kolmannen ryhmän muodostivat valmiit marjakeitot ja -puurot sekä mämmi. Tilastokeskuksen julkaisuissa (esim. Ahlqvist & Berg 2003, 101–106) lasten vellit ja puurot sisältyvät valmiiden puurojen ja vellien ryhmään, mutta tässä työssä siirrettiin lasten vellit ja puurot alkuperäisaineistoja hyväksi käyttäen lasten ruokien ryhmään. Neljäntenä aterian muodostavana valmisruokaryhmänä olivat lasten vellit ja purkkiruuat, joihin sisältyvät hedelmä- ja marjasoseet sekä liha-, kala- ja kasvisruuat.

Aterian muodostavien valmisruokien hankintamäärä kaksinkertaistui tarkastelujakson aikana 9 kilosta 18:aan kiloon henkilöä kohden lasketuna (kuva 2). Laatikoiden, keittojen, salaattien ja pastaruokien kulutus lisääntyi henkilöä kohden laskettuna keskimäärin 3,9 kilosta 6,2:een kiloon vuodessa vuosien 1985 ja 1998 välillä. Valtaosan tämän ryhmän elintarvikkeista muodostivat laatikot ja kasvis- ja vihannessalaatit. Laatikoroista suosituin oli maksalaatikko. Vuoden 1998 kulutustutkimuksen nimikkeistöön sisältyivät jo markkinoille uutuutena tulleet valmiit ruokaannokset, mutta niiden kulutus oli melko harvinaista. Valmiita ruoka-

annoksia ostettiin keskimäärin yksi annos (360 g) henkilöä kohden vuodessa. Makaronilaatikon ja muiden pastaruokien kulutus oli myös melko harvinaista. Niitä ostettiin vuonna 1998 keskimäärin kaksi annosta eli 580 g henkilöä kohden vuodessa, nuorten talouksiin vähän useammin kuin iäkkäiden talouksiin. Kotitalouden viitehenkilön ikä vaikutti melko vähän tämän ensimmäisen valmisruokaryhmän hankintamääriin vuonna 1985. Vuonna 1998 kyseisten valmisruokien kulutus kasvoi jonkin verran myötä (taulukko 2).



Kuva 2. Aterian muodostavien valmisruokien hankinta kotitalouksiin vuonna 1985, 1990 ja 1998, kg/hlö/v.

Taulukko 2. Aterian muodostavien valmisruokien hankinta kotitalouksiin kotitalouden viitehenkilön iän mukaan, kg/hlö/v.

	-27	28-37	38-47	48-57	58-67	68-77	78+	Kaikki
Laatikot, keitot, salaatit, pastaruuat								
1985	4,5	4,1	3,4	3,9	3,5	4,0	4,7	3,9
1998	5,2	5,8	6,2	6,2	6,5	7,1	7,1	6,2
Piirakat, pastejat, pizzat								
1985	3,7	3,5	3,9	3,9	4,2	4,8	5,3	3,9
1998	9,6	7,7	7,9	7,6	6,5	6,6	6,5	7,6
Marjakeitot, -puurot ja mämmi								
1985	0,6	0,8	0,6	0,9	1,0	1,6	3,4	0,9
1998	1,6	1,8	1,9	1,7	3,1	3,0	3,3	2,1
Lasten vellit ja purkkiruuat								
1985	0,8	0,9	0,3	0,1	0,0	0,0	0,0	0,4
1998	2,2	5,3	1,4	0,4	0,2	0,0	0,0	1,9
Yhteensä								
1985	9,6	9,3	8,3	8,8	8,7	10,4	13,4	9,1
1998	18,7	20,7	17,3	16,0	16,2	16,7	16,9	17,7

Piirakoiden, pastejoiden, pizzojen ja hampurilaisten kulutus kaksinkertaistui 3,9 kilosta 7,6 kiloon tarkastelujakson aikana. Voimakkaimmin lisääntyi pizzojen ja hampurilaisten kulutus, mutta myös piirakoiden ja pastejoiden kulutus kasvoi. Kotitalouden viitehenkilön ikä vaikutti selvästi pizzojen ja hampurilaisten sekä piirakoiden ja pastejoiden hankintaan. Pizzojen ja hampurilaisten sekä lihapiirakoiden ja -pastejoiden kulutus vähentyi iän myötä kun taas karjalanpiirakoiden (riisi-, peruna-, porkkana- ym. piirakat) kulutustottumukset olivat päinvastaiset. Kuitenkin myös nuorimman ikäryhmän talouksiin ostettiin karjalanpiirakoita vähän enemmän kuin pizzoja vuonna 1998. Nuorten talouksiin ostettiin piirakoita, pastejointa, pizzoja ja hampurilaisia ym. vastaavia ruokia yhteensä 9,6 kiloa ja vanhimpaan 6,2 kiloa henkilöä kohden vuonna 1998.

Myös marjakeitot, -puurot ja mämmi -ryhmän kulutus kaksinkertaistui tarkastelujakson aikana, keskimäärin 0,9 kilosta 2,1 kiloon henkilöä kohden laskettuna. Tämän valmisruokaryhmän kulutus lisääntyi kotitalouden viitehenkilön iän myötä. Mämmin kulutus vähentyi, mutta hedelmä- ja marjakeittojen kulutus kasvoi kaikkien ikäryhmien kotitalouksissa. Tämä johtuu oletettavasti pahvitölkkeihin pakattujen marjakeittojen vakiintumisesta markkinoille. Valion valikoimiin marjakeitot tulivat vuonna 1981 (Ahvonen 2005).

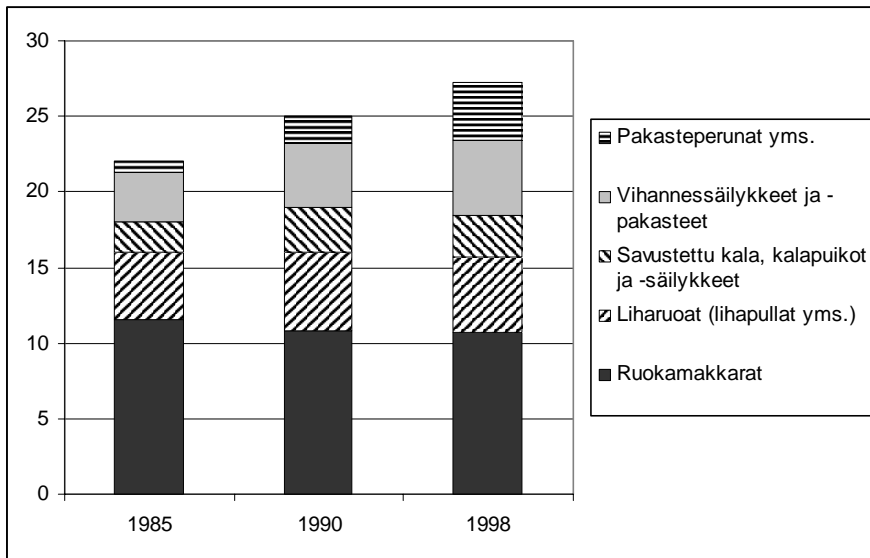
Lastenruokien kulutus kasvoi selvästi tarkastelujakson aikana. Osaltaan tähän vaikutti valmiiden puurojen ja vellien ilmestyminen markkinoille, mutta myös purkki- eli tölkkiruokien kulutus lisääntyi. Lasten ruokien kulutuksen kasvu oli ymmärrettävää, koska haastattelututkimuksen mukaan pikkulasten vanhemmat luottavat lastenruokateollisuuteen (Iso-niemi 2000, 32). Valmiit vellit tulivat Valion valikoimiin vuonna 1985

(Ahvonen 2005). Lastenruokien kulutus keskittyy 28–37-vuotiaiden perheisiin. Tämän ikäryhmän ostamista valmisruoista keskimäärin neljännes (5,3 kg/hlö/v) oli lastenruokia.

Myös osan ateriala muodostavien valmisruokien kulutus lisääntyi

Osan ateriala muodostavat valmisruoat luokiteltiin viiteen ryhmään (liite). Ensimmäisen osan ateriala muodostavan ryhmän muodostivat ruokamakkarat. Toiseen ryhmään koottiin lihapullat ym. jauhelihaeinekset, grillattu broileri, liha- ja liharuokasäilykkeet, hyytelösyllty, kaalikääryleet ja veriohukaiset, mustamakkara ym. vastaavat ruoat. Ryhmän nimeksi annettiin liharuoat. Kolmanteen ryhmään laskettiin mukaan savustettu ja grillattu kala, kalapuikot ja leivitetty kalatuotteet sekä kalasäilykkeet. (Suolattu kala ja lipeäkala löytyvät raaka-aineiden ryhmästä, koska niitä perataan ja kypsennetään kuten tuoretta kalaa. Kulutusmäärät olivat hyvin pienet.) Neljännen ryhmän muodostivat vihannessäilykkeet ja -pakasteet. Näissä laskelmissa ovat mukana myös mauste- ja suolakurkut, jotka puuttuivat Tilastokeskuksen laskelmista sekä vihannespakasteet, jotka Tilastokeskuksen laskelmissa olivat puolivalmisteiden ryhmässä (Berg & Pajunen 2003, Ahlqvist & Berg 2003, 39–40). Viidenteen ryhmään sisältyvät pakasteperunat, kermaperunat, perunasalaatti ym. perunaruoat. Perunalastuja ei laskettu mukaan perunaruokien ryhmään.

Myös osan ateriala muodostavien valmisruokien kulutus lisääntyi, mutta huomattavasti vähemmän kuin koko ateriala muodostavien valmisruokien kulutus. Osan ateriala muodostavia valmisruokia ostettiin keskimäärin 22 kiloa vuonna 1985 ja 27 kiloa vuonna 1998 henkilöä kohden laskettuna (kuva 3). Nuorimmissa ikäryhmissä osan ateriala muodostavien elintarvikkeiden hankintamäärät olivat samaa suuruusluokkaa tarkastelun kohteena olevina vuosina, keski-ikäisillä ja ikääntyneillä hankintamäärät olivat lisääntyneet. Eniten osan ateriala muodostavien valmisruokien hankintamäärää lisääntyi yli 78-vuotiaiden talouksissa (taulukko 3).



Kuva 3. Osan ateriala muodostavien valmisruokien hankinta kotitalouksiin vuonna 1985, 1990 ja 1998, kg/hlö/v.

Taulukko 3. Osan ateriala muodostavien valmisruokien hankinta kotitalouksiin kotitalouden viitehenkilön iän mukaan, kg/hlö/v.

	-27	28-37	38-47	48-57	58-67	68-77	78+	Kaikki
Ruokamakkarat								
1985	10,3	11,6	12,2	12,9	11,3	9,0	6,9	11,6
1998	6,6	8,6	11,1	13,0	14,0	11,0	8,1	10,8
Liharuoat (lihapullat yms.)								
1985	3,9	4,3	4,1	4,7	5,0	5,8	4,0	4,5
1998	4,1	3,7	4,6	5,3	6,0	6,6	6,8	4,9
Savustettu kala, kalapuikot ja -säilykkeet								
1985	2,1	1,8	1,9	2,2	2,0	1,8	1,3	2,0
1998	2,3	2,1	2,9	3,4	3,3	2,9	3,7	2,8
Vihannessäilykkeet ja -pakasteet								
1985	2,5	3,4	3,1	3,5	4,0	3,6	2,9	3,3
1998	3,9	3,9	5,3	6,0	5,4	4,7	4,9	5,0
Pakasteperunat yms.								
1985	1,1	0,9	1,1	0,5	0,3	0,2	0,1	0,8
1998	5,2	4,4	4,1	3,3	2,4	2,1	2,4	3,7
Yhteensä								
1985	20,0	22,0	22,5	23,8	22,6	20,4	15,2	22,1
1998	22,1	22,8	27,9	31,1	31,1	27,4	25,8	27,2

Ruokamakkarat muodostivat noin puolet osan ateriala muodostavien elintarvikkeiden määrästä. Valtaosa ruokamakkaroista oli lenkki- ja grillimakkaroita. Missä määrin ruokamakkaroita käytettiin aterian osina ja

missä määrin raaka-aineina ruoanvalmistuksessa tai hiukoparana suoraan jääkaapista naposteltuna ovat asioita, joita kulutustutkimusten aineistot eivät kerro. Ruokamakkaroiden kulutus vähentyi tarkastelujakson aikana. Eniten ruokamakkaroiden hankinta vähentyi nuorimman ikäryhmän talouksissa, mutta kulutuksen lasku näkyi myös alle 48-vuotiaiden talouksissa. Yli 58-vuotiaiden talouksissa ruokamakkaroiden kulutus puolestaan lisääntyi.

Liharuokia ostettiin noin 5 kiloa henkilöä kohden vuodessa tarkastelun kohteena olevina vuosina. Nuorten talouksissa kulutusmäärä oli samaa suuruusluokkaa tarkastelun kohteena olevina vuosina, keski-ikäisten ja ikääntyneiden talouksissa liharuokien kulutus lisääntyi. Suosituimpia liharuokia olivat lihapullat ja jauhelihapihvit, joiden kulutus lisääntyi noin yhdestä kilosta kahteen kiloon henkilöä kohden laskettuna tarkastelun kohteena olevina vuosina. Vanhimmassa ikäryhmässä kuitenkin grillattua broileria ostettiin vähän enemmän kuin lihapullia. Grillatun broilerin kulutus oli keskimäärin noin yhden kilon luokkaa henkilöä kohden laskettuna, mutta sen kulutukseen vaikutti kotitalouden viitehenkilön ikä. Iän myötä lisääntyi myös grillatun broilerin kulutus. Ikävaikutus oli selvempi vuonna 1998 kuin vuonna 1985. Vielä selvemmin kotitalouden viitehenkilön ikä vaikutti hyytelösylytyn, kaalikääryleiden ja veriohukaisen ja/tai verimakkaran kulutukseen. Niiden kulutus lisääntyi iän myötä. Vuonna 1998 niitä ei ostettu juuri lainkaan nuorimman ikäryhmän kotitalouksiin, kun taas vanhimmissa ikäryhmissä kyseisiä ruokia ostettiin keskimäärin kaksi kiloa henkilöä kohden laskettuna tarkastelun kohteena olevina vuosina. Sen sijaan näyttää siltä, että hernekeitto oli säilyttänyt melko hyvin suosionsa. Aikaisemmissa kulutustutkimuksissa hernekeitto esiintyi omana nimikkeenään, mutta vuoden 1998 aineistossa se oli yhdistetty liharuokasäilykkeiden ryhmään. Liharuokasäilykkeitä ostettiin keskimäärin yksi kilo eli kaksi tölkkiä henkilöä kohden vuodessa kaiken ikäisiin kotitalouksiin vuonna 1998. Muiden liharuokasäilykkeiden (esim. lihapullat kastikkeessa) hankkiminen oli aikaisemmissa tutkimuksissa melko vähäistä.

Savustetun kalan, kalapuikkojen ja -säilykkeiden kulutus lisääntyi 2 kilosta 2,8 kiloon tarkastelun kohteena olevina vuosina. Kuten oletettavaa oli, kotitalouden viitehenkilön ikä vaikutti savustetun kalan sekä silli-, silakka- ja anjovissäilykkeiden hankintamääriin. Iän myötä myös niiden kulutus lisääntyi. Kalapuikkojen ja leivitettyjen kalatuotteiden sekä tonnikalasäilykkeiden kulutus puolestaan vähentyi kotitalouden viitehenkilön iän lisääntyessä. Kaikkien edellä mainittujen kalavalmisteryhmien kulutus lisääntyi jonkin verran. Myös muiden kala-, äyriäis- ja nilviäissäilykkeiden sekä keitettyjen pakaste- ym. katkarapujen kulutus lisääntyi hieman. Niiden kulutukseen kotitalouden viitehenkilön ikä ei juuri vaikuttanut. Edellä mainittuja kalatuotteita käytetään paljon raaka-aineena

ruoanvalmistuksessa, mutta erityisesti silli voi olla myös pääruokaa. Järvelän (2001) tutkimuksen mukaan silli on kesäinen herkku, joka kaipaava seurakseen vain uudet perunat ja vapauttaa aterian valmistajat pääruoan keksimisen ja tekemisen vaivasta.

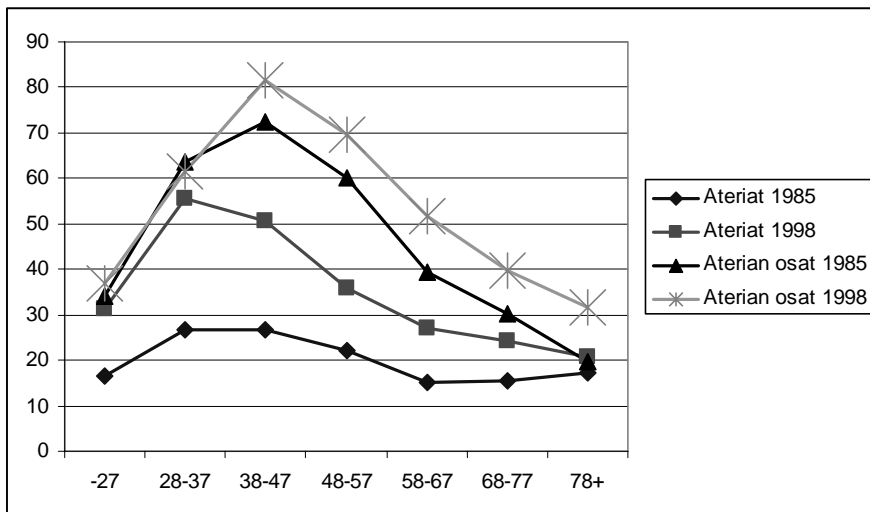
Vihannessäilykkeiden ja -pakasteiden kulutus kasvoi 3,3 kilosta 5:een kiloon tarkastelun kohteena olevina vuosina. Mauste- ja suolakurkkujen kulutus lisääntyi kaikkien muiden ikäryhmien talouksissa, paitsi 28–37-vuotiaiden talouksissa. Keskimäärin mauste- ja suolakurkkuja ostettiin 1,5 kiloa henkilöä kohden vuodessa vuonna 1998. Etikka- ym. punajuurien kulutus oli melko vähäistä ja se oli hieman vähentynyt tarkastelun kohteena olevina vuosina. Muiden kasvis- ja vihannessäilykkeiden kulutus sen sijaan lisääntyi 0,6 kilosta 1,9 kiloon tarkastelun kohteena olevina vuosina. Kulutuksen kasvu näkyi kaiken ikäisissä kotitalouksissa, selvimmin kuitenkin keski-ikäisten talouksissa. Kulutuksen kasvun taustalla on olettavasti erilaisten tomaattisäilykkeiden tarjonnan monipuolistuminen markkinoilla. Pakastettuja sekavihanneksia ostettiin keskimäärin 1,3 kiloa henkilöä kohden tarkastelun kohteena olevina vuosina. Kotitalouden viitehenkilön ikä vaikutti jonkin verran pakastettujen seka-vihannesten hankintaan. Iän myötä niiden kulutus hieman lisääntyi. Myös haastattelututkimuksen mukaan ikääntyneet suosivat pakastettuja kasviksia niiden helppokäyttöisyyden johdosta (Isoniemi & Leskinen 2000).

Pakasteperunoiden ym. perunatuotteiden kulutus nelinkertaistui tarkastelun kohteena olevina vuosina. Tämän ryhmän elintarvikkeiden kulutukseen vaikuttaa selvästi kotitalouden viitehenkilön ikä. Nuorimman ikäryhmän talouksissa kulutus kasvoi yhdestä kilosta viiteen kiloon henkilöä kohden laskettuna. Vanhimman ikäryhmän talouksiin perunatuotteita ostettiin 2,5 kiloa henkilöä kohden vuonna 1998.

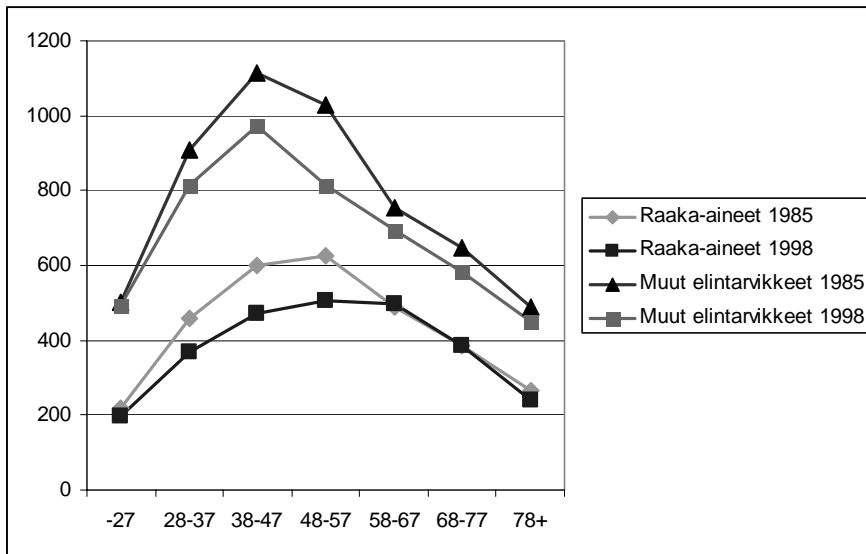
Valmisruoilla pieni osuus kotitalouksien ruokakoreissa

Seuraavaksi tarkastellaan, miltä valmisruokien kulutus näyttää kotitalouskohtaisesti tarkasteltuna (kuva 4). Kotitalouden koko vaikuttaa huomattavasti valmisruokien hankintaan. Eniten valmisruokia (133 kiloa vuonna 1998) ostettiin talouksiin, joiden viitehenkilö oli 38–47-vuotias. Kyseiset taloudet olivat myös kooltaan suurimmat ja perheiden lapset kouluikäisiä (ks. Viinisalo 2005, kuvat 5 ja 6). Kyseisiin talouksiin ostettiin enemmän aterian osia kuin valmisaterioita. Myös seuraavan ikäryhmän (48–57-vuotiaat) talouksiin ostettiin selvästi enemmän aterian osia kuin valmisruokia. Tämän ikäryhmän talouksissa oli lapsia jo selvästi vähemmän, mutta aikuiset olivat vielä ammatissa toimivia. Seuraavien ikäryhmien taloudet olivat yhden ja kahden hengen talouksia, joissa iän myötä kotitalouksien muuttuessa yhden hengen talouksiksi alettiin suosia valmis-

aterioita. Haastattelututkimuksenkin mukaan ikääntyneet kokevat aterian valmistuksen yhdelle henkilölle turhauttavaksi ja ostavat mielellään tämän johdosta valmisaterioita (Isoniemi & Leskinen 2000, 20–21). Myös nuorimpien kotitalouksissa ostettiin valmisaterioita yhtä paljon kuin aterian osiakin. Pikkulapsiperheissä (kotitalouden viitehenkilö 28–37-vuotias) tosin lastenruoat muodostivat noin neljänneksen valmisaterioiden määrästä.



Kuva 4. Valmisruokien hankinta kotitalouksiin kotitalouden viitehenkilön iän mukaan vuonna 1985 ja 1998, kg/kotitalous/v.



Kuva 5. Ruoanvalmistuksessa käytettävien raaka-aineiden ja muiden elintarvikkeiden hankinta kotitalouksiin kotitalouden viitehenkilön iän mukaan vuonna 1985 ja 1998, kg/kotitalous/v.

Kuvasta 5 nähdään, miten paljon kotitalouksiin ostettiin muita elintarvikkeita valmisruokien lisäksi. Kyseiset elintarvikkeet jaettiin kahteen ryhmään: raaka-aineet ja muut elintarvikkeet. Ruoanvalmistuksessa käytettäviin raaka-aineisiin sisältyivät tuoreen lihan lisäksi myös tuore kala, kananmunat, tuoreet hedelmät ja marjat, peruna ja muut tuoreet kasvikset sekä viljatuotteista jauhot, ryynit, hiutaleet ja pastat (ks. liite). Muiksi elintarvikkeiksi luokiteltiin ruokaleipä sekä korput ja keksit, leikkeleet ja ravintorasvat, maitotuotteet ja viimeisenä ryhmänä ”herkut, namit, naposteltavat” ja juomat (liite). Ruoanvalmistuksessa käytettävistä raaka-aineista suuri osa käytetään lämpimien aterioiden valmistukseen, mutta osittain kyseisiä elintarvikkeita käytetään myös leivontaan (jauhot), säilöntään (marjat) tai nautitaan välipaloina (hedelmät). Muut elintarvikkeet puolestaan ovat tyypillisiä välipalojen aineksia, mutta leipää ja maitoa syödään myös aterioilla ja ravintorasvoja sekä sokeria käytetään aterioiden valmistuksessa, leivonnassa ja säilönnässä.

Ruoanvalmistuksessa käytettävien raaka-aineiden hankintamäärä vähentyi keskimäärin 470 kilosta 410 kiloon kotitaloutta kohden vuodessa ja muiden elintarvikkeiden 850 kilosta 745 kiloon tarkastelujakson aikana. Eniten kulutuksen vähentymistä on nähtävissä 28–57-vuotiaiden talouksissa. Ruoanvalmistuksessa käytettävien raaka-aineiden kulutuksen lasku johtui pääasiassa perunan ja vehnäjauhojen kulutuksen vähenemisestä, jota muiden kasvien kulutuksen lisääntyminen ei riittänyt korvaamaan.

Muiden elintarvikkeiden kulutusmäärien lasku oli maidon kulutuksen vähenemistä, jota puolestaan mehujen ja virvoitusjuomien kasvu ei riittänyt kompensoimaan. Osittain elintarvikkeiden kotitalouskohtaisten kulutusmäärien vähenemiseen vaikutti myös kotitalouksien koon pieneneminen tarkastelujakson aikana.

Johtopäätökset

Perinteisillä elintarvikkeilla on edelleen vahva asema kotitalouksien ruokakoreissa. Niiden hankintamäärät ovat huomattavasti suuremmat kuin valmisruokien hankintamäärät. Tuoreen lihan kulutus oli jopa hieman lisääntynyt, mikä tuntuu yllättävältä, kun julkisuudessa tuodaan esiin niin voimakkaasti aterioiden valmistamisen väheneminen ja valmisruokien käytön sekä välipalojen nauttimisen lisääntyminen kotitalouksissa. Julkisuudessa esitetään myös yleisesti että ruokailu kodin ulkopuolella lisääntyy. Näin ei kuitenkaan ollut, kun tarkastelin kodin ulkopuolella ruokailun yleisyyttä erilaisissa kotitalouksissa vuosina 1985 ja 1998 (Viinisalo 2005). Ainoa ikäryhmä, jossa kodin ulkopuolella ruokailu oli lisääntynyt, oli yli 77-vuotiaiden ryhmä. Valtaosa kyseisen ryhmän aterioista oli vanhusten palveluaterioita. Kotityön markkinat -tutkimuksen mukaan kotitalouksissa arvostetaan itse tekemistä, erityisesti ruoan valmistusta, mutta toisaalta näytti siltä, että kodin ulkopuolella ruokailua ei enää mielletty erityiseksi ylellisyydeksi, vaan sitä pidettiin arkisena toimintona (Varjonen ym. 2005).

Ruoan alkuperän tärkeys kristallisoituu valmisruokiin kohdistuvassa epäluottamuksessa, joka tulee esiin monissa Kuluttajatutkimuskeskuksessa tehdyissä tutkimuksissa (ks. esim. Järvelä & Mäkelä 2005) sekä Mäkelän väitöskirjassa (Mäkelä 2002). Valmisruokia kuitenkin käytetään kotitalouksissa ja niiden kulutus myös lisääntyy. Tämän tutkimus toi esiin sekä erilaisten liharyhmien että erilaisten valmisruokien käytössä olevat eroavuudet ja toisaalta myös ruokaryhmien kulutuksen sisällä tapahtuneita muutoksia eri sukupolvien kulutuksessa. Ensiarvoisen tärkeätä olisi nyt selvittää, miten kulutus on muuttunut vuoden 1998 jälkeen. Kulutuksen muutos on jatkuvaa ja siihen vaikuttaa myös tarjonta. Kauppojen valikoimat sisältävät nykyisin huomattavasti enemmän helppokäyttöisiä elintarvikkeita kuin lähes kymmenen vuotta sitten. Miten tämä näkyy eri sukupolvien ruokakoreissa?

Lähteet

- Ahlqvist K, Berg M-A (2003) Kotitalouksien kulutusmenojen muutossuunnat. Tulot ja kulutus 21/2003. Tilastokeskus. Helsinki.
- Ahvonen, Maria 19.5.2005. [Henkilökohtainen sähköpostiviesti]
- Berg M-A, Pajunen A (2003) Valmista helpolla ja nopeasti. Valmisruokien käyttö suomalaisissa kotitalouksissa. *Economic Trends* 2003 (2) 41–44.
- Hannukainen E (2005) Helppous broilerinkäytön valtteja. *Finfood* 1/2005.
- Isoniemi M (2000) Nuorten lapsiperheiden tarvitsemat tiedot elintarvikkeista. Elintarvikeviraston tutkimuksia 6/2000. Helsinki.
- Isoniemi M, Leskinen J (2000) Ikääntyneiden ruokatalouden hoito ja tiedon tarve elintarvikkeista. Elintarvikeviraston tutkimuksia 13/2000. Helsinki.
- Järvelä K (2001) Peruna on perusruokaa – kuluttajien näkemyksiä perunasta. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 11/2001. Helsinki.
- Järvelä K, Mäkelä J (2005) ”Kovin periaatteellista tämä ei ole.” Kuluttajien ruoan valinta ja arkiset toimintatavat. Teoksessa *Vox consumptoris – Kuluttajan ääni*. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005. Toim. J Leskinen, H Hallman, M Isoniemi, L Perälä, T Pohjoisaho, E Pylvänäinen. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Mäkelä J (2002) Syömisrakenteen ja kulttuurin vaihtelu. (Väitöskirja). Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Tennilä L (2000) Elintarvikkeiden kulutus kotitalouksissa 1998. Tulot ja kulutus 18/2000. Tilastokeskus. Helsinki.
- Varjonen J, Viinisalo M (2004) Ruokatottumusten muutos – ostetaanko rahalla vaivattomuutta ja ajansäästöä vai kestävä kehitys? Teoksessa: *Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen*. Toim. K Ahlqvist, A Raijas, 25–61. Tilastokeskus. Helsinki. (<http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi>)
- Varjonen J, Aalto K, Leskinen J (2005) Kotityön markkinat. Sitran raportteja 45. Sitra. Helsinki. (<http://www.sitra.fi/Julkaisut/raportti45.pdf>)
- Varjonen J (2000) Trendejä vai kaaosta? Ruokatottumusten ja ruokatalouden hoidon muutokset 1980- ja 1990-luvuilla. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 2/2000. Helsinki.
- Varjonen J (2001) Elämyksiä, terveyttä, vaihtelua – 2000-luvun ruokatottumukset. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja 3/2001. Helsinki.
- Viinisalo M (2005) Kodin ulkopuolella ruokailu erilaisissa kotitalouksissa vuosina 1985 ja 1998. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmää 91/2005. Helsinki.

LIITE: Elintarvikkeiden ryhmittely

Elintarvikkeet ryhmiteltynä Tilastokeskuksen kulutustutkimuksen aikasarjan 1985–2001 nimikkeistöllä valmistusasteen ja käyttötavan mukaan.

Tuore liha	Aterian muodostavat valmisruoat
<p>A0112805 <i>Jauheliha</i> A0112401 <i>Sipikarjanliha</i></p>	<p><i>Laatikat, keitot, salaatit, pastaruoat</i> A0111102 Maksalaatikko * A0111103 Riisivalmisteet</p>
<p><i>Sisäelimet</i> A0112803 Maksa ja munuaiset A0112804 Veri, kieli, luut, potkat ym.</p>	<p>A0112704 Lihakaali-, lihaperunasoselaatikot ym.* A01127S2 Eines- ja pakastekeitot, lihasalaatit</p>
<p><i>Luullinen naudan- ja sianliha</i> A0112102 Luullinen naudanliha A0112202 Porsaankyljykset A0112203 Raaka kinkku A0112204 Muu luullinen sianliha</p>	<p>A01127S4 Muut valmiit liharuoat ja einekset A0113405 Silakkalaatikko, janssonin kiusaus ym. A01134S4 Salaatit ym. valmiit ruoat kalasta ym.</p>
<p><i>Luuton naudan- ja sianliha</i> A0112101 Luuton naudanliha A0112103 Maustettu raaka naudanliha A1011201 Luuton sianliha A0112205 Maustettu raaka sianliha A0112806 Karjalanpaistiliha A0112807 Liha erittelemättä</p>	<p>A01176S1 Kasvispihvit ja valmiit kasvisannokset A0117606 Kasvis- ja vihannessalaatit A01176S2 Kasviskeitot, -laatikat ja einekset</p> <p><i>Piirakat, pasteijat, pizzat, hampurilaiset</i> A01114S1 Pizzat, hampurilaiset, täytetyt ohukaiset A01115S1 Piirakat, pasteijat ym.</p>
<p><i>Lammas, poro, hirvi ym. riista</i> A0112301 Lampaan- ja vuohenliha A0112801 Poronliha A0112802 Hirvi, muu liha ja riista</p>	<p><i>Marjakeitot, -puurot ja mämmi</i> A01119S1 Valmiit puurot ja vellit*, mämmi A0116903 Marja- ja hedelmäkeitot, kiisselit ym.</p>
	<p><i>Lasten vellit ja purkkiruoat</i> A0116902 Vauvan mehut ja soseet A0119308 Lasten liha-, kala- ja kasvisruoat Lasten puurot ja vellit</p> <p>* laatikat sekä pikkulasten puurot ja vellit alkuperäisten aineistojen kulutustietojen mukaan</p>

Osan aterialla muodostavat valmisruoat	Aterioiden valmistuksessa käytetyt raaka-aineet
<p><i>Ruokamakkarat</i> A0112505 Nakit A0112506 Lenkkimakkarat A0112507 Muut ruokamakkarat</p>	<p>Jauhot, ryynit, hiutaleet, pastat A0111101 Riisiryynit ja -hiutaleet Makaronit ja spagetti</p>
<p><i>Liharuoat (lihapullat ym.)</i> A0112606 Hyytelösylytty A01126S2 Kokoliihalvasteet siipikarjan lihasta A0112701 Täyslihasäilykkeet A0112702 Liharuokasäilykkeet A0112703 Kaalikääryleet A01127S1 Lihapullat ja muut jauhelihaeinekset A01127S3 Veriohukaiset, mustamakkarat ym.</p>	<p>alkuperäisten aineistojen mukaan A0111801 Vehnäjauhot A0111802 Ohrajauhot A0111803 Ruisjauhot A0111804 Perunajauhot, ohra- ja maissitärkkelys A0111805 Grahamjauhot A0111806 Muut jauhot ja jauhoseokset A0111807 Kauraryynit, -hiutaleet ja -jyvät A0111808 Mannaryynit A01118S1 Muut ryynit, hiutaleet ym.</p>
<p><i>Savustettu kala, kalapuikot ja -säilykkeet</i> A0113303 Savustettu ja grillattu kala A0113304 Kypsennetyt katkaravut, simpukat ym. A0113404 Kalapuikot ja leivitetty kalatuotteet A01134S1 Silli-, silakka- ja anjovissäilykkeet A01134S2 Tonnikalasäilykkeet A01134S3 Muut kala-, äyriäis- ja nilviäissäilykkeet</p>	<p>Tuore liha kuten edellä yhtenä ryhmänä Tuore ja suolattu kala A0113101 Silakka A0113102 Muikku A0113103 Lohi A0113104 Kirjolohi A0113105 Muu tuore kala A0113106 Sei A0113107 Silakkafilet A0113108 Muut kalafilet A0113109 Kala erittelemättä A0113201 Ravut, simpukat, mustekalat ym. A0113301 Suolakalat A0113302 Lipeäkala</p>
<p><i>Vihannessäilykkeet ja -pakasteet</i> A0117601 Mauste- ja suolakurkut A0117602 Etikka- ym. punajuuret A0117603 Muut kasvis- ja vihannessäilykkeet A0117408 Pakastetut sekavihannekset (TK: puolivalmisteet)</p>	<p>A0114701 Munat</p>
<p><i>Pakasteperunat yms.</i> A0117801 Perunasosehiutaleet A0117803 Ranskalaiset perunat, perunalohkot A0117804 Perunasalaatti A0117805 Muut perunatuotteet ym.</p>	<p>Tuoreet hedelmät ja marjat A0116101 Appelsiinit A0116102 Mandariinit A0116103 Muut sitrushedelmät A0116201 Banaanit A0116301 Omenat A0116601 Viinirypäleet A0116602 Mustat viinimarjat, I A0116603 Punaiset ja valkoiset viinimarjat, I A0116604 Mansikat, I A0116605 Muut puutarhamarjat, I A0116606 Mustikat, I A0116607 Puolukat ja karpalot, I A0116608 Lakat ja muut metsämarjat, I A0116609 Sekamarjapakasteet ja marjat erittelemättä. A01167S1 Muut tuoreet hedelmät</p>

Aterioiden valmistuksessa käytetyt raaka-aineet (jatkuu edelliseltä sivulta)	Muut elintarvikkeet
<p>A0117701 Perunat</p> <p>Muut tuoreet kasvikset</p> <p>A0117101 Kiinankaali</p> <p>A0117102 Salaatti</p> <p>A0117103 Tuoreet maustevihannekset</p> <p>A0117104 Pinaatti, varsiselleri, persilja, idut ym.</p> <p>A0117201 Keräkaali</p> <p>A0117202 Kukkakaali</p> <p>A0117203 Parsa-, puna- ja ruusukaali ym. kaalit</p> <p>A0117301 Tomaatti</p> <p>A0117302 Kurkku</p> <p>A0117303 Paprika</p> <p>A01173S1 Herneet, pavut, kesäkurpitsat ym.</p> <p>A0117401 Porkkanat</p> <p>A01174S1 Muut juurikasvit</p> <p>A0117405 Sipuli</p> <p>A0117406 Herkkusienet</p> <p>A0117407 Muut sienet</p> <p>A0117409 Vihannekset erittelemättä</p> <p>A0117501 Kuivatut vihannekset</p>	<p>Ruokaleipä, korput ja keksit</p> <p>A0111201 Näkkileipä ja hapankorput</p> <p>A0111202 Pehmeä ruisleipä</p> <p>A0111203 Vehnäruokaleipä</p> <p>A0111204 Muu pehmeä ruokaleipä</p> <p>A0111205 Leipä erittelemättä</p> <p>A0111206 Korput ja rinkelit</p> <p>A0111207 Keksit, vohvelit ja pikkuleivät</p> <p>Leikkeleet ja ravintorasvat</p> <p>A0112501 Meetvursti ja salami</p> <p>A0112504 Maksamakkara ja -pasteijat</p> <p>A01125S1 Muut leikkelemakkarat</p> <p>A01126S1 Kokolihavalmisteet sianlihasta</p> <p>A0112605 Muut leikkelelihat</p> <p>A0114501 Emmentaljuusto</p> <p>A0114502 Edamjuusto</p> <p>A0114503 Kermajuusto</p> <p>A0114504 Sulatejuusto</p> <p>A01145S1 Muut juustot, rahkat ja juustovalmisteet</p> <p>A0115101 Voi</p> <p>A0115102 Voi-kasvisöljyseokset</p> <p>A0115201 Leipämargariinit</p> <p>A0115202 Talousmargariinit ja muut rasvat</p> <p>A0115401 Oliiviöljy ja muut ruokaöljyt</p> <p>Maitotaloustuotteet</p> <p>A01141S1 Täysmaito</p> <p>A0114201 Kevytmaito ja 1-maito</p> <p>A0114202 Rasvaton maito</p> <p>A0114301 Maitojauhe</p> <p>A01144S1 Viili</p> <p>A01144S2 Jogurtti</p> <p>A0114601 Kerma, kestokerma ja kevytkerma</p> <p>A0114602 Piimä ja kefiiri</p> <p>A0114605 Maitovanukkaat</p> <p>A01146S1 Kermaviili, ranskan-, ruokakerma ym.</p>

Muut elintarvikkeet (jatkuu edelliseltä sivulta)

Herkut, namit, naposteltavat ja juomat

- A0111601 Kahvipitko
- A0111604 Leivokset, kakut ja makeat piirakat
- A01116S1 Viinerit, munkit, pikkupullat
- A0111701 Valmiit taikinat ja pizzapohjat
- A0111813 Viljamurot ja murokkeet
- A0111814 Mysli ym, vilja-hedelmäsekoitteet
- A0111815 Pop corn ja muut viljanaksit ym.
- A0116801 Pähkinät ja mantelit
- A0116802 Rusinat ja korintit
- A0116803 Muut kuivatut hedelmät ja marjat
- A0116901 Hedelmä- ja marjasäilykkeet
- A0117802 Perunalastut ym.
- A0118101 Palasokeri
- A0118102 Hienosokeri
- A0118103 Hedelmäsokeri
- A0118104 Muut sokerit
- A0118201 Hillot ja soseet
- A0118202 Marmeladit
- A0118203 Hunaja
- A0118401 Suklaalevyt ja -makeiset
- A0118401 Karamellit, pastillit ym. makeiset
- A0118503 Mehujäät
- A01185S1 Jäätelö, I
- A0118601 Siirappi
- A01192S1 Suola ja yrttisuolat
- A0119301 Hiiva
- A01211S1 Kahvi ja pikakahvi
- A01212S1 Tee ja yrttiteet
- A0121301 Kaakao ja kaakaojuomat
- A0122101 Kivennäisvedet
- A0122201 Virvoitusjuomat
- A0122301 Tuoremehujuomat, -mehut ja nektarit
- A0122302 Marja- ja hedelmämehtiivisteet
- A0122401 Vihannesmehut
- A0122403 Muut alkoholittomat juomat

Marjojen ja jäätelön litrapainot muunnettu kiloiksi käyttämällä kerrointa 0,5.

URHEILULAJIEN SYNTY

Tanja Kotro, Mika Pantzar

Miten urheilulajit syntyvät? Miten markkinat ja teknologia muokkaavat liikunnan käytäntöjä? Onko suomalaisessa liikunnan taloudessa ja ihmisten tavassa harrastaa liikuntaa jotakin erityistä? Artikkelin tavoite on käynnistää keskustelua näistä teemoista ja synnyttää tutkimuskysymyksiä, joihin palaamme myöhemmin laajemmassa tutkimushankkeessa. Tarkastelumme lähtökohta on urheilun nivoutuminen elämäntapaan ja erilaisiin urheiluvälineisiin (Kotro 2005, Shove & Pantzar 2005, Pantzar, & Shove 2005). Haluamme korostaa liikuntaa elämän rikkauden lähteenä ja yksilöiden roolia urheilun nykykehityksessä.

Suomalaiset liikkuvat ja urheilevat huomattavasti enemmän kuin eurooppalaiset keskimäärin. Kymmenen maan vertailussa sekä suomalaiset miehet (42 min) että naiset (34 min) urheilivat päivittäin eniten (European Commission 2004). Yhdeksälle kymmenestä suomalaisesta liikkuminen luonnossa ja kävely on keskeinen vapaa-ajan harrastus (Gallup 1999/Yhtyneiden kuvalehtien erillistutkimus). Turhaan ei urheilufilosofian klassikko Tahko Pihkala ole sanonut, että ”sellaista murhetta ei olekaan, joka ei kävelemällä helpotu” (Palolampi 1983).

Suomalaiset poikkeavat myös asenteiltaan eurooppalaisista: liikunta ei ole leikkiä vaan tavoitteellista toimintaa kunnon ylläpitämiseksi (Pan EU Survey 1998). Tämä on jatkoa pitkälle linjalle, jota Tahko Pihkala edisti jo 1900-luvun alussa ollessaan perustamassa mm. Suomen Latua (1938) ja Suomen Urheiluopistoa (1927). Koko kansakunta piti saada liikkeelle ja liikekannalle.

Pihkalalle urheilussa oli kyse kolmesta hyvin erilaisesta asiasta: ensinnäkin urheilu ja kilpaileminen on biologis-perusteista vaistotoimintaa, joka palvelee menestystä yksilöiden välisessä taistelussa. Toiseksi urheilulla on yhteisöllinen tehtävä (sota-)joukkojen voiman kasvattajana.

Kolmanneksi urheilu on yksilön taistelua ikääntymistä vastaan. Tällaista ajatusta kuvaa hyvin sykemittarivalmistaja Polar Electron lehdistötiedote vuodelta 2004, jossa luvattiin, että mittarin avulla kukin voi itse tarkistaa 'oman todellisen ikänsä'. Seuraavassa esitämme, että erityisesti viime vuosina urheilulajien synnyssä on nähtävissä neljäs aalto. Liikunnan ilo, jaetut elämykset ja haasteet ovat luomassa tilaa elämäntapaurheilulle. Uskaltaudumme väittämään, että suomalaiset kuluttajat ja liikunnan organisaatiot ovat jo pitkään toimineet tällä alueella suorastaan suunnan- näyttäjinä.

Urheilun innovaatiot

Innovaatiotutkimus on viime vuosina alkanut kiinnittää lisääntyvää huomioita kuluttajiin ja niin sanottuihin ”tavallisiin ihmisiin” ja käyttäjäyhteisöihin. Kuva tuottajista ja kuluttajista toisilleen vastakkaisina ja erilaisen tiedollisen kapasiteetin omaavina toimijoina on hämärtynyt. Kuluttaja ei ole ainoastaan innovaatioiden vastaanottaja vaan myös innovaattori: tuotteet löytävät lopullisen muotonsa eletyissä elämässä. Merkkejä ajattelutavan muutoksesta on lukuisia. Tietotekniikan alueella ns. open source -koulukunta korostaa käyttäjien roolia ohjelmistojen kehittäjinä. Viimeistään tekstiviestien yllätyksellinen läpimurto kertoi telekommunikaatioalalle siitä, kuinka juuri kuluttajat luovat puhelimen käyttötavat. Myös urheilun ja liikunnan alueella parhaat innovaattorit löytyvät harrastajayhteisöistä (ks. Franke & Shah 2003, Shah 2005, Kotro 2005, Lilien ym. 2002, Luthje ym. 2002, Pantzar & Shove 2005).

Urheilun innovaatiot syntyvät monipuolisissa verkostoissa, joissa tiivis yhteistyö ja jopa roolien päällekkäisyys alan yritysten, erilaisten asiantuntijoiden ja organisaatioiden sekä asiantuntevien kuluttajien välillä on tyypillistä. Innovaatiot eivät leviä automaattisesti ikään kuin valuen ylhäältä alaspäin vaan kyse on monimutkaisesta prosessista, johon kuuluu oleellisena osana paitsi toisilta oppiminen ja jäljittely niin myös ratkaisujen etsiminen oman yksityisen kokemusmaailman pohjalta ja jopa hyvien tapojen uhmaaminen. Tästä on kyse esimerkiksi salibandyn, sauvakävelyn tai lumilautailun yleistymisessä. Kaikissa näissä lajeissa vastavoimat olivat merkittäviä. 1980-luvun alussa sähly kiellettiin kouluissa, koska sen ajateltiin pilaavan liikuntasalien puupinnat. 1990-luvun lopussa lehtien yleisönosastokirjoituksissa sauvakävelijät nähtiin paitsi naurettavina tuulipukukansan edustajina niin vaarana muulle liikenteelle. Samanlaista kriittistä keskustelua käytiin rinteillä 1980-luvun alussa. Lumilautailijat vaaransivat rinneturvallisuuden.

Uusien lajien edustajat mullistivat myös tyylin. Esimerkiksi lumilautailijat ottivat vaatetuksellaan kantaa laskettelun konservatiivisia arvoja

vastaan. Käsittääksemme se, että kyseiset lajit ovat nousseet suosioon vastuksista huolimatta, kertoo lajien palkitsevuudesta. Liikunnan tutkijoilla on tapana selittää tällaista kehitystä ulkoisilla seikoilla, kuten esimerkiksi normatiivisilla paineilla. Esimerkiksi sosiologi J. P. Roos analysoi 1980-luvun lopussa, että ”liikunta elämäntapana on hyvin työn kaltaista, kaukana siitä keveydestä ja elämyksellisyydestä, jonka pitäisi liittyä postmoderniin ihmiseen” ja että kysymys liikunnassa on teollisen ajan uudenlaisesta itsekurin muodosta (Roos 1989). Meidän käsityksemme on toinen. Moniin liikunnanlajeihin sisältyy sellaista palkitsevuutta, jota ei ole helppo ottaa käsitteellisesti haltuun. Sellaiset seikat, kuten tunteet ja liikunnan tuntemukset, ansaitsevat enemmän painoa puhuttaessa liikuntaharrastuksista.

Suomalainen liikuntakulttuuri

Tilastokeskuksen vapaa-ajantutkimus kertoo erityisesti kahden uuden lajin vallankumouksellisen nopeasta kehityksestä Suomessa: salibandyn ja sauvakävelyn. Salibandya on pelattu noin kolme vuosikymmentä ja sauvakävelyä on harrastettu vajaa kymmenen vuotta. Kummassakin lajissa harrastustoiminta perustuu tai on ainakin aluksi perustunut huomattavasti enemmän leikkimielisyyteen kuin monissa perinteisissä lajeissa. Salibandy on selkeästi nuorten laji (10–24-vuotiaat) ja sauvakävely vanhempien laji (yli 45-vuotiaat). Kumpikin laji on kuitenkin moniin muihin lajeihin nähden sukupuolisesti varsin sallivia. Salibandy painottuu hieman enemmän poikiin kuin tyttöihin ja vastaavasti sauvakävely on ainakin toistaiseksi ollut enemmän naisten laji (Suomen Latu/Gallup).

Muita markkinavoittajia Suomessa ovat rullaluistelu (nuoret) ja ohjattu voimistelu (naiset) (Liikkanen ym. 2005). Listaamme voitaneen lisätä myös golf, jonka harrastajien määrä ylitti 100 000 rajan vuonna 2004. Golf on siinä mielessä mielenkiintoinen, että esteet sen harrastamiselle ovat huomattavan korkeat. Golfin pelaaminen vaatii lupakirjan hankkimista (green card), kentät ovat lähes poikkeuksetta automatkan päässä ja pelaaminen vaatii huomattavaa taloudellista uhrausta. Salibandyn ja sauvakävelyn menestys on varmasti liittynyt hyvin päinvastaiseen. Kummassakin kynnys aloittamiseen ja harrastamiseen on lähes mitätön.

Kiinnostavaa olisi myös kysyä, miksi eräät lajit ovat menettäneet huomattavasti kannatustaan. Mitä on tapahtunut esimerkiksi squashille, hiihdolle tai yleisurheilulle? Maastohiihdon renessanssi 2000-luvun alussa kertoo, että muutokset ovat usein aaltoliikettä. Seuraavassa keskitymme kuitenkin uusiin lajeihin ja pohdimme, mikä niitä yhdistää.

Nousun dynamiikkaa

Sähly ja salibandy saivat alkunsa Ruotsissa 1970-luvun alussa ja suomalaiset seurasivat muutamaa vuotta myöhemmin. Jo vuonna 1974 alettiin pelata ensimmäisiä yliopistosarjoja. Lajin synty voitaneen sijoittaa 1980-luvun alkuun, kun ruotsalaiset, suomalaiset ja sveitsiläiset sopivat lajin standardeista. Esimerkiksi maalin kooksi päätettiin suomalaisten pienen maalikehikon ja sveitsiläisten suuremman maalikehikon puoliväli. Nykyään salibandya pelataan kymmenissä maissa ja laji on hakemassa itselleen olympiakelpoisuutta. Keskeistä salibandyn menestyksessä on sen monimuotoistuminen. Salibandy integroituu erilaisiin elämänmuotoihin ja -tapoihin. Sitä pelaavat lapset ja aikuiset. Se on sekä opiskelijaliikuntaa, työpaikkaliikuntaa että kilpaurheilua. Sitä voi pelata sekapelinä sukupuolien kesken. Sähly on 'yhteisöllistä hauskanpäättämistä'. (Shove, Pantzar & Hand 2005). Sählyn menestystarina ei kuitenkaan ole särötön. Esimerkiksi Australiaan laji ei ole yrityksistä huolimatta löytänyt tietään (Lai 1999).

Urheilulajien kehitystä voidaan osittain ymmärtää managerialistisen luomistarinan kautta. Sauvakävely on hyvä esimerkki. Exel, pieni mäntyharjulainen yritys, on onnistunut rakentamaan täysin uudenlaisen tuotteen ja käsitteen (ns. Nordic Walking Sticks/Nordic Fitness Concept, 1996) ja myös tavan markkinoida kuntoliikuntaa. Varsinaisesti tuote tuli markkinoille syksyllä 1997 (Pantzar & Shove 2005). Innovaatiokirjallisuus kertoo, että vastavoimat ovat aina suuria ennen kuin keksintö (invention) muuttuu valmiiksi tuotteeksi (innovation) (Lilien ym. 2002). Näin oli myös sauvakävelyn tapauksessa. Lehdissä uutuudelle naurettiin, vähittäiskauppa ei ollut halukas ottamaan tuotetta myyntiin eikä kansainvälisillä urheilumessuilla tuotteelle povattu vähäisintäkään menestystä. Jakelutie oli pullonkaula ja tästä syystä Exelin ja sen yhteistyöpartnereiden oli kommunikoidava suoraan loppukuluttajien kanssa.

Sen jälkeen kun vuonna 1999 julkaistiin maailman ensimmäinen sauvakävelyopas (Kantaneva & Kasurinen 1999), uusi "nelijalkaisen liikkumisen" laji on saanut miljoonia harrastajia ympäri maailman. Kun yritys esitti kävelysauvat ensi kertaa kansainvälisillä messuilla 1990-luvun lopussa, epäilijöitä riitti. Muutamaa vuotta myöhemmin Exelin myymien sauvojen lukumäärä lasketaan jo miljoonissa. Sauvakävely on lyönyt Euroopan päämarkkinoilla itsensä läpi ja nyt puhutaan jo Nordic Fitness Sports -käsitteestä, jonka Exel on tuonut jatkeena Nordic Walkingille. Konsepti taas sisältää erityyppisiä sauvaliikuntalajeja, joista voi löytää harrastuksen ympärivuotisesti. Esim. saksalainen johtava fitness-lehti "Fit for Fun" joulukuun numerossaan nimesi Nordic Fitnessin 2005 Saksan Megatrendiksi liikunnan saralla.

Harva Suomessa kehitetty käsite tai brändi on yhtä laajalti maailmaan levinnyt kuin Exelillä 1990-luvun puolivälin jälkeen kehitetty sana-yhdistelmä 'Nordic Walking'. Nordic-sanalla pyrittiin tietoisesti liittämään kävelyyn pohjoisen raikkauden ja puhtaan luonnon sekä terveiden elämäntapojen komponentti. Luultavasti Exelin markkinointimateriaali ja markkinointi ei olisi ikinä innostanut urheilukauppiaita tai marketteja ottamaan sauvoja myyntiin, jos sauvailijoita ei olisi nähty ja lajin hyvän olon tuntemukset olisivat kiirineet. Syksyllä 1998 Suomen Latu alkoikin kouluttaa sauvakävelyohjaajia ja samalla se käynnisti sauvakävelyn kokeiluryhmiä eri puolilla Suomea. Kokeiluryhmät olivat ilmaisia ja ne mahdollistivat kokemuksen sekä sen kautta tarpeen hankkia sauvakävelysauvat. Ohjaajia oli Suomessa vuonna 2004 yli 3 500 – osa ammattilaisia, osa vertaisohjaajia.

Vastavoimien voittamiseksi tarvittiin urheiluopiston tilauksia, runsaasti kokeiluja ja myös kriittistä keskustelua. Esimerkiksi Helsingin Sanomien yleisöosastossa käytiin vilkasta sananvaihtoa parinkymmenen kirjeen virittämänä. Tarvetta pidettiin yleensä keinotekoisena, sauvakävelijät sotkivat pururadat sauvoillaan, he kiusasivat koiria ja vanhuksia, eivätkä he näyttäneet sopeutuvan muun liikenteen rytmiin. Ja Suomen Ladun edustaja Sirpa Arvonen vastasi kritiikkiin. Vielä vuosituhannen vaihteessa sauvakävelijät saivat vastata jatkuviin kyselyihin, mihin sukset ovat unohtuneet.

Muutamassa vuodessa tilanne kääntyi päinvastaiseksi. Sadat tuhannet suomalaiset alkoivat kävellä viikoittain sauvojen kanssa. Jopa miehet uskaltautuivat lenkkipoluille. Enää ei myöskään tarvittu kaveria vierelle jakamaan häpeää. Pienehköä mäntyharjulaista yritystä alettiin ylistää kansainvälisillä urheilumessuilla ja sauvakävelyä alettiin määrätä esimerkiksi Saksassa ja Skotlannissa lääkkeiden sijaan erilaisiin sairauksiin. Itävallassa ja Norjassa suomalaisena pidetyn keksinnön ympärille syntyi suoranainen kansanliike. Pienen markkinointibudjetin korvasi pyramidi-markkinointi ja erityinen kouluttajien koulutusjärjestelmä. Sitten Exelin osakkeen arvo lähti voimakkaaseen nousuun. Tätä kehitystä kiihdytti entisestään tieto (syksy 2004), jonka mukaan Kiinan urheiluministeriö alkoi yhteistyön Mäntyharjulla valmistettujen sauvojen markkinoinniseksi Kiinan markkinoilla¹⁸. Kyseessä on suorastaan käänteinen Kiina-ilmiö.

¹⁸ Exel Oyj solmi 9.12.2004 China Institute of Sports Sciences kanssa (Kiinan Urheilulääketieteen Instituutti) sopimuksen yhteisyrityksen perustamisesta Kiinaan. Exel on yksi ensimmäisiä länsimaisia yrityksiä, joka hakee viranomaisilta lupaa yhteisyrityksen perustamiseksi tuodakseen Kiinaan ja markkinoidakseen siellä Kiinan ulkopuolella valmistettuja tuotteita. Alkuvaiheessa yhteisyrityksen tavoitteena on myydä ja markkinoida Kiinassa urheiluvälineitä, lähinnä Nordic Walking-, maastohiihto- ja alppisauvoja. Myöhemmin tuotevalikoimaa laajennetaan mahdollisesti muihin tuotteisiin.

Liikunnan innovaatioita voi lähestyä myös hitaasti kypsyvinä *evolutionaarisina prosesseina*, joissa liikunnan mielikuvat ja tavat saavat uuden materiaalisen muotonsa. Näin ajateltuna esimerkiksi sauva-kävelyinnovaatio näyttäytyi hiljalleen kypsyvänä ja jopa satunnaisena *keitoksena*, joka koostui uudeltaisista kävelyliikunnan ajatuksista, sen ympärille syntyneistä esineistä ja itse toiminnasta ja kävelyn tekniikasta. Keitoksen ainesosien kypsymisen ja ainesosien yhteenliittymän tuloksena miljoonat ihmiset ympäri maailmaa ovat palaamassa aikaan ennen Homo Erectusta (noin 1,6 miljoonaa vuotta sitten), jolloin kulkeminen tapahtui neljällä jalalla.

Se että innovaatio syntyi Suomessa, ei ollut ainoastaan Exelin ansiota, vaan kyseessä oli monimutkainen keitos, jossa erilaiset historiallisesti muokkaantuneet ainesosat löysivät toisensa. Esimerkiksi koulutusjärjestelmän luomisessa Suomen Ladun rooli oli tärkeä. Exel on sittemmin käyttänyt hyödyksi näitä kokemuksia luodessaan kansainvälistä koulutusjärjestelmää. Innovaation taustalta voi löytää yhtäläillä Tahko Pihkalan ajatuksia hitaasti kiihuhtamisen ja kävelemisen arvoista. Unohtaa ei sovi myöskään urheiluopistoja, joissa tuotetta pääsivät testaamaan tuhannet ja tuhannet ihmiset. Sauvakävelyn, kuten myöskin salibandyn, menestystä nähdä laajemmassa elämäntapaurheilun yhteydessä.

Kohti elämäntapaurheilua

Elämäntapaurheilu ('lifestyle sport') on Belinda Wheatonin ym. (2004) mukaan uudehko ilmiöksi. Sitä kuvaa uusien lumilautailun kaltaisten lajien räjähdysmäinen suosio ja myös vanhojen lajien uudelleenlämmittely, kuten surffauskulttuurin uusi aalto Kaliforniassa. Vapaus ja ainakin vapauden unelma kuvastaa näitä lajeja. Ne eivät ole sidottuja tilaan vaan niissä liikutaan luonnossa, vuorilla ja poluilla tai kaupunkiluonnossa, kuten jättömailla (Beale & Wilson 2004).

Elämäntapaurheilun alkuperä voidaan jäljittää ruohonjuuritasolle. Se on yhteisöllistä ja se perustuu "mukana olon" kokemukseen, vaikka suoritusset sinänsä voivat olla täysin yksilöllisiä eikä varsinaista kilpailuhenkeä tai ainakaan kamppailua suosita. Usein lajeihin liittyy tietty yhteisössä jaettu asenne ja rahallinen tai vähintäänkin ajallinen uhrautuminen lajille. Innovaatioita jaetaan ilmaiseksi vertaisryhmissä. Tämä on herättänyt samanlaista ihmetystä taloustieteellisesti orientoituneessa innovaatiotutkimuksessa kuin tietokoneohjelmistojen kehittäminen ilman korvausta (open source) (Luthje ym. 2002). Luovassa harrastustoiminnassa onkin usein kyse jostakin muusta kuin rahan ansaitsemisesta, esimerkiksi maineesta tai asioiden tekemisestä entistäkin paremmin (Leadbetter & Miller 2005, Stebbins 1982). Käyttäjyhteisöissä tekeminen itsessään

synnyttää tarpeita esimerkiksi uusiin laitteisiin, ja käyttäjäyhteisö siten edistää jopa prototyyppien syntymistä ja leviämistä (Shah 2005).

Elämäntapaurheilulta haetaan elämyksiä, voimakkaita kokemuksia ja mielihyvää. Kyseessä ei kuitenkaan ole pelkästään asenteet tai nuorisokulttuurin ilmentymä. Elämäntapaurheilu voi kukoistaa keskiluokan keskuudessa, kuten sauvakävelyn menestystarina kertoo.

Uudet urheilumuodot rakentuvat usein jonkin uuden laitteen, välineen tai ideologian ympärille. Väline voi olla tekninen innovaatio (rannetietokone) tai kysymyksessä voi olla yksinkertaisen urheiluvälineen käyttö uudella tavalla (kävelysauvat). Suomalaiseen arkeen nivoutunut kuntosalija jumppakulttuuri on myöskin innovaatio, jonka suosio on vakiintunut Jane Fondan päivistä. Erkki Palolampi kirjoitti vuonna 1983 ”kuivasta kuntokoulusta”, joka aiheutti sen, että ”Iloinen seuravoimistelu jäi naisille. Heistäkin eräät lankesivat hengettömään, narsistiseen kehonsa rakentamiseen pullistellen ja jännitellen. Ei liikettä, ei refleksiä, ei koordinaatiota. Monet kai luulivat sitä esteettiseksi. Luonnotonta mikä luonnotonta.” (Palolampi 1983, 49). 2000-luvulle tultaessa kuntokoulut ovat muuttuneet saleiksi ja kapitalismin nykävaihetta kuvaavasti ’palautumiskeskuksiksi’.

Nykyään on ”luonnollista” polkea kuntopyörää sisätiloissa ryhmässä ja kutsua sitä ”spinningiksi”. Globaalit jumppakonseptit vaeltavat menestyksekkäästi maasta toiseen ja kymmenet tuhannet ihmiset tekevät samoja liikkeitä saman musiikin tahdissa saleilla ympäri Eurooppaa, Pohjois-Amerikkaa ja Australiaa. Erilaiset ohjatun liikunnan kaupalliset ja tarkasti konseptiksi tuotteistetut muodot ovat vakiintuneet niin nuorten, nuorten aikuisten kuin vanhemman kansanosan suosioon. Tutkijoiden mukaan tällaisessa kehityksessä on osittain kyse globalisaation etenemisestä ja kulttuurisesta hegemoniataistelusta (Houlihan 1994, Rowe, Lawrence, Miller & McKay 1994, Mahony & Howard 2001, Westerbeek & Smith 2003). Mielenkiintoisen taustan liikuntalajien globalisaatiolle tarjoaa myös Tahko Pihkalan 1920-luvun Amerikan matkasta kertova ”Tahkon mukana jenkkien maassa” (K.P 1928). Meidän käsityksemme mukaan ilmiötä voidaan lähestyä myös yksittäisen ihmisen ja liikunnan nautittavuuden näkökulmasta.

Velvoitteista mielihyvään

Ronald Inglehartin (1997) mukaan siirtymää traditionaalista moderniin ja modernista jälkimoderniin arvomaailmaan voidaan luonnehtia seuraavasti: ensiksi siirryttiin agraarista velvoiteyhteisöstä teolliseen suoritetalouteen ja sittemmin suoritetaloudesta elämysyhteiskuntaan. Päätrendinä on ollut yksilöllistyminen. Hieman kärjistetysti voisi väittää, että suku, tehdas ja kylpylä edustavat tällaista historiallista jatkumoa. Myös urheiluhistoriaa

voidaan lähestyä tästä näkökulmasta. Traditionaalisessa maatalousyhteiskunnassa urheilua leimasi joukkoliikkumisen järjestys ja kuri. Modernissa teollisessa urheilussa tärkeäksi tulivat ”rekordit”: yksilölliset suoritusket, nopeus, pituus ja korkeus. Jälkimodernissa liikunnassa keskeisintä on urheilun ja liikkumisen tuottamat elämykset, haasteet ja niiden jakaminen muiden samanhenkisten ihmisten kanssa.

Maratonjuoksijan perimmäinen liikuttaja ei ehkä olekaan sisäistetty itsekuri vaan omien rajojen koettelu ja tunnelatautuneen jaetun kokemuksen metsästäminen – tai pelkkä nautinto juosta tavoitteellisesti. Elämyksissä fyysisyys ja psyyke kietoutuvat yhteen. Tuskin kukaan motivoituu harjoittelemaan satoja kilometrejä juostakseen 42 kilometriä kerralla, ellei nauti harjoittelukilometreistä edes joskus. Jää nähtäväksi, missä määrin uusi teknologia vapauttaa biologisen uutta luovan minämme agraarin ja teollisen järjestyksen keinotekoisesti tuottamasta järjestyksestä ja itsehillinnästä (vrt. Maryanski & Turner 1992). Onko ihminen 10 000 vuoden jälkeen palaamassa kuuntelemaan jälleen omaa kehoansa, tunteita ja tunteuksia? Kumpi lopultakin voittaa – kulttuuriimme kehittynyt sosiaalinen säätelyjärjestelmä vai keho?

Lähteet

- Beale B, Wilson C (2004). "Chicks Dig Scars", in *Understanding Lifestyle Sports*. Ed. by B Wheaton. Routledge. London.
- European commission (2004) *How Europeans spend their time. Everyday life of women and men. Data 1998–2002*. Eurostat. Pocket books: Theme 3: Population and social conditions.
- Franke N, Shah S (2003) *How communities support innovative activities: an exploration of assistance and sharing among end-users*. *Research Policy* 32 (1) 157–178
- Houlihan B (1994) *Homogenization, Americanization, and Creolization of Sport: Varieties of Globalization*. *Sociology of Sport Journal*, 11, 356–375
- Inglehart R (1997) *Modernization and Postmodernization. Cultural, Economic, and Political Change in 43 Societies*. Princeton University Press, Princeton.
- Kantaneva M, Kasurinen R (1999) *Sauvakävelystä sauvaliikuntaan (From stick walking to stick exercises)*. Esa Print. Lahti
- K.P (1928) ”Tahkon” mukana jenkkien maassa. (Following Tahko to the country of yankees). WSOY. Porvoo.
- Kotro T (2005) *Hobbyist Knowing in Product Development. Desirable Objects and Passion for Sports in Suunto Corporation*. Dissertation. Helsinki, University of Art and design. Publication Series of the University of Art and Design Helsinki A 56.
- Lai F (1999), *Floorball's penetration of Australia: Rethinking the nexus of globalisation and marketing*, *Sport Management Review* (2) 133–149.

- Leadbetter C, Miller P (2005) *The Pro-Am Revolution*. Demos. London.
- Liikkanen M, Hanifi R, Hannula U (2005) *Yksilöllisiä valintoja, kulttuurin pysyvyyttä. Vapaa-ajan muutokset 1981–2002*. (toim.) Tilastokeskus, Helsinki.
- Lilien G, Morrison P, Searls K, Sonnack M, von Hippel E (2002) *Performance Assessment of the Lead User Idea Generation Process for New Product Development*, MIT Sloan School of Management working paper, April, 2002.
- Luthje C, Herstatt C, von Hippel E (2002) *The dominant role of “local” information in user innovation: The case of Mountain biking*. MIT Sloan School Working Paper, July 2002.
- Mahony D, Howard D (2001), *Sports Business in the Next Decade: A General Overview of Expected Trends*. *Journal of Sport Management* 15: 275–296.
- Maryanski A, Turner J H (1992) *The Social Cage. Human Nature and the Evolution of Society*. Stanford University Press. Standford.
- Palolampi E (1983) *Tahkon hengessä. Urheilun puolesta urheilua vastaan*. Helsinki. Otava.
- A Pan-EU Survey on Consumer Attitudes to Physical Activity, Body Weight and Health / European Commission, Directorate-General for Employment, Industrial Relations and Social Affairs, Directorate V/F.3 1998
- Pantzar M, Shove E (2005b) *Towards a theory of practice innovations – first and second order producers of Nordic Walking*; submitted.
- Roos J-P (1989) *Liikunta ja elämäntapa*. Jyväskylän yliopisto, Nykykulttuurin tutkimusyksikkö nro. 14.
- Rowe D, Lawrence G, Miller T, McKay J (1994) *Global sport? Core concern and peripheral vision*. *Media, Culture and Society*, Vol. 16, 661–675.
- Shah S (2005) *Open Beyond Software*. In *OpenSources 2*. Ed. by D Cooper, C DiBona, M Stone. Sebastopol, O’Reilly Media. Forthcoming.
- Shove E, Pantzar M (2005) *Consumers, producers and practices: understanding the invention and reinvention of Nordic Walking*, *Journal of Consumer Culture*, 1/2005.
- Shove E, Pantzar M, Hand M (2005) *Innovations in fun: the careers and carriers of digital photography and floorball*, in *Manufacturing Fun: Innovations in happiness, well-being and fun*. Ed. by M Pantzar, E Shove. NCRC. Publications 1/2005.
- Stebbins R (1982), *Serious leisure. A conceptual statement*. *Pacific Sociological Review* 25 (2) 251–272.
- Westerbeek H, Smith A (2003), *Sport Business in the Global Marketplace*. Palgrave Macmillan. New York.
- Wheaton B (2004) *Understanding Lifestyle Sports. Consumption, Identity and Difference*. (ed.) Routledge. London.



KULUTTAJAT ÄÄNESSÄ! – KOKEMUKSIA RYHMÄKESKUSTELUSTA KULUTTAJATUTKIMUSKESKUKSEN TOIMINNASSA

Eva Heiskanen, Katja Järvelä, Annukka Pulliainen,
Mika Saastamoinen, Päivi Timonen

Johdanto

Ryhmäkeskustelut ovat kymmenessä vuodessa vakiintuneet yhdeksi Kuluttajatutkimuskeskuksen perustutkimusmenetelmäksi ja Kuluttajapaneelin jäsenten keskeiseksi tavaksi osallistua tutkimuksiimme. Samalla on vakiintunut oma nimityksemme menetelmälle. Yleensä puhutaan ”ryhmähaastatteluista” (mm. Eskola & Suoranta 1998). Täällä Kuluttajatutkimuskeskuksessa olemme halunneet painottaa osallistujien aktiivista roolia ja keskustelijoiden keskinäistä vuorovaikutusta. Siksi maailmalla ”focus group” -termillä tunnettu menetelmä on kääntynyt meillä ”ryhmäkeskusteluksi”, jota nimitystä käytetään myös tässä artikkelissa tutkimusmenetelmästä, jossa laadullista aineistoa kootaan tietyn teeman ympärille kootussa (4–12 hengen) tutkijan vetämässä keskusteluryhmässä.

Focus group -menetelmän alkuperä on markkinoinnin tutkimuksessa, mutta se omaksuttiin jo 1940-luvulla vakavaan yhteiskuntatieteelliseen tutkimukseen Robert K. Mertonin ja Paul Lazarsfeldin tutkiessa sodan aikaisen propagandan herättämää vastakaikua (Hollander 2004). Viime vuosina ryhmäkeskusteluja on käytetty monenlaisiin tarkoituksiin (Gibbs 1997). Menetelmää käytetään erityisesti silloin, kun halutaan ymmärtää mielipiteiden taustoja tai erilaisten toimintatapojen syitä, kun halutaan tuoda esille näkökantojen moninaisuus, ja kun haastateltaville halutaan

antaa tilaisuus pohtia asioita syvällisesti ja monipuolisesti. Joskus ryhmäkeskustelut ovat laajemman tutkimuksen yksi vaihe, jossa tuotetaan hypoteeseja tai kirkastetaan käsitteitä, mutta usein niitä käytetään myös itsenäisenä tiedonhankintamenetelmänä.

Ryhmäkeskustelut ovat siis laadullista tutkimusta, jossa tutkimusaineistoa kerätään synnyttämällä sosiaalista vuorovaikutusta ja havainnoimalla keskustelun kulkua. Taustaoletuksena on, että osallistujien kokemus syntyy sosiaalisessa kontekstissa, yhteisesti neuvotellussa merkityksenantoprosessissa (Wilkinson 2001). Toki ryhmäkeskusteluja käytetään myös yksittäisten näkökantojen esille nostamiseen – keskustelijoiden ohjeistuksessa usein painotetaan, että tarkoitus ei ole päästä yksimielisyyteen. Usein menetelmään turvaudutaan, koska se on nopea tapa saada esille monenlaisia näkökantoja ja tulkintoja jostakin aiheesta (Threfall 1999). Olennaista kuitenkin on, että vuorovaikutusta seuraamalla pystytään tekemään havaintoja osallistujien tavasta hahmottaa maailmaa ja heidän käyttämästään kielestä. Vuorovaikutustilanteessa osallistujat voivat myös esittää toisilleen kysymyksiä ja tarkentaa omia näkemyksiään keskustelun kuluessa (Gibbs 1997).

Kirjallisuudessa pohditaan usein ryhmäkeskustelujen mahdollisuuksia edistää tutkittavien osallistumista ja voimaannuttaa tutkimuksen kohteena olevia ihmisiä (Wilkinson 2001, Waterton & Wynne 2001). Vaikka ryhmäkeskustelut sinänsä eivät ole toimintatutkimusta, niissä osallistujille annetaan enemmän ”tilaa” kuin monissa muissa tutkimusmenetelmissä (Kitzinger & Barbour 2001). Koska tutkimus on luonteeltaan laadullista, osallistujat saavat määritellä käsitteet ja puhuvat itse. Koska keskustelu käydään ryhmissä, syntyy myös mahdollisuus kuulostella muiden näkemyksiä. Ryhmäkeskustelu myös auttaa osallistujia järjeilemään – pohdittaessa pulmallisia kysymyksiä voidaan ”viisaat päät lyödä yhteen”, asioita voidaan pohtia monelta kannalta, ja näin syntyneet näkemykset ovat perustellumpia kuin nopeasti keksityt vastaukset esimerkiksi kyselylomakkeen kysymykseen (esim. Timonen 2002, Heiskanen 2005). Ryhmäkeskusteluissa osallistujat ovatkin oman elämänsä asiantuntijoita ja myös perustelujen näkemysten tuottajia.

Edellä kuvatuista syistä ryhmäkeskusteluja onkin eri maissa käytetty viime vuosina yhä enemmän erilaisia arviointi- ja kehittämishankkeita palvelevana tiedonhankintamuotona. Näitä ovat esimerkiksi paikalliset kehittämishankkeet (mm. Woolley & Spencer 1999), palvelujen laadunarviointi ja kehittäminen (Clark ym. 2003) sekä tuotekonseptien tai -ideoiden arviointi ja kehittäminen (Nielsen 1993, Kuhn 2000). Monissa tutkimuksissa on myös pyritty hyödyntämään ryhmäkeskusteluja ”maallikoiden” ja ”asiantuntijoiden” välisen vuoropuhelun käynnistämiseksi (mm. Falk-Rafael 2001, McDougall 2003). Tällaisessa roolissa osallistujat eivät välttämättä ole ”tutkimuskohteita”, vaan täysivaltaisia osallistujia.

Osallistujien aktiivisuus ei tietenkään tarkoita, etteikö tutkijoiden tarvitse itse analysoida, käsitteellistää tai pohtia aineiston luotettavuutta. Ryhmäkeskusteluista on paljon kriittistäkin kirjoittelua, ja on ilmeistä, ettei menetelmä sovi kaikkiin mahdollisiin tutkimusongelmiin. Jotkut tärkeät asiat voivat jäädä täysin keskustelun ulkopuolelle, koska niitä ei haluta ottaa esiin sosiaalisessa vuorovaikutustilanteessa (Hollander 2005). Tutkijalta vaaditaan herkkyyttä ja harkitsevuutta sekä ryhmäkeskusteluja suunniteltaessa että niitä analysoitaessa.

Seuraavassa kuvataan Kuluttajatutkimuskeskuksessa kertyneitä kokemuksia ryhmäkeskustelujen käytöstä, niiden erilaisista käyttötavoista ja -kohteista sekä tutkijoiden näkemyksiä niiden ongelmista ja mahdollisuuksista. Ensin kuvaamme lyhyesti Kuluttajapaneelin perustamisvaiheita ja ryhmäkeskustelujen yleistymistä Kuluttajatutkimuskeskuksen toiminnassa sekä sitä, minkälaista tietämystä niiden avulla on tuotettu. Kerromme tutkijoiden kokemuksia ryhmäkeskustelujen tuottamista oivalluksista ja onnistumisista, mutta myös heidän pohdintojaan menetelmän rajoituksista ja kehittämistarpeista. Kahden esimerkkitapauksen avulla tarkastelemme kuluttajien osallistumista ryhmäkeskustelujen avulla ulkopuolisten toimeksiantajien teknologiahankkeisiin ja arvioimme tuotetun tiedon lisäarvoa tiedon käyttäjille. Lopuksi pohdimme, mitä uusia mahdollisuuksia ryhmäkeskustelut tarjoavat kuluttajille osallistua entistä aktiivisemmin tuotteiden, palvelujen ja uusien teknologisten ratkaisujen arviointiin ja kehittämiseen.

Kuluttajapaneeli ja ryhmäkeskustelujen käynnistyminen

Suurin osa Kuluttajatutkimuskeskuksen ryhmäkeskustelumenetelmällä kerätyistä aineistoista on toteutettu Kuluttajapaneelin avulla. Kuluttajapaneeli on Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimusaineistojen keruun apuväline. Paneelin avulla kerätään aineistoja silloin, kun se on mahdollista tutkimuksen luonne huomioon ottaen ja kun erityisesti halutaan tuoda esiin kuluttajien kokemuksia, mielipiteitä ja mieltymyksiä. Kuluttajapaneeli on henkilörekisteri, johon kuuluu noin tuhat henkilöä. Rekisteristä poimitaan tarpeen mukaan osallistujia erilaisiin tutkimuksiin. Tällä hetkellä Kuluttajapaneeli rakentuu kuudesta eri puolilla Suomea sijaitsevasta kuntaryppäystä eli aluepaneelist¹⁹. Paneeliin kuuluvat henkilöt asuvat aluepaneeliin kuuluvissa kunnissa.

¹⁹ Aluepaneelit ovat Helsingin, Joensuun, Jyväskylän, Oulun, Tampereen ja Turun aluepaneelit, joihin kuuluu yhteensä 45 kuntaa.

Kuluttajapaneelin perustaminen käynnistettiin vuonna 1994. Vuosi 1995 oli perustamisvuosi ja ensimmäiset aineistot paneelin avulla kerättiin seuraavana vuonna. Kuluttajapaneelin perustamista puolsivat monet seikat. Kuluttajapaneelin katsottiin muun muassa edistävän kuluttajien vaikutusmahdollisuuksia ja sitä pidettiin kuluttajapoliittisesti tärkeänä vastauksena yleisempään vaatimukseen saada kuluttajien ääni paremmin kuuluville muuttuvilla hyödykemarkkinoilla. Kuluttajapaneelin perustamispäätös kypsyi pikkuhiljaa. Kuluttajapaneelin perustamisidea esitettiin ensimmäisen kerran jo 1990-luvun alussa (Kanerva 1991). Kuluttajapaneelin perustaminen liittyi oleellisesti käyttäjälähtöisen tuotearviointin korostamiseen tutkimuskeskuksen laatututkimuksessa ja tämä osaltaan johti tutkimusmenetelmien laajentamiseen ja muun muassa ryhmäkeskustelumenetelmän käyttöönottoon. Menetelmän haltuun ottamiseksi Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimushenkilöstölle järjestettiin syventävää koulutusta ryhmäkeskustelujen vetämisestä keväällä 1995.

Paneelin perustamisvaiheessa lähtökohtana oli koota paneeliin kuluttajia, jotka haluavat osallistua tutkimuksiin. Paneelijäsenten kokoaminen eri järjestöistä katsottiin toimivaksi menettelytavaksi. Paneelia perustettaessa otettiin yhteyttä lääninhallituksiin, kuluttajaneuvojiin ja eri neuvontajärjestöihin, koska paneeliin haluttiin mukaan kuluttaja-asioiden asiantuntijoita. Kuluttajakysymyksiin kriittisesti suhtautuvia ja motivoituneita kuluttajia etsittiin ammatti-, opiskelija- ja eläkeläisjärjestöjen kautta. Konkreettinen rekrytointi tapahtui järjestölehtien ja jäsenistöille postitettavien tiedotteiden avulla. Sittenmin rekrytointikanavana on käytetty etupäässä sekä päivä- että ilmaisjakelulehtiä.

Ryhmäkeskustelumenetelmän käyttö Kuluttajapaneelilla toteutetuissa tutkimuksissa

Kuluttajapaneelin avulla toteutettujen tutkimusten sekä kerättyjen aineistojen määrä on vaihdellut vuosittain (taulukko 1)²⁰. Kuluttajapaneelin kymmenen toimintavuoden aikana ryhmäkeskustelumenetelmän käyttö aineistojen keruussa on vakiintunut, ryhmäkeskustelumenetelmää

²⁰ Kaikkien tutkimusten toteutusvuoden sekä aineiston keruuvuoden määrittely ei ole yksiselitteinen, koska aineistoa on kerätty eri vuosina. Aineiston keruu on ajoittunut vuoden vaihteeseen tai aineistoa on kerätty erinäisistä muista syistä eri vuosina. Tässä tutkimuksen toteutusvuodeksi ja aineiston keruuvuodeksi on määritelty se vuosi, jolloin Kuluttajapaneelista on tehty otanta aineistonkeruuta varten ensimmäisen kerran. Tutkimuksiin on laskettu mukaan sekä yksittäiset tutkimukset että hankekokonaisuuksien osatutkimukset. Aineiston keruumenetelmiin ei ole laskettu mukaan niitä taustakyselyjä, joiden perusteella osallistujat on valittu tutkimuksiin. Joihinkin tutkimuksiin on Kuluttajapaneelin avulla kerätyn aineiston lisäksi koottu muutakin aineistoa.

on käytetty kaikkiaan 29 kertaa, keskimäärin kolmessa hankkeessa vuosittain. Yksittäisiä ryhmäkeskustelukertoja on ollut noin parisataa, joista kuitenkin kaikkia ei ole toteutettu Kuluttajapaneelin avulla. Menetelmän käyttö kuitenkin painottuu vahvasti Kuluttajapaneelin käyttämiseen.

Taulukko 1. Kuluttajapaneelin avulla toteutettujen tutkimusten, tutkimusten teossa käytettyjen aineiston keruumenetelmien ja kerättyjen aineistojen määrät eri vuosina (kpl).

Vuosi	Tutkimukset	Aineiston keruumenetelmät							Aineistoja yhteensä
		Kyselyt	Haastattelut	Ryhmäkeskustelut	Aistinvaraiset arvioinnit	Tuotteiden käyttökokeilut	Päiväkirjat	Muut menetelmät	
1996	10	4	3	2	1	3	-	-	13
1997	3	3	-	-	-	-	-	-	3
1998	7	3	1	5	1	1	-	-	11
1999	5	2	-	3	-	-	1	-	6
2000	9	1	3	3	2	-	1	1	11
2001	5	1	1	2	1	-	-	-	5
2002	7	1	1	5	-	-	-	1	8
2003	5	3	1	3	-	-	-	-	7
2004	10	3	1	6	-	-	1	1	12
2005*)	4	-	2	-	-	-	-	2	4
Yhteensä	65	21	13	29	5	4	3	5	80

*) Vuoden 2005 osalta taulukossa on tiedot vain toukokuun loppuun mennessä kerättyistä aineistoista.

Kuluttajapaneelin avulla on kaiken kaikkiaan kerätty aineistoa 65 tutkimukseen (taulukko 1). Kolmessatoista tutkimuksessa on käytetty joko kahta tai kolmea eri aineistonkeruumenetelmää, joten kuluttajapaneelin avulla kerättyjen erilaisten aineistojen kokonaismäärä nousee tällöin 80:een. Kaikista aineistoista on laadullisin menetelmin kerätty 54 aineistoa, joista yli puolet on ollut ryhmäkeskusteluja (29 kpl). Laadullisiin menetelmiin on tässä laskettu kaikki muut paitsi kyselyt ja aistinvaraiset arvioinnit. Muut menetelmät -ryhmä koostuu koetilanteista ja konsensuskonferensseista. Kaikista Kuluttajapaneelilla kerättyistä 80 aineistosta lähes kaksi viidesosaa on koottu ryhmäkeskustelumetelmää käyttäen. Kaikista tutkimuksista lähes puolessa aineiston keruumenetelmänä on käytetty ryhmäkeskustelua.

Ryhmäkeskustelumenetelmää on käytetty eri aihepiirejä koskeneissa tutkimuksissa. Eniten menetelmää on käytetty ruoka- ja elintarvike-tutkimuksissa. Niissä on selvitetty ruoan tuotantoon, kulutukseen ja ruokatottumuksiin liittyviä kysymyksiä sekä kuluttajien näkemyksiä elintarvikkeiden laadusta. Esimerkkeinä mainittakoon mm. tutkimukset, joissa tarkastellaan kuluttajien kokemuksia ja käsityksiä juuston käytöstä ja valinnasta (Isoniemi 2002), perunan laadusta kotikäytössä (Järvelä 2001) ja suurtalousoikeudessa (Järvelä 2003), kuluttajien näkemyksiä terveysvaikutteisista elintarvikkeista (Niva ym. 2000) ja funktionaalista elintarvikkeista (ks. Niva & Piironen 2005) sekä kuluttajien käsityksiä lähi- ja luomuruoasta (Isoniemi 2005, Niva ym. 2004). Ryhmäkeskustelumenetelmää on käytetty innovaatioita ja käyttäjätarpeita käsittelevissä tutkimuksissa: on tutkittu vapaa-ajan kaupallisia kehityssuuntia (Oksanen-Särelä & Timonen 2005) ja mahdollisuuksia kytkeä kestävää tietoyhteiskuntakehitystä keittiöön liittyviin ekologisesti kestäviin innovaatioihin (Timonen ym. 2004). Lisäksi on kehitetty kulutuksen ympäristövaikutusten mittaamiseen ja havainnollistamiseen mittatikkua muun muassa ryhmäkeskustelumenetelmää käyttäen (Heiskanen & Timonen 2005). Jakelukanavien välistä kilpailua on tutkittu markkinoiden toimivuus ja kilpailu -aihepiirin tutkimuksessa (Koistinen ym. 2005), kuten myös myymälähenkilökunnan näkemyksiä kauppojen aukioloajoista (Kinnunen & Saarinen 2005). Kuluttajien rahatalouden hallintaa on myös tutkittu kyseisellä menetelmällä (Peura-Kapanen 2005). Niin ikään ryhmäkeskustelua on käytetty kotitalouspalvelujen ulkoistamisen edellytyksiä ja esteitä valottavassa tutkimuksessa (Varjonen ym. 2005).

Tutkijoiden kokemuksia ryhmäkeskustelusta

Ryhmäkeskusteluilla aineistoa keränneitä tutkijoita pyydettiin osallistumaan ryhmäkeskusteluun, jossa kartoitettiin tutkijoiden kokemuksia menetelmän mahdollisuuksista ja ongelmista²¹. Tutkijoiden keskustelussa tuli esille erilaisia syitä ryhmäkeskustelujen nopeaan leviämiseen ja vakiintumiseen. Tutkijoiden mukaan ensiksi kuluttajatutkimuksessa on paljon kiinnostavia kysymyksiä, joihin tällä menetelmällä voidaan vastata.

²¹ Kokemuksia tähän osuuteen on kerätty neljäلتätoista ryhmäkeskustelua tuntevalta tutkijalta ja tutkimusassistentilta. Kokemukset kerättiin pääosin 7.4.2005 pidetyssä ryhmäkeskustelussa, jossa oli mukana kymmenen ihmistä. Keskusteluun osallistuneilla tutkijoilla oli hyvin vaihtelevat kokemukset menetelmän käytöstä. Osa tutkijoista oli keskustelujen vetämisen konkareita takanaan kokemuksia kymmenistä keskusteluista. Joillakin kokemuksia oli muutamasta ryhmäkeskustelusta.

Toiseksi se on varma menetelmä kerätä aineistoa, koska paneelista on ollut suhteellisen helppoa rekrytoida keskustelijoita ja osallistujat ovat motivoituneita keskustelijoita. Kuluttajatutkimuskeskukseen on muodostunut osaamista keskusteluun sopivien teemojen muodostamiseen, panelistien rekrytoimiseen, ryhmäkeskustelujen järjestämiseen, keskustelujen nauhoittamiseen ja nauhoitusten litteroimiseen sekä keskusteluaineistojen käyttöön laadullisena tutkimusaineistona.

Tutkijoille keskusteluaineistot ovat avanneet uusia näkemyksiä tai ainakin täydentäneet tutkijan olemassa olevaa käsitystä teemasta. Keskusteluun osallistuneiden näkemykset ovat välillä yllättäviä ja keskustelijat ovat mahdollisesti pitäneet aivan eri asioita tärkeinä kuin tutkija on etukäteen kirjoituspöytänsä ääressä pohtinut. Osa tutkijoista on käyttänyt keskustelua kyselylomakkeiden kysymysten ja vastausvaihtoehtojen muokkaamiseen. He kokivat saaneensa keskusteluista ideoita kysymyksiksi, jotka muuten olisivat jääneet kysymättä. Ryhmäkeskustelua luonnehdittiin anteeksiantavaksi menetelmäksi verrattuna vaikkapa lomakkeella tapahtuvaan tiedonkeruuseen. Kyselylomakkeessa on vähemmän mahdollisuuksia kysymysten ”kokeiluun”: kun se on lähetetty, kysymyksiä ei voi enää tarkentaa. Keskusteluissa tutkija saa palautetta keskustelijoille esittämiinsä kysymyksiin ja voi muokata niitä edelleen.

Tutkijoiden keskustelussa pohdittiin, mikä saa ryhmän toimimaan yhteen. Kaikilla oli omia kokemuksia siitä, että onnistuneessa keskustelussa osallistujat muodostavat toisiaan kuuntelevien ja kommentoivien ihmisten ryhmän eikä keskustelu ole peräkkäisiä vastauksia vetäjän esittämiin kysymyksiin. Yksi keino saada aikaan yhteistä keskustelua on ollut se, että ryhmään on valittu keskenään samanlaisia kokemuksia jakavia henkilöitä. Keskustelijat voidaan ryhmitellä etukäteen muun muassa iän tai asuinpaikan perusteella. Esimerkiksi keskusteluissa kaupassa asioimisesta tutkijoista onnistuneita olivat olleet ne keskustelut, joissa osallistujat olivat samalta, melko pieneltä paikkakunnalta. Näissä keskusteluissa osallistujat olivat tunnistanee toistensa käyttämiä kauppvoja ja jakaneet niistä kokemuksiaan.

Kun tutkijat pohtivat yhdessä ryhmäkeskusteluista kertyneitä kokemuksia, menetelmän mukanaan tuomat haasteet nousevat luonnollisesti puheenaiheeksi. Ongelmallisena pidettiin ainakin vetäjän virittäytymistä keskusteluun. Vetäjän vireystilan ohella myös keskustelijoiden mielialat vaikuttavat keskusteluun. Esimerkiksi, jos asiaan intohimoisesti suhtautuvat saavat muilta ryhmäläisiltä vähätteleviä kommentteja, voi keskustelu muuttua väittelyksi. Tässä vaiheessa ryhmän vetäjä miettii, että miten saada tilanne rauhoittumaan. Aina tutkijan ja ryhmäkeskusteluun osallistuvien näkökulmien yhdistäminen ei myöskään ole ollut yksinkertaista. Vetäjä on voinut tulla yllätetyksi esimerkiksi siinä, miten henkilökohtaiseksi keskustelu voi mennä. Esimerkiksi ”lämmittelykierroksen” kysymys

siitä, miksi osallistujat ovat muuttaneet paikkakunnalle, oli eräässä keskustelussa käynnistynyt järkyttävällä kertomuksella omaisten kuolemasta. Avauksen jälkeen kaikki muutkin alkoivat kertoa vastaavanlaisia tarinoita omasta elämästään. Näiden elämäkokemusten jälkeen oli vaikeaa siirtyä varsinaisiin keskusteluteemoihin, joissa pohdittiin arkisia asuinympäristöön liittyviä asioita.

Tutkijat olivat hyvin tyytyväisiä Kuluttajatutkimuskeskuksessa vakiintuneeseen menetelmän nimitykseen. Heti alusta asti ensimmäisissä perustamispapereissa menetelmästä on käytetty nimeä ryhmäkeskustelu. Pyrkimys keskusteluun on vaikuttanut siihen, miten tutkijat ovat suunnitelleet pari tuntia kerrallaan kestävän tapaamiseen. Vuorovaikutukseen ja keskustelun virittämiseen on paneuduttu suunniteltaessa keskustelun kulkua ja keskusteltavia kysymyksiä. Keskustelun korostaminen on vahvistanut näkemystä kuluttajista aktiivisina ja osallistuvina toimijoina.

Eräs syy siihen, että menetelmästä on päädytty käyttämään ryhmäkeskustelu-nimeä, on voinut olla halu korostaa kuluttajien aktiivisuutta. Kuluttajatutkimuskeskus osaltaan osallistuu kansallisissa kuluttajapoliittisissa ohjelmissa toistuvaan tavoitteeseen aktivoida kuluttajia ja mahdollistaa aktiivinen kuluttajuus. Kuluttajapaneelistien avulla tutkimuksissa välitetään aktiivisten kuluttajien mielipiteiden taustoja ja toiminnan syytä julkiseen keskusteluun. Myös keskustelijoille nimi on viestinyt jo etukäteen siitä, että tavoitteena on keskustella ryhmässä.

Pohtiessaan, millaisen roolin tutkijat ovat antaneet keskustelijoille, tutkijat tunnistivat ainakin henkilökohtaiseen kokemukseen mielipiteensä perustavan *asiantuntija-kuluttajan*, poliittiseen keskusteluun osallistuvan *kansalais-kuluttajan* sekä muiden kuluttajien ongelmia esille tuovan *me muut -kuluttajan* roolit. Tutkijat tarjoavat kuluttajalle asiantuntija-kuluttajan roolia rohkaisemalla osallistujia kertomaan omista kokemuksistaan ja tuomalla esiin tutkijan kiinnostuksen kaikkien keskustelijoiden hyvään asiantuntemukseen. Kuluttajien odotetaan pohtivan asioita tuotteiden tai palvelujen käyttäjinä ja joissakin tapauksissa heidän on toivottu arvioivan uusia tai kehitteillä olevia palveluja. Kansalais-kuluttajan roolin kautta keskustelijat ovat pohtineet erilaisia niin kaupan sunnuntain aukioloon kuin luomutuotantoon tai muihin ympäristöaiheisiin liittyviä poliittisia kysymyksiä. Tällöin ei kerrota pelkästään omista kokemuksista, vaan keskustelijat muotoilevat tutkijoiden eteenpäin välitettäväksi toimenpidesuosituksia vaikkapa siitä, millaista koulutusta ministereille tai kuntien virkamiehille pitäisi järjestää. Me muut -rooli liittyy keskusteluissa usein siihen, että tuotteen käyttöön tms. liittyvät ongelmat eivät liity keskustelijan omaan arkeen vaan muiden kuluttajien arkeen. Esimerkiksi pakkauksia käsittelevässä keskustelussa iäkkäiden ryhmässä oli pohdittu, millaisia turvallisuusvaaroja pakkauksiin liittyy lapsiperheissä. Pienten

lasten vanhempien keskusteluissa tämä asia ei tullut esiin ja kysyttäessä sitä ei pidetty mitenkään ongelmallisena.

Tutkijat ovat useimmiten nähneet osallistujien aseman keskusteluissa asiantuntija-kuluttajina tai kansalais-kuluttajina. He ovat myös havainneet, että keskustelijoilla on omia syitä osallistua keskusteluun. Ryhmäkeskusteluihin osallistutaan ainakin uteliaisuudesta ja kiinnostuksesta asioihin sekä halusta seurata aikaa. Kun ensimmäisiltä kuluttajaneelin jäseniltä tiedusteltiin syksyllä 1995 heidän odotuksistaan paneelin toiminnalle, niin vastausprosentti kyselyyn oli yli 99 ja odotukset olivat korkealla. Paneeli avasi mukana olijoille mahdollisuuden ottaa kantaa itseään kiinnostaviin kuluttajakysymyksiin ja suoran väylän markkinoiden muihin toimijoihin – kauppaan ja valmistajiin (Isoniemi 1996). Osallistumis- ja vaikuttamismahdollisuuksia pidettiin tärkeinä myös seuraavassa kyselyssä. Panelistikyselyssä vuodelta 2002 keskeinen syy osallistua paneelin toimintaan oli halu vaikuttaa kuluttaja-asioihin. Tämän syyn oli maininnut kahdeksan panelistia kymmenestä. Omien mielipiteiden esille tuonti oli tärkeä osallistumisen syy. Paitsi vaikuttaminen myös uuden oppiminen oli tärkeää vastanneille. Ryhmiin osallistuneet kuluttajat halusivat olla perillä siitä, millaisia asioita kuluttajatutkimuksessa nostetaan tutkimuskysymyksiksi. Vaikuttamisen ja oppimisen ohella keskustelun sosiaalisuus oli joillekin osallistujille tärkeä syy osallistua keskusteluihin. Osallistuminen oli mukava harrastus. (Pulliainen 2005.) Tutkijoiden havaintojen mukaan erityisesti vuoden 2003 rekrytoinnissa mukaan on tullut eläkkeelle siirtymässä olleita tai juuri siirtyneitä kuluttajia, joilla on aikaa ja kiinnostusta osallistua keskusteluihin. Heidän innostuksensa, osaamisensa, tietonsa ja ideansa olivat tehneet vaikutuksen tutkijoihin.

Millaiset mielipiteet ja arkiset näkemykset sitten voivat jäädä tällaisella tiedonkeruumenetelmällä saavuttamatta? Lapsiperheiden arkea käsitteleviin tutkimuksiin keskustelijoita on vaikea saada. Pienten lasten vanhempien on ollut vaikea irrottautua pari tuntia kestäviin keskusteluihin. Elinvaiheen ohella asuinpaikka rajaa osallistumismahdollisuuksia. Monet hankkeet toteutetaan Helsingissä ja keskusteluihin valitaan pääasiassa pääkaupunkiseudulla asuvia. Maaseudulla asuvien kulutustottumukset voivat jäädä kokonaan kartoittamatta. Tutkijat pohtivat myös, tuoko ryhmässä keskustelu esiin vain yhteiskunnallisesti hyväksyttyä puhetta ylevistä periaatteista eikä tavoiteltua puhetta todellisesta käyttäytymisestä saavuteta. Onnistuneissa keskusteluissa tutkija pystyy havaitsemaan ryhmätilanteesta tulkinnassa auttavia eleitä, ilmeitä ja tunteita.

Ryhmäkeskustelumenetelmä on nousemassa määrätietoisien kehittämisen kohteeksi Kuluttajatutkimuskeskuksessa. Keräämällä ja vaihtamalla erilaisissa hankkeissa ja eri tutkimusryhmissä syntynyttä tietämystä voimme vastata entistä paremmin ryhmäkeskustelujen järjestämisen suuriin ja pieniin haasteisiin. Olemme alkaneet muun muassa kartoittaa,

miten ryhmäkeskustelu toimii erilaisissa tutkimusongelmissa ja -konteksteissa. Seuraavassa tarkastellaan kahta esimerkkitapausta, jossa ryhmäkeskustelua käytettiin vastattaessa ulkopuolisen toimeksiantajan tutkimusongelmaan. Näistä ensimmäinen koskee kuluttajien näkemyksiä päivittäistavarapakkauksista ja toinen kuluttajien turvallisuuskulttuuria.

Yksinkertaista ja toimivaa – Kuluttajien näkemyksiä päivittäistavarapakkauksista

Tutkimuksen tavoitteena oli tarkastella, mitä pakkausten turvallisuus on kuluttajille, miten turvallisuus saadaan aikaiseksi ja miten siitä voitaisiin viestiä kuluttajille. Tutkimus toteutettiin Kuluttajatutkimuskeskuksessa yhteistyössä Pakkausteknologia-PTR ry:n kanssa ja tulokset on julkaistu PTR:n julkaisusarjassa (Järvelä 2004). Tutkimuksen idea lähti liikkeelle Teknologian kehittämiskeskuksen Innovaatioalueen ”Pakkauksen tieto ja turva 2001–2005” -työryhmässä, jossa pohdittiin pakkauksiin kohdistuvia käyttäjätarpeita ja -asenteita. Ryhmässä päädyttiin teettämään aiheesta laadullinen tutkimus, jossa kuluttajat saisivat arvioitavaksi erilaisia pakkausesimerkkejä. Työryhmään osallistui Kuluttajatutkimuskeskuksesta tutkimusjohtaja Johanna Leskinen, joka myös vastasi tutkimussuunnitelman laatimisesta.

Tutkimuksen tilaajan ja toteuttajan välille syntyi vilkas vuoropuhelu jo tutkimusta suunniteltaessa, koska kaikilla toimijoilla oli aitoa kiinnostusta pohtia tutkimuskysymyksiä. Tutkimusta suunniteltiin Kuluttajatutkimuskeskuksessa yhteistyössä usean tutkijan kesken yhdistämällä näin monitieteinen osaaminen ja pitkäaikaiset kokemukset. Tutkimuskysymykset käännettiin kuluttajien 'kielelle', ymmärrettäväksi lähestymistavaksi kuluttajan arjen ja pakkausten käytön kontekstissa. Pohdintaa sai aikaan esimerkiksi se, miten saataisiin kuluttajat luontevasti keskustelemaan *pakkausten* turvallisuudesta, jonka ajateltiin olevan voimakkaasti kytköksissä pakkauksen sisältämään tuotteeseen. Kokemuksesta tiedettiin, ettei yhdessä keskustelussa ole järkevää käsitellä kovin monia tuoteryhmiä pakkausesimerkkeineen. Olennaisena nähtiin se, että valittavien tuotteiden tulee olla riittävän arkipäiväisiä ja laajasti erilaisten kuluttajaryhmien käyttämiä. Haasteellisenä koettiin myös se, miten saada esiin kuluttajanäkemyksiä, jotka kohdistuvat nimenomaan tulevaisuuden pakkauksiin ja pakkaamiseen. Keskusteluryhmät ehdotettiin profiloitavan lähinnä kuluttajien iän ja elinvaiheen perusteella, joiden tiedettiin erotelleen hyvin kuluttajien toimintatapoja aiemmissa tutkimuksissa. PTR toimi sekä vuoropuhelua välittävänä tekijänä Kuluttajatutkimuskeskuksen ja työryhmän välillä kuin myös itse aktiivisesti tutkimuksen suunnitteluun osallistuen. Näin saatiin sovittua yhteen jo hyvissä ajoin ennen tutki-

muksen aloittamista eri toimijoiden toiveet. PTR:n asiantuntemus tutkimuksen substanssialueesta oli tärkeää suunnitteluvaiheessa, ja he myös hoitivat käytännössä tutkimukseen valittujen tuote-esimerkkien hankinnan ja toteutuksen.

Pakkausesimerkit valittiin kahdesta tuoteryhmästä: valmisaterioista ja konetiskiaineista. Turvallisuuden ajateltiin rakentuvan eri tavoin valituissa esimerkeissä. Valmisaterioissa pakkauksen voidaan ajatella suojaavan pakkauksen sisältämää tuotetta ympäristöltä, kun pesuaineissa tärkeää on myös se, miten pakkaus suojaa ympäristöä sisällöltään. Arvioitavina olivat kolme kuvitteellista valmisateriapakkausta, joissa oli hyödynnetty jossain määrin vasta kehitteillä olevaa pakkausteknologiaa. Sen sijaan kolmesta konetiskiainepakkauksesta osa oli jo markkinoilla olevia.

Ryhmäkeskusteluihin osallistui yhteensä 59 kuluttajaa, jotka rekrytoitiin Kuluttajaneelistista. Ryhmät koottiin nuorista lapsettomista kuluttajista, lapsiperheiden vanhemmista ja jo iäkkäämmistä kuluttajista pääkaupunkiseudulla. Lisäksi kolme ryhmää kokoontui pääkaupunkiseudun ulkopuolella. Jokaisessa keskustelussa noudatettiin samaa temaattista rakennetta, joskin kuluttajat ryhmissä painottivat teemoja eri tavoin. Keskustelu aloitettiin mahdollisimman läheltä kuluttajien kokemusmaailmaa puhumalla hyvistä ja huonoista pakkauksista. Näin oletettiin saatavan johdattelematta esiin kuluttajalle tärkeitä näkökulmia tutkimusteemasta ja samalla nähtäisiin, miten turvallisuus suhteutuu moniin muihin ominaisuuksiin pakkauksissa. Tämän jälkeen kuluttajille esiteltiin pakkausesimerkit. Keskustelun päätteeksi koottiin yhteen esille tulleita ajatuksia pitäen erityisesti mielessä sen, millaisia pakkauksiin ja pakkaamiseen kohdistuvat toiveet ovat taikka millaisia ovat mahdolliset tulevaisuuden uhkakuvat kuluttajan silmin.

Tutkimuksen näkökulmasta keskeisten pakkausten turvallisuutta koskevien kuluttajanäkemyksien esille saamiseksi valittu menetelmä osoittautui onnistuneeksi. Kuluttajat jäsensivät pakkausten turvallisuutta hyvin yksinkertaisella kysymyksenasettelulla hyvistä ja huonoista pakkauksista sekä esillä olleiden pakkausesimerkkien avulla. Turvallisuuden jäsenykset olivat jossain määrin jopa yllätyksellisiä, ja niihin tuskin olisi päädytty esimerkiksi kyselylomakkeen avulla. Kun kuluttajilta kysyttiin keskustelun päätteeksi, millaisten asioiden he katsovat viestivän pakkauksessa *turvallisuudesta*, keskustelu saattoi melkein pä lamaan hetkeksi, kunnes joku ryhmästä rikkoi hiljaisuuden mainitsemalla esimerkeinä erilaiset turvakorkit ja varoitusmerkinnät. Nämä turvallisuutta symboloivat tekijät pakkauksessa eivät kuitenkaan näkyneet korostuneesti kuluttajälähtöisissä, heidän omissa jäsenyksissään. Jopa päinvastoin, niitä lähestyttiin ei niinkään turvallisuutta lisäävinä, vaan käyttöä hankaloittavina tai markkinoijaa suojaavina tekijöinä pakkauksissa.

Keskeisten kehittämistarpeiden ei katsottu löytyvän niinkään turvallisuudesta, vaan pakkauksen käytettävyydestä sekä pakkausmateriaalien käytöstä. Pakkausten käyttäjämötäisyyden lisäksi korostettiin ympäristömyötäisyyttä, ja niiden useimmiten katsottiin mahtuvan ristiriidattomasti yhteen ja samaan pakkaukseen. Kuluttajat antoivat myös uudenlaista ulottuvuutta sille, mitä pakkauksen käyttömukavuus on. He kritisoiivat vahvoin äänenpainoin pakkausten *näennäistä ja liiallista* käyttömukavuutta viitaten siihen ”pakkauskikkailuna”. Pakkausten käytön helppous ja mukavuus ei läheskään aina ole kuluttajille sitä, mitä pakkaussuunnittelija tarjoaa. Käyttömukavuus syntyy käyttäjän ja pakkauksen välisessä vuorovaikutuksessa, ja viime kädessä se on totumuksen tuomaa rutiinia selvitä pakkauksista arkisissa käyttötilanteissa. Ei siis ihme, miten intohimoisesti kuluttajat asettuivat keskusteluissa puolustamaan perinteisiä, hitaasti uudistuvia pakkauksia samalla kritisoiden pakkausalaa liian nopeasta ja tempoilevasta kehityksestä.

Mitä kertookaan se, että tutkimuksen työnimen ollessa ”Tulevaisuuden kuluttajälähtöiset pakkaukset” kuluttajat ylistivät kananmunakennoa loistavana esimerkkinä onnistuneesta pakkauksesta? Tai että keskustelu innovatiivisista pakkausratkaisuksista kääntyi yhä uudelleen perinteisiin ja tuttuihin pakkauksiin? Ensinnäkin se vahvistaa näkemystä siitä, että kuluttajien välille luontevin keskusteluyhteys syntyy, kun he saavat mahdollisuuden puhua arkisista yhteisesti jaettavissa olevista teemoista omiin kokemuksiinsa nojautuen. Toiseksi se kertoo siitä, etteivät kuluttajat hahmota tulevaisuutta irrallaan nykyhetkestä, vaan tulevaisuus kiinnitetään puheessa nykyisiin käytäntöihin, ajattelutapoihin ja yhteiskunnalliseen keskusteluun. Tulevaisuutta koskevissa keskusteluissa voidaan usein erottaa sekä toive- että uhkapuhetta, niin tässäkin tutkimuksessa. Kuluttajat puolustivat voimakkaasti arvoja, joiden koettiin jääneen pakkausten myynnillisyyden jalkoihin vallalla olevissa kehitystrendeissä. He asemioivat itsensä keskusteluissa järkeviksi hinta- ja laatu-tietoisiksi kuluttajiksi kokien vaikeaksi tunnistaa itseään niistä kuluttajakuvista, joita samanaikaisesti nähdään vaikuttavan nykyisen pakkauskehittämisen taustalla.

Kuluttajat kokivat tutkimusaiheen sekä mielenkiintoiseksi että tärkeäksi. Heillä oli keskenään paljon jaettavaa aiheesta pakkausten käyttäjinä, mikä synnytti vilkasta keskustelua ryhmissä. He halusivat myös viestittää eteenpäin näkemyksiään pakkausalalle ja päättäjille, ja näin vaikuttaa pakkausten kehittämistyöhön. Keskustelut tuottivat sisältöä kiinnostuksen kohteena olleesta turvallisuuden käsitteestä, mutta kuluttajat eivät asettaneet sitä kuitenkaan kovin keskeiseksi ulottuvuudeksi pakkausten kehittämistyössä. Kuluttajien puhe pakkauksista oli monella tavoin perinteitä, tuttuutta ja jatkuvuutta korostavaa.

Entä mitä tutkimus antoi tutkimuksen tilaajalle ja pakkausalalle ja miten he arvioivat ryhmäkeskustelujen tuottamaa tiedon hyödynnettä-

vyyttä? Tutkimuksen tilaaja²² odotti tutkimuksen tuottavan joko jotain aivan uutta, ns. hiljaisten signaalien löytymistä, tai jo alalla laajasti vallitsevien näkemysten todentamista. Tutkimus vastasi heidän odotuksiinsa, koska se vahvisti ennakkokäsityksiä perinteikkyyttä korostavista kuluttajista valaisten samalla myös sitä, miksi perinteisyys on kuluttajille tärkeä arvo pakkauksissa. Tutkimuksen katsottiin antaneen pakkausteollisuudelle arvokasta ja hyödynnettävää tietoa monista yksittäisistä pakkausominaisuuksista. Tilaaja on saanut tutkimuksesta hyvää palautetta pakkausalalta, jossa on pidetty tärkeänä sitä, että tämältyyppisiä tutkimuksia ylipäättäneä tehdään ja raportoidaan julkisesti. Tutkimuksen tuloksia on hyödynnetty lähinnä erilaisten yritysten pakkaussuunnittelussa sekä analyyseissä, joissa on etsitty syitä jonkin asian epäonnistumiseen pakkauksissa. Ehkä kuluttajien toiveet ja näkemykset eivät olleet niin innovatiivisia kuin parhaimmillaan odotettiin, ja pienoinen pettymys oli se, miten hankalaa kuluttajien oli ottaa kantaa abstrakteihin asioihin. Pakkausalalta lähetettiin kuitenkin ilahduttavia terveisiä, että näkemykset antoivat aihetta pohdintaan. Joskus on paikallaan pysähtyä niin kutsuttujen peruskysymysten ääreen. Eräs pakkauskehityspäällikkö arvioikin antamassaan palautteessaan, että todennäköisesti liian usein suunnittelussa yritetään luoda jotakin uutta ja ihmeellistä, mikä ei kuluttajaa kuitenkaan palvele.

Kuluttajien turvallisuuskulttuuri – ryhmäkeskusteluja teknisten laitteiden turvallisuudesta

Teknisten laitteiden turvallisuutta valvova viranomaistaho Turvatekniikan keskus (TUKES) lähestyi Kuluttajatutkimuskeskusta vuonna 1998 tutkimuspyynnöllä, jossa tiedusteltiin mahdollisuutta tutkia kuluttajien turvallisuuskulttuuria. Turvallisuuskulttuuria oli edeltävien vuosien aikana tutkittu kansainvälisessä organisaatiotutkimuksessa, mutta TUKES halusi saada tietoa omalta toimialtaan myös kuluttajien turvallisuuskulttuurista. Kuluttajien turvallisuuskulttuuria tarkastellut tutkimuskokonaisuus lähti liikkeelle kirjallisuuskatsauksella, jossa tarkasteltiin, mitä olemassa olevalla tutkimuksella on sanottavana aiheesta. Kirjallisuuskatsauksen myötä kävi selväksi, että TUKESin toimialalta ei juurikaan ole olemassa sovellettavaa tietoa kuluttajien turvallisuuskulttuurista. Näin ollen tarvittiin empiiristä tutkimusta aiheesta.

²² Pakkausteknologia – PTR ry:n toiminnanjohtaja Annukka Leppälä-Turkulan sähköpostitse 20.4.2005 antama palaute.

Koska tutkittava aihepiiri oli käytännöllisesti katsoen kartoittamaton, tuntui luontevalta lähestyä aihetta aluksi kuluttajien ryhmäkeskustelujen kautta (vrt. Flick 1998, 122; Morgan 1988, 11). Tutkimussuunnitelmassa valittua menetelmää perusteltiin esim. sillä, että "...ryhmäkeskustelut tuottavat tietoa ihmisten kokemuksista, mielipiteistä, toiveista ja huolenaiheista, sekä siitä, miten ihmiset muodostavat mielipiteitä ja millaisia merkityksiä he liittävät keskusteltavana olevaan asiaan." Edelleen, tutkimussuunnitelmassa tuotiin esille, kuinka ryhmäkeskustelujen avulla voidaan päästä "...lähemmäksi niitä konkreettisia tilanteita, joissa kuluttajat käyttävät teknisiä laitteita ja joissa mahdolliset onnettomuudet ja tapaturmat tapahtuvat." Jo ryhmäkeskustelututkimusta suunniteltaessa oli selvää, että tutkimuksen tuloksia käytettäisiin hyväksi survey-tutkimuksen valmistelussa (esimerkiksi kysymysten laatimisessa). Tämä tuli esille myös tutkimussuunnitelmassa, jossa todettiin että "[l]aadullisesta ryhmäkeskustelututkimuksesta saatava syvempi tieto tutkittavasta aiheesta on edellytyksenä mielekkään tilastollisen tutkimuksen suorittamiseksi".²³

Ryhmäkeskustelujen toteutus alkoi keskustelijoiden rekrytoinnilla. Kuluttajatutkimuskeskuksen Kuluttajapaneelin 360:lle pääkaupunkiseudulla asuvalle jäsenelle lähetettiin alkuvuodesta 2000 rekrytointikirje ja pieni kyselylomake, jossa tiedusteltiin, mitä teknisiä laitteita kotitaloudessa on. Kyselyyn vastanneista panelisteista kutsuttiin keskustelijoita viiteen ryhmäkeskusteluun. Jokaiseen ryhmään valittiin osallistujat tietyin kriteerein. Keskusteluryhmiä olivat 1) ikäihmiset, 2) pienten lasten vanhemmat, 3) kaasulaitteiden käyttäjät, 4) pientaloasujat ja 5) kerrostaloasujat. Ryhmillä pyrittiin saamaan variaatiota aineistoon. Myös ryhmien sisällä pyrittiin heterogeenisuuteen (esim. sukupuolen, iän ja koulutuksen suhteen). Kuudetta keskusteluryhmää, maatalousväestöä, ei rekrytoitu paneelin kautta, koska maatalousväestön edustus paneelissa on vähäistä. Maatalousväestö rekrytoitiin Uudenmaan maaseutukeskuksen kautta.

Ryhmäkeskustelut käytiin helmi-maaliskuussa 2000. Kuuteen ryhmään osallistui yhteensä 33 keskustelijaa. Keskusteluissa käsitellyt tekniset laiteryhvät olivat sähkölaitteet, kaasulaitteet, ilotulitteet sekä vähäisemmässä määrin hissit, öljylämmittimet ja lämminvesivaraajat. Keskusteluissa teknisten laitteiden turvallisuuskulttuuria käsiteltiin erilaisten arkipäivän tilanteiden kautta. Näitä olivat laitteen hankinta ja käyttöönotto, laitteen jokapäiväinen käyttö ja kunnossapito, vaaratilanteet sekä turvallisuusinformaatioon liittyvät asiat. Keskustelijat kertoivat omista edellä mainittuihin tilanteisiin liittyvistä käsityksistään, asenteistaan, kokemuksistaan ja käytännöistään.

²³ Saastamoinen, Mika. Tutkimussuunnitelma 13.10.1999.

Ryhmäkeskustelututkimuksesta kirjoitettiin raportti, joka julkaistiin TUKESin sarjassa (Saastamoinen 2000). Tutkimuksen antamia tuloksia käytettiin myöhemmin apuna kyselytutkimusten tekemisessä. Ryhmäkeskustelututkimus auttoi rajaamaan myöhemmät kyselytutkimukset relevantteihin laiteryhmiin ja toi esille kysymyksiä, joita ei luultavasti olisi osattu kysyä ilman ryhmäkeskusteluja. Ryhmäkeskustelut auttoivat kyselylomakkeen laatijaa myös orientoitumaan asiaan kuluttajien perspektiivistä. Tämä on luultavasti parantanut kyselytutkimusten validiteettia.

Miten tutkimuksen tilaaja koki ryhmäkeskustelujen annin? Tutkimuksen tilaaja ei ehdottanut ryhmäkeskustelumenetelmää, vaan ehdotus tuli Kuluttajatutkimuskeskuksesta. TUKESissa katsottiin, että metodiset valinnat ovat tutkimuslaitoksen asiantuntemusta. Menetelmän avulla TUKESissa haluttiin esiin laadullista tietoa, jotta kvantitatiivinen kyselytutkimus voitaisiin suunnata oikein. Laadullinen tutkimus nähtiin väli-vaiheena kvantitatiivisen mittarin rakentamiseksi. Tutkimus tuotti TUKESille havainnollisia laadullisia esimerkkejä ja auttoi kyselyn laatimisessa.²⁴ Tutkimuksen tulokset antoivat TUKESissa vahvistusta vallitseville käsityksille kuluttajien turvallisuuskulttuurista; joko korjaten niitä tai vahvistaen mielikuvia niistä. Tiedon avulla TUKESissa on suunniteltu ja kohdennettu viestintää. Tietoa on myös käytetty taustatietona TUKESin omien asiantuntijoiden esityksissä, puheenvuoroissa, artikkeleissa, tiedotteissa jne.²⁵

Tutkimuksen tilaaja siis näki ryhmäkeskustelun lähinnä väli-vaiheena tai pohjustavana tutkimuksena kvantitatiivisen kyselytutkimuksen tekemiselle. Se on ymmärrettävää, koska TUKESin tavoitteena oli alunperinkin tilastollisen mittarin aikaansaaminen. Kuluttajatutkimuskeskuksen ja tutkijan näkökulmasta ryhmäkeskustelu toimi myös itsenäisenä tutkimuksena, jonka kiinnostavimpia havaintoja on esitelty muun muassa kansainvälisessä seminaarissa²⁶.

Yhteenveto ja pohdintaa

Kuluttajatutkimuskeskukseen on lyhyessä ajassa kertynyt paljon kokemusta ryhmäkeskustelumenetelmän käytöstä. Kymmenen vuoden aikana

²⁴ TUKESin yli-insinööri, laatupäällikkö Kirsi Levän sähköposti 26.4.2005 ja TUKESin suunnittelija Tarja Valviston puhelinhaastattelu 27.4.2005.

²⁵ TUKESin viestintäpäällikkö Willy Toiviaisen sähköposti 27.4.2005.

²⁶ International Conference of Social Inequities in Injury Risks, Pariisissa 7.–8.9.2000.

Kuluttajatutkimuskeskuksessa on järjestetty lähes kaksisataa ryhmäkeskustelua. Tämä artikkeli ja siihen tehty taustatyö ovat olleet ensimmäinen tilaisuus, jossa näitä kertyneitä kokemuksia on pohdittu systemaattisesti – joskaan ei vielä kattavasti. Katsaus Kuluttajapaneelin ensivaiheisiin ja ryhmäkeskustelujen käynnistymisen syihin muistutti siitä, että kuluttajalähtöinen tuotearviointi on ollut alusta lähtien asialistalla. Sittemmin rinnalle on tullut voimakkaasti myös palvelujen arviointi ja kuluttajien arkisen toimintaympäristön ja toimintatapojen ymmärtäminen.

Vaikka Kuluttajatutkimuskeskuksessa tutkitaan mitä erilaisempia kulutuksen osa-alueita, ryhmäkeskustelu on henkilöstöä ammatillisesti yhdistävä aihe. Se virittää innokkaita käytäväkeskusteluja ja pohdintoja esimerkiksi erilaisista teknisistä ratkaisuista. Aiheen puhuttelevuus näkyi myös tutkijoille järjestämässämme menetelmän käyttöä koskevassa ryhmäkeskustelussa. Keskustelu toi esiin monia yhteisiä kokemuksia ja kiinnostavia oivalluksia muun muassa kuluttajien rooleista ja osallistumismotiiveista sekä ryhmäkeskustelun mahdollisuuksista ja rajoista aineistona. Menetelmällinen pohdinta on siis käynnistynyt, mutta sitä ei suinkaan ole vielä tyhjennetty.

Yhtenä keskeisenä teemana tässä artikkelissa on ollut kuluttajien aktiivinen rooli ryhmäkeskusteluissa. Ryhmäkeskusteluissa kuluttajat ovat voimakkaammin läsnä kuin esimerkiksi kyselytutkimuksessa. He ovat fyysisesti samassa tilassa todellisina elävinä olentoina – joskus odottamattoman viisaina, joskus yllättävästi johtaen keskustelun sivupoluille. Ryhmäkeskustelujen avulla voidaan tuoda esille, mitä kuluttajat osaavat ja miten he järjelevät. Kuluttajat voivat kertoa siitä, miten sellaiset ilmiöt, kuten uudet tuotteet, palvelujen saatavuus taikka tulevaisuuden teknologiat, näyttäytyvät heidän omasta arkielämästään käsin. Ulkoa katsottuna oudoltakin vaikuttavat ajatukset ja toimintatavat muuttuvat ymmärrettäviksi ja järkeviksi, kun ihmiset saavat kertoa perustelujaan ja valottaa toiminnan asiayhteyksiä.

Ryhmäkeskustelun käyttöä kuvaavat esimerkkihankkeet pakkaus- ja turvallisuuskulttuurista havainnollistavat sitä, miten menetelmää voidaan käyttää ulkopuolisen toimeksiantajan ongelman ratkaisuun. Kuluttajien arkiset kokemukset ja yhteiset pohdinnat teknologisen kehityksen suunnasta ovat usein ”puuttuva lenkki” teknologian kehittämistyössä. Esimerkkihankkeissa kuluttajien keskinäisessä vuorovaikutuksessa syntynyt keskustelu valotti erilaisia tapoja suhtautua teknologian mahdollisuuksiin ja riskeihin. Kuluttajien keskustelussa tuottama punnittu palaute voi esimerkiksi toimia ”todellisuustarkistuksena” kaikkein mielikuvituksellisimmille innovaatioille. Näissä hankkeissa ryhmäkeskustelujen avulla oli onnistuttu tuottamaan sekä tutkijoille että tutkimuksen tilaajille yllättäviä ja huomionarvoisia havaintoja.

Ryhmäkeskusteluissa on myös paljon kehittämisen mahdollisuuksia. Ryhmäkeskustelut eivät ole ainoastaan kuluttajapoliittista osallistumista vaan myös vakavaa kulutustutkimusta. Ryhmässä tuotettavalla puheella on aina sosiaalinen kontekstinsa – se on yksi näkökulma kuluttajan toimintaan muiden rinnalla. Keskustelujen taustalla vaikuttavat totunnaiset puhetavat ja sosiaalisen vuorovaikutuksen säännöt. Esimerkiksi miesten keskinäinen puhe laitteiden turvallisuudesta voi auttaa ymmärtämään riskien sosiaalista rakentumista. Analysoimalla keskusteluja voidaan päästä puheen ”taakse” tuottamaan entistä rikkaampaa ja monipuolisempaa kuvaa siitä, mitä kuluttajana oleminen merkitsee nyky-yhteiskunnassa.

Lähteet

- Clark MJ, Clark S, Diemert S, Ceballos R, Sifuentes M, Atteberry I, Vue F, Trieu S (2003) Involving Communities in Community Assessment. *Public Health Nursing* 20 (6) 456–463.
- Eskola J, Suoranta J (1998) Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Vastapaino. Tampere.
- Falk-Rafael AR (2001) Empowerment as a Process of Evolving Consciousness: A Model of Empowered Caring. *Critical Public Health* 14 (4) 381–397.
- Flick U (1998) *An Introduction to Qualitative Research*. SAGE Publications. London.
- Gibbs A (1997). Focus Groups. *Social Research Update*, Issue 19. University of Surrey. Internetissä osoitteessa:
<http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU19.html>
- Heiskanen E (2005) The Performative Nature of Consumer Research: Consumers’ Environmental Awareness as an Example. *Journal of Consumer Policy* 28 (2) 179–201.
- Heiskanen E, Timonen P (2005) Kuluttajien palautetta Mittatikka-työkalusta. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmiä 90/2005. Internetissä osoitteessa: <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi>
- Hollander J (2004) The Social Context of Focus Groups. *Journal of Contemporary Ethnography* 33 (5) 602–637.
- Isoniemi M (1996) Tiedustelu kuluttajaneelin jäsenille: 1. odotukset paneelitoiminnalta: 2. tärkeimmät tutkimuskohteet. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmiä 22/1996. Helsinki.
- Isoniemi M (2002) Moni-ilmeinen juusto – Kuluttajien kokemuksia ja käsityksiä juuston käytöstä ja valinnasta. *Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisuja* 3/2002. Helsinki.
- Isoniemi M (2005) Pienimuotoista, läheltä ja laadukasta? Lähi- ja luomuruoka kuluttajien määrittelemänä. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmiä 88/2005. Helsinki.

- Järvelä K (2001) Peruna on perusruokaa: Kuluttajien näkemyksiä perunasta. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisu 11/2001. Helsinki.
- Järvelä K (2003) ”Kahdeksikon antaisin arvosanaksi...”: Kuluttajien ja suurtalousalan ammattilaisten näkemyksiä suurtalousperunan laadusta. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisu 6/2003. Helsinki.
- Järvelä K (2004) Yksinkertaista ja toimivaa – Kuluttajien näkemyksiä päivittäistavarapakkauksista. PTR:n raportti 52. Helsinki.
- Kanerva T (1991) Kuluttajat ja standardisointi. Standardisointiprojektien priorisointi. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisu 12/1991. Helsinki.
- Kinnunen K, Saarinen P (2005) Vähittäiskaupan aukioloajat – Myymälähenkilöstön mielipiteitä. Kuluttajatutkimuskeskus. Verkkojulkaisu 3/2005. Internetissä osoitteessa: <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi>
- Kitzinger J, Barbour RS (2001) Introduction: the challenge and promise of focus groups. In *Developing Focus Group Research. Politics, Theory and Practice*. Ed. by RS Barbour J Kitzinger. Sage Publications. London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Koistinen K, Vesala T, Marjanen H (2005) Jakelukanavien välinen kilpailu Suomen päivittäistavaramarkkinoilla sekä eräillä erikoiskaupan toimialoilla – kuluttajanäkökulma. Kuluttajatutkimuskeskuksen julkaisu 7/2005. Helsinki.
- Kuhn K (2000) Problems and Benefits of Requirements Gathering With Focus Groups. *International Journal of Human-Computer Interaction* 12 (3&4): 309–325.
- McDougall C (2003) Learning from Differences between ordinary and expert theories of health and physical activity. *Critical Public Health* 13 (4) 381–379.
- Morgan DL (1988) Focus groups as qualitative research. *Qualitative Research Methods Series* 16. Sage Publications. Newbury Park.
- Nielsen J (1993) *Usability Engineering*. San Diego, CA: Academic.
- Niva M, Timonen P, Ryhänen E-L, Lähteenmäki L (2000) Kuluttaja ja tulevaisuuden terveysvaikuttaiset elintarvikkeet: kaalia syövän ehkäisyyn tai maitoa stressiin? Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmää 59/2000. Helsinki.
- Niva M, Mäkelä J, Kujala J (2004) "Trust weakens as distance grows". Finnish results of the OMIaRD consumer focus group study on organic foods. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmää 83/2004. Helsinki.
- Niva M, Piironen S (2005) ”Kohtuudella kaikkea”. Maallikot ja asiantuntijat terveellisestä syömisestä. Helsinki. Teoksessa *Vox consumptoris – Kuluttajan ääni*. Kuluttajatutkimuskeskuksen vuosikirja 2005. Toim. J Leskinen, H Hallman, M Isoniemi, L Perälä, T Pohjoisaho, E Pylvänäinen. Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Oksanen-Särelä K, Timonen P (2005) Diversifying practice – the case of Nordic walking. Teoks. Pantzar M, Shove E (toim.) *Manufacturing Leisure: Innovations in happiness, well-being and fun*. Helsinki:

- Kuluttajatutkimuskeskuksen verkkojulkaisuja 1/2005. Internetissä osoitteessa: <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi>
- Peura-Kapanen L (2005) Kuluttajien rahatalouden hallinta. Kauppa- ja teollisuusministeriö. Rahoitetut tutkimukset 1.
- Pulliainen A (2005) Kuluttajanelistit antavat palautetta – kyselyn 2002 tulokset. Kuluttajatutkimuskeskuksen työselosteita ja esitelmää 89/2005. Helsinki.
- Saastamoinen M (2000) Kuluttajien turvallisuuskulttuuri – teknisten laitteiden turvallisuuteen liittyviä käsityksiä, asenteita ja käytäntöjä. TUKESin julkaisuja 8. Helsinki.
- Threfall KD (1999) Using focus groups as a consumer research tool. *Journal of Marketing Practice* 5 (4) 102–105.
- Timonen P (2002) Pyykillä: arkinen järkeily ja ympäristövastuullisuus valinnoissa. (Väitöskirja) Kuluttajatutkimuskeskus. Helsinki.
- Timonen P, Mäkelä J, Niva M, Hyvönen K, Vesmanen E (2004) Tulevaisuuden keittiö. Kuluttajatutkimuskeskuksen verkkojulkaisuja 1/2004. Internetissä osoitteessa: <http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi>
- Varjonen J, Aalto K, Leskinen J (2005) Kotityön markkinat. Sitran raportteja 45. Helsinki. Internetissä osoitteessa: <http://www.sitra.fi/Julkaisut/raportti45.pdf>.
- Waterton C & Wynne B (2001) Can focus groups access community views? In *Developing Focus Group Research. Politics, Theory and Practice*. Ed. by RS Barbour, J Kitzinger. Sage Publications. London, Thousand Oaks, New Delhi.
- Wilkinson S (2001) How useful are focus groups in feminist research? In *Developing Focus Group Research. Politics, Theory and Practice*. Ed. by RS Barbour, J Kitzinger. London, Thousand Oaks, New Delhi. Sage Publications.
- Woolley H, Spencer C (1999) The Child as Citizen: Experiences of British Town and City Centres, *Journal of Urban Design*, 4 (3) 255–282.