

Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun käyttö hallinnossa

Arto Rajala



TYÖSELOSTEITA JA ESITELMIÄ
135 • 2011

Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun käyttö hallinnossa

Arto Rajala



Kuluttajatutkimuskeskus, työselosteita ja esitelmiä 135 • 2011
Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun käyttö hallinnossa
Arto Rajala, Kuluttajavirasto

Julkaisija / Utgivare / Publisher
Kuluttajatutkimuskeskus
Kaikukatu 3, 00530 Helsinki
PL 5, 00531 Helsinki
Puh. 010 605 9000
Faksi (09) 876 4374
www.kuluttajatutkimuskeskus.fi

Kannen kuvat: Eija Niiranen

ISBN 978-951-698-243-7 (pdf-julkaisu)

SISÄLLYS

YHTEENVETO

1. JOHDANTO	1
1.1 Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun rakenne ja sisältö	1
1.2 Selvityksen toteutus	3
2. YHTEENVETO HAASTATTELUISTA	4
2.1 Tulostauluaineisto toiminnan suunnittelussa, ohjauksessa ja seurannassa	4
2.2 Tietoaineisto toimialatiedon lähdeaineistona	12
2.3 Tietoaineisto tutkimuskäytössä	14
3. TULOSTAULUAINEISTON HYÖDYNTÄMISMAHDOLLISUUKSIA	16
3.1 Yleisiä näkökohtia tulostauluaineiston hyödyntämiseen TEM-konsernissa	16
3.2 Tulostauluaineisto toiminnan suuntaamisessa	19
3.3 Esimerkkejä kuluttajamarkkinoiden tulostaulun tunnuslukujen käytöstä	20
3.4 Tietoaineisto markkina- ja toimialatiedon lähdeaineistona	21
3.5 Tulostauluaineiston käyttömahdollisuuksia muilla hallinnonaloilla ja elinkeinoelämässä	23
3.6 Tulostauluaineiston hyödyntämisen esteitä	24
4. EHDOTUS JATKOTOIMENPITEIKSI	27
LIITE: HANKKEEN AIKANA TEHDYT HAASTATTELUT	28

YHTEENVETO

EU:n kuluttajamarkkinoiden tulostaulu on useiden tutkimusten, selvitysten ja tilastotietojen kooste, joka julkaistaan vuosittain kahdessa osassa. Lokakuussa ilmestyy Consumer Market Scoreboard ja maaliskuussa Consumer Conditions Scoreboard.

Tulostaulu seuraa markkinoiden toimivuuden kehitystä sekä sisämarkkinoilla että jäsenmaittain kahden uuden mittarin avulla – Market Performance Indicator MPI kuvaa kuluttajamarkkinoiden toimivuutta 50 eri toimialalla ja Consumer Conditions Index CCI seuraa kuluttajien toimintaympäristön kehitystä. Aineiston avulla pyritään mm. tunnistamaan kehityskohteita, joista tehdään tarvittaessa tarkempia analyysejä päätöksenteon pohjaksi.

Aineisto on hyödynnettävissä kuluttajapolitiikan lisäksi myös monissa muissa elinkeinopolitiikkaan, eri toimialoihin ja yritystoiminnan kehittämiseen liittyvissä yhteyksissä. Sitä voisi esimerkiksi käyttää tulohajauksessa, toiminnan suuntaamiseen ja priorisointiin ja toimialakatsauksissa. Siitä on löytynyt mittareita mm. konsernistrategian tavoitelinjauksille. Sitä voidaan käyttää myös niissä yhteyksissä, joissa on tarvetta kuvata yritystoiminnan toimintaympäristöä Suomessa eri toimialoilla.

Aineiston hyödyntämismahdollisuuksia on tunnistettu ministeriön eri osastoilta ja eri poliittikalohkoilta (kuluttajapolitiikka, energiapolitiikka, elinkeinopolitiikka), hallinnonalan eri virastoista ja TEM-konsernin osista (Kuluttajavirasto, Turvallisuus- ja kemikaalivirasto, Energiamarkkinavirasto, ELY-keskukset, Invest in Finland, Finpro) sekä tutkimuksesta (Kuluttajatutkimuskeskus). Välttämättä koko hyödyntämispotentiaalia TEM-konsernissa ei ole pystytty havaitsemaan hankkeen kuluessa.

Tulostaulua ei toistaiseksi tunneta kovin hyvin, minkä vuoksi Kuluttajavirasto tarjosi siihen liittyvää projektia TEMPO-koulutuksen aiheeksi. Arto Rajala kävi esittelemässä aineistoa ja haastattelemassa sen hyödyntämismahdollisuuksista 10 yksikössä TEM:n hallinnonalalla. Tähän raporttiin on koottu tulokset näistä vierailuista.

1. JOHDANTO

Kuluttajamarkkinoiden tulostaulu on useiden tutkimusten, selvitysten ja tilastotietojen kooste, jota komissio on ryhtynyt tuottamaan ja julkaisemaan vuosittain kahdessa erässä. Ensimmäinen tulostaulu valmistui vuonna 2009.

Tutkimustiedon kokoaminen ja tuotteistaminen perustuu vuosikso 2007–2013 laaditun komission kuluttajapoliittisen strategian¹ toimeenpanoon. Strategian mukaan poliittisten päättäjien on pystyttävä ymmärtämään syvällisemmin kuluttajien käyttäytymistä voidakseen parantaa markkinoita koskevan sääntelyn laatua. Tätä tarkoitusta varten komissio on pyrkinyt kehittämään välineitä ja indikaattoreita markkinoiden perustekijöiden (turvallisuus, tyytyväisyys, hinta, valitukset), sisämarkkinoiden integroitumisen ja kansallisten kuluttajapolitiikan järjestelmien toimivuuden seurantaan. Aineistoa on mahdollista hyödyntää elinkeinopolitiikassa laajemminkin.

Komission hanke kuluttajamarkkinoiden tulostauluksi on suhteellisen uusi ja osittain edelleen kehitysvaiheessa. Tulostauluaineistoa tunnetaan Suomessa varsin huonosti eikä sen kaikkia hyödyntämismahdollisuuksia ole toistaiseksi tunnistettu. Tämän vuoksi Kuluttajavirasto tarjosi hallinnonalan TEMPO-esimiesvalmennusohjelmaan liittyvän työskentelyjakson aiheeksi projektia, jossa tehtävänä olisi lisätä tulostauluaineiston tuntemusta työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalla sekä laatia selvitys siitä, miten aineistoa voitaisiin hyödyntää Suomessa ja erityisesti työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalla.

Aiheeseen tarttui hallitusneuvos Arto Rajala, joka työskenteli syyskuun Kuluttajavirastossa ja teki sinä aikana tämän selvityksen. Työtä ovat ohjanneet kehitysjohtaja Maija Puomila Kuluttajavirastosta ja tutkimusjohtaja Päivi Timonen Kuluttajatutkimuskeskuksesta.

1.1 Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun rakenne ja sisältö

Tulostaulun aineisto julkaistaan vuosittain kahdessa erässä. Lokakuussa ilmestyy Consumer Market Scoreboard ja maaliskuussa Consumer Conditions Scoreboard.

Aineistosta on työstetty erilaisia mittareita:

Market Performance Indicator eli **MPI** kuvaa kuluttajamarkkinoiden toimivuutta 50 eri toimialalla. Se pohjautuu kyselytutkimukseen, jossa haastatellaan 500 kuluttajaa toimialaa kohden jokaisessa jäsenmaassa. Lähestymistapa on ”evidence-based”, minkä vuoksi haastateltaviksi haetaan henkilöitä, jotka ovat tehneet kyseiseen toimialaan liittyviä hankintoja kyselyä edeltäneen vuoden aikana tai muutaman harvemmin käytettävän palvelun kohdalla edeltäneiden kahden vuoden aikana. Tutkimuksessa kysytään siten kokemuksia, ei mielipiteitä tai mielikuvia.

Markkinoiden toimivuutta tarkastellaan asiakkaiden näkökulmasta, ja siinä selvitetään

- 1) Vertailtavuutta – miten helpoksi tai mahdolliseksi asiakkaat kokevat tuotteiden vertailamisen toimialalla.
- 2) Luottamusta – miten paljon asiakkaat luottavat siihen, että toimialalla elinkeinonharjoittajat noudattavat kuluttajakaupan säännöksiä.
- 3) Ongelmien esiintymistiheyttä – miten suuri osuus asiakkaista on törmännyt toimialalla ongelmiin.

¹ KOM (2007) 99, 13.3.2007

- 4) Valitusaktiivisuutta – kuinka moni asiakas jättää reklamoimatta, vaikka siihen olisi aihetta.
- 5) Odotustenmukaisuutta – kuinka moni asiakas koki saaneensa sitä, mitä tilasi.

Market Performance Indicator + Switching eli **MPIS** kuvaa kuluttajien mahdollisuutta liikkua markkinoilla – kuinka moni on vaihtanut yritystä tai palvelua toimialalla ja kuinka helppoa se on ollut. Nämä kysymykset ja tulokset on voitu lisätä 14 toimialan tietoihin.

Market Performance Indicator + Choice eli **MPIC** kuvaa kuluttajien vaihtoehtoja eri toimialoilla – kuinka monen vastaajan mielestä toimialalla oli tarjolla riittävästi vaihtoehtoisia yrityksiä, joista valita. Tämä kysymys oli mahdollista lisätä kaikkien toimialojen tietoihin.

Consumer Conditions Index eli **CCI** kuvaa kuluttajien toimintaympäristön tilaa ja kehitystä jäsenmaissa. Se pohjautuu vuosittain tehtäviin Eurobarometer-tutkimuksiin, joissa haastatellaan 1 000 kuluttajaa ja 250 elinkeinonharjoittajaa kussakin maassa (Kyproksella, Maltassa ja Luxemburgissa 500 kuluttajaa ja 200 elinkeinonharjoittajaa). Kyselyssä selvitetään

- 1) kuluttajien kokemaa luottamusta elinkeinonharjoittajien, kuluttajaviranomaisten ja -järjestöjen toimintaan
- 2) kuluttajien kokemusta valitusten käsittelyn helppoudesta ja sujuvuudesta yrityksissä, kuluttajariitalautakuntatyypillisissä elimissä ja tuomioistuimissa
- 3) kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien havaintoja harhaanjohtavan markkinoinnin määrästä ja
- 4) kuluttajien ja elinkeinonharjoittajien käsityksiä markkinoilla liikkuvien tuotteiden turvallisuudesta
- 5) kuluttajakauppaa koskevan lainsäädännön tuntemusta elinkeinonharjoittajien keskuudessa

Material Deprivation Rate kuvaa kuluttajien kulutuskykyä eri jäsenmaissa. Se kertoo, kuinka suuri osuus eri jäsenmaiden väestöstä ei pysty hankkimaan vähintään kolmea asiaa näistä yhdeksästä välttämättömyys- tai perushankinnasta: lihaa, kalaa tai kanaa sisältävä ateria joka toinen päivä, kuukausittaiset asumismenot, riittävä lämmitys kotiin, pesukone, väritelevisio, puhelin, henkilöauto, viikon loma kodin ulkopuolella kerran vuodessa ja jokin yllättävä meno.

Näiden lisäksi aineistosta löytyy tietoa sisämarkkinoiden toteutumisesta rajat ylittävän kaupan näkökulmasta, tuoteturvallisuudesta ja hinnoista.

Komissio käyttää aineistoa oman toimintansa suuntaamiseen. Sen avulla voidaan tunnistaa, millä toimialoilla markkinat eivät toimi hyvin, ja selvittää niitä tarkemmin. Jatkoselvityksiä on tähän mennessä tehty mm. sähkön vähittäismarkkinoista² (2010) sekä pankkipalvelumaksuista³ (2009). Lokakuun 2011 tulosten perusteella komissio on päättänyt tehdä jatkoselvityksiä kulutusluotto- ja polttoainemarkkinoista.

² The functioning of retail electricity markets for consumers in the European Union. Final Report. EAHC/FWC/2009 86 01. November 2010.

³ Commission staff working document on the follow up in retail financial services to the Consumer Markets Scoreboard. SEC(2009) 1251 final, 22.9.2009.

1.2 Selvityksen toteutus

Projekti toteutettiin pääosin syyskuun 2011 aikana, ja haastattelut tehtiin 6.9.–3.10.2011. Esittely- ja haastattelukohteita oli kymmenen: TEM/TMO/Kuluttajapolitiikka ja tekninen lainsäädäntö, TEM/Energiaosasto, TEM/Tieto-osasto/Toimialapalvelu, Energiamarkkinavirasto, Finpro Oy, Invest in Finland, Kilpailuvirasto, Kuluttajavirasto, Kuluttajatutkimuskeskus ja Turvallisuus- ja kemikaalivirasto.

Muitakin mahdollisia kohteita olisi ollut, mutta aika ei riittänyt kaikkien esittelyjen toteuttamiseen. Näitä on mainittu raportin lopussa, jossa käsitellään sitä, miten tulostauluaineiston tunnettuutta voisi jatkossa edistää.

Haastateltaviksi pyrittiin löytämään henkilöitä, joiden vastuualueeseen tulostaulun mahdollinen hyödyntäminen kuuluu. Esittelyaineisto ja haastattelukysymykset olivat räätälöityjä kullekin kohteelle. Kuitenkin peruskysymykset esitettiin kaikille haastateltaville:

- Miten kohteessa nähdään mahdollisuudet hyödyntää tulostauluaineistoa omassa toiminnassaan?
- Sisältääkö tulostauluaineisto aiempaan verrattuna sellaista lisätietoa markkinoista, jota kohteessa voisi hyödyntää?
- Mitä puutteita tai ongelmia kohde on havainnut tulostauluaineiston hyödyntämisessä tai tulevalle hyödyntämiselle?

Työ- ja elinkeinoministeriön työelämä- ja markkinaosastolle sekä Kuluttajavirastolle esitettiin peruskysymysten lisäksi erillinen kysymysryhmä, jonka tarkoituksena oli selvittää näiden yksiköiden näkemyksiä siitä, miten tulostauluaineistoa tulisi ja voisi hyödyntää hallinnonalalla.

Kaikki haastattelut olivat onnistuneita siinä suhteessa, että ne herättivät kiinnostusta aineistoa kohtaan, asiasta syntyi keskustelua ja esille nousi aineiston hyödyntämismahdollisuuksia. Nämä tulokset syntyivät siitä riippumatta, oliko tulostaulu haastateltaville ennestään tuttu tai olivatko he pyytäneet materiaalia käyttöönsä ennakolta vai ei. Syvimmälle haastatteluissa päästiin niissä tapauksissa, joissa haastateltavat jo ennestään tunsivat tulostauluaineistoa.

Hankkeen ulkopuolelle rajattiin:

- Tulostauluaineiston hyödyntäminen muilla hallinnonaloilla. Tämä olisi ollut projektin kannalta luonteva lisäkokonaisuus, mutta käytettävissä olleessa ajassa sitä ei ollut mahdollisuutta sisällyttää hankkeeseen. Esittelyaineisto on kuitenkin toimitettu projektin kuluessa Viestintäviraston käyttöön.
- Tulostauluaineiston hyödyntäminen elinkeinoelämän järjestöissä. Aineisto on kiinnostava ja hyödynnettävissä myös toimialojen omassa toiminnassa, ja Kuluttajavirasto onkin esitellyt sitä jo mm. kaupan järjestöille. Työ- ja elinkeinoministeriön työelämä- ja markkinaosastolla on lisäksi käynnissä tähän liittyvä oma hankkeensa.
- Edellisten lisäksi esittelymateriaali toimitettiin tiedoksi työ- ja elinkeinoministeriön innovaatio-osaston Innovaatiopolitiikka-yksikölle.

2. YHTEENVETO HAASTATTELUISTA

Tässä luvussa esitetään yhteenveto haastatteluista siten, että esille nostetaan keskeisiä haastatteluissa esiin tulleita näkemyksiä. Työn kuluessa hahmottui kuluttajamarkkinoiden tulostaulun tietosisällölle kolme keskeistä käyttötapaa: 1) aineiston hyödyntäminen toiminnan suunnittelussa, ohjauksessa ja seurannassa, 2) tietoaineiston sisältämän toimialatiedon hyödyntäminen toimialatietoa tuottavien yksiköiden tuottaman tiedon lähdeaineistona sekä 3) tietoaineiston hyödyntäminen tutkimuskäyttöön. Yhteenveto haastatteluista esitetään seuraavassa tämän jaottelun mukaisesti ryhmiteltyinä. Luettelo haastatteluista henkilöistä on liitteessä.

2.1 Tulostauluaineisto toiminnan suunnittelussa, ohjauksessa ja seurannassa

TEM/Työelämä- ja markkinaosasto/Kuluttajapolitiikka ja tekninen lainsäädäntöyksikkö

1. Ministeriön tavoitteet tulostaulun suhteen/tulostaulun asema TMO:n työssä?
 - Suomessa ei ole aiemmin kerätty tietoa vastaavassa laajuudessa kuluttajamarkkinoista, eikä Suomessa ole resursseja tehdä sitä tässä laajuudessa ja yhtä systemaattisesti. Tulostauluaineistoa kannattaa hyödyntää Suomessakin mahdollisimman paljon, koska komissio on satsannut merkittävästi tietojen tuottamiseen, eikä vastaavaa muuta tietoa ole saatavissa eikä resursseja sellaisen tuottamiseen ole käytettävissä.
 - TMO:n tavoitteena on tulostaulun tietoaineiston saattaminen laajemmin julkisuuteen ja eri tahojen käytettäväksi. TMO pyrkii siihen, että hallinnon lisäksi elinkeinoelämä ja yritykset voisivat hyödyntää tulostaulutietoa.
 - Pitäisi tuottaa jatkojalostettua tietoa, joka olisi käytettävissä mielellään jopa suoraan yrityksissä.
 - TMO pitää tärkeänä, että tulostauluaineistoa hyödynnetään toimenpiteiden suuntaamiseen niihin markkinoihin ja kohteisiin, joissa on todettu ongelmia. Useimmat näistä aloista ovat toisten TEM:n osastojen ja toisten ministeriöiden vastuulla.
 - Komission käyttämä tulostauluaineiston käsittelytapa ja tulostauluaineiston hyödyntäminen sitovat Suomen kuluttajapolitiikkaa tiukemmin eurooppalaiseen kehykseen.
2. Tulostauluaineiston hyödyntäminen TEM:ssä?
 - TMO on alkanut hyödyntää tulostauluaineistoa omassa toiminnassaan. Valmistaa suunnitelmaa sen hyödyntämiseksi ei ole toistaiseksi ja aineiston hyödyntämiseen on paljon lisämahdollisuuksia eri sektoreilla.
 - Keskeinen käyttömahdollisuus on hyödyntää tulostauluaineistoa ja sen mittareita toiminnan ohjauksessa ja vaikutusten seurannassa.
 - Esimerkkinä jo toteutunut TEM:n konsernistrategia:
TEM:n konsernistrategiassa 6.9.2011 on kirjattu tavoitteeksi rakenteellisten kilpailun esteiden poistaminen. Konsernistrategian seurannan mittareiksi on nostettu

kuluttajamarkkinoiden tulostaulun CCI-indeksi (CCI kasvaa – arvo 66 vuonna 2010) sekä MPI-indikaattori (palvelut ja ongelmallisimmiksi osoittautuvat toimialat).

- Kuluttajapolitiikka ja kuluttajahallinto ovat luonnollisesti keskeisiä tulostauluaineiston hyödyntäjiä. Aineistoa voidaan hyödyntää uuden kuluttajapolitiittisen ohjelman laadinnassa sekä seurannassa (mittarit).

- Jos jollakin markkinalla on ilmennyt huono tulos, tulisi sektorivastaavan ministeriön selvittää syyt tähän.

- Elinkeinoelämän järjestöille ja yrityksille tulisi järjestää mahdollisuus hyödyntää tulostauluaineistoa, vaikka TMO arvioi, että tulostauluaineiston hyödyntäminen elinkeinoelämän taholla jää todennäköisesti vähäiseksi. TMO:lla on käynnissä oma hanke, jossa tulostauluaineistoa tehdään tunnetuksi elinkeinoelämän järjestöissä.

- Kuluttajamarkkinoiden tulostaulu on saanut paljon huomiota EU:ssa poliittisella tasolla, enemmän kuin esimerkiksi sisämarkkinoiden tulostaulu. TMO näkee aineistossa hyödyntämismahdollisuuksia myös kotimaisessa politiikassa.

3. Onko tulostauluaineisto tuonut aiempaan verrattuna sellaista lisätietoa markkinoista, jota TMO on voinut hyödyntää?

- Suomessa ei ole aiemmin kerätty tietoa vastaavassa laajuudessa kuluttajamarkkinoista, eikä ole resursseja tehdä sitä tässä laajuudessa ja yhtä systemaattisesti. Tulostaulu on tuonut uutta tietoa kuluttajamarkkinoista systemaattisesti ja käyttäjälähtöisesti. Aiemmin tietojen kerääminen on ollut pienimuotoista.
- Jatkossa on mahdollista saada aikasarjaan perustuvaa tietoa. Komission tarkoitus on, että tarkastellut markkinat säilyvät seurannassa pitkäaikaisesti. Tällä hetkellä aineistossa on ainoastaan joitakin markkinoita, joita koskevan tiedon keräämisessä on ollut ongelmia ja, joita tämän vuoksi ollaan pudottamassa pois tarkastelusta.

4. Tulostauluaineiston hyödyntämisessä esiin tulleita puutteita ja ongelmia?

- Tulostaulussa on paljon aineistoa, mutta tieto on monelta osin pinnallista.
- TMO:n arvion mukaan tietojen luotettavuus on kysymysmerkki:
 - Erot Suomen ja Ruotsin välillä ovat TMO:n näkemyksen mukaan yllättäviä.
 - 4. laituksessa on Suomen osalta merkittävä virhe valitusten määrissä (kirjattu yli kaksinkertainen määrä valituksia Suomen viranomaisten tilastoimiin valituksiin verrattuna).
 - Käsitteistön yksiselitteisyys herättää kysymysmerkkejä.
 - Eri maiden vertailukelpoisuus on niin ikään kysymysmerkki.
- Komission julkaisema tietoaaineisto on teknisesti vaikeasti hyödynnettävässä muodossa.

5. Onko ministeriö suunnitellut laittaa lisäresursseja aineiston jatkojalostukseen Suomessa?

- TMO:lla ei ole juurikaan mahdollisuuksia asettaa lisäresursseja aineiston jatkojalostukseen.

- Kuluttajatutkimuskeskuksessa vireillä oleva tutkimushanke on keskeinen jatkotyön kohde ministeriölle.
- Hyödyntämismahdollisuuksien pohdinnan kannalta Kuluttajaviraston selvitys on myös tärkeä.
- TMO:n on tarkoitus keskustella myös Turvallisuus- ja kemikaaliviraston kanssa tulostauluaineiston tuoteturvallisuutta koskevien tietojen hyödyntämisestä.

Kuluttajavirasto

- Tulostauluaineisto on puutteistaan huolimatta hyvä ja perusteellinen. Sellaista ei ole ollut aiemmin käytettävissä Suomessa. Aineisto poistaa painetta siihen, että täytyisi laatia kansallisesti vastaavaa aineistoa.
- Tulostaulusta ei ole puhuttu paljoakaan Suomessa, esimerkiksi muilla hallinnonaloilla ei ole hyödynnetty tulostauluaineistoa käytännöllisesti katsoen lainkaan.
- Tulostauluaineistoa tulisi jatkojalostaa helpommin hyödynnettävään muotoon.
- Kuluttajaviraston on tarkoitus saattaa tulostauluaineistoa kuluttaja-asiain neuvottelukunnan käsittelyyn ja lisätä tunnettuutta sitä kautta.
- Tulostauluaineiston hyödyntäminen Kuluttajavirastossa:
 - Kuluttajavirastossa tulostauluaineistoa on hyödynnetty toiminnan suunnittelussa. Jatkossa on tarkoitus ottaa tulostaulun mittaristo käyttöön tulosohjauksessa Kuluttajaviraston yhteiskunnallisen vaikuttavuuden arvioinnissa (CCI ja sen komponentit, MPI ja sen komponentit)
 - Kuluttajavirasto on julkaissut materiaalia verkkolehdeksensä.
 - Tulostauluaineistoa on hyödynnetty elinkeinoelämän kanssa käydyissä keskusteluissa. Mittarit tuovat numeerista evidenssiä valvontatyössä tehtyjen omien havaintojen tueksi. Näitä ei ole aiemmin ole pystytty numeerisesti todentamaan.
 - Tulostauluaineiston hyödyntäminen on Kuluttajavirastossa vielä alkuvaiheessa.
- Tulostauluaineiston hyödyntäminen ja sen näkyvyyden nostaminen TEM-konsernissa.
 - Kuluttajaviraston arvion mukaan voi olla vaikeaa löytää hyödyntämiskohteita ja valmiuksia siihen TEM-konsernin sisältä. Aineiston yhteys terveen kilpailun ylläpitämiseen ja edistämiseen on kuitenkin Kuluttajaviraston käsityksen mukaan ilmeinen.
 - Tulostauluaineiston hyödyntäminen uuden kuluttajapoliittisen ohjelman valmistelussa (2012–) olisi tärkeää. Aiemmat ohjelmat ovat olleet hanke pohjaisia toimenpideluetteloita. Tulostauluaineisto voisi tarjota laajempaa perspektiiviä ohjelman valmisteluun ja mahdollisuudet suunnata laaja-alaisempaan ongelmapohjaiseen lähestymistapaan.
- Tulostauluaineiston hyödyntäminen elinkeinoelämän suuntaan.

- Kuluttajaviraston kokemuksen perusteella tulostauluaineisto lisää muiden havaintojen (ns. näppituntuman) luotettavuutta, koska tarjoaa numero-muotoista evidenssiä, jota aiemmin ei ole ollut.
- Elinkeinoelämä ei tunne toistaiseksi tulostauluaineistoa eikä ole pohtinut sen hyödyntämismahdollisuuksia.
- Suomesta on puuttunut toimialakohtainen tieto, tulostauluaineisto paikkaa sitä hyvin. Kuluttajavirasto ei ole havainnut tulostaulumateriaalissa yllätyksiä, ovat yhdensuuntaisia viraston omien havaintojen kanssa.
- Sen sijaan tulostauluaineiston vertailu jäsenvaltioiden välillä ei ole yksiselitteistä. Tulkintaongelmia aiheuttavat erilaiset kulttuurit, järjestelmien eroavaisuudet, viranomaisten erilainen asema ja toimintatavat. Tämän vuoksi tulostauluaineiston hyödyntäminen kansallisista lähtökohdista on Kuluttajaviraston näkemyksen mukaan hedelmällisempää. On perustellumpaa verrata ja seurata kansallista kehitystä kuin jäsenvaltioiden välisiä eroja ja niiden kehitystä.
- Tulostauluaineiston tulkinnassa on varottava liian tiukkoja johtopäätöksiä, mutta silti monipuolisten mittareiden voidaan katsoa antavan varsin hyvän kuvan tarkastelluista asioista. Indeksit ovat hyviä, koska ne kokoavat tietoa. Silti kannattaa tarkastella aineiston eri osia toisistaan erillään ja varoa liiallisia yleistyksiä.
- Jatkokehittelyä aineiston tulkintaan kuitenkin tarvitaan.
- Aineistoa tulee paljon ja suhteellisen tiheään tahtiin. Tämän vuoksi käsittely-vastuuta on aiheellista jakaa, sillä yksittäinen taho Suomessa ei pysty sulattamaan kaikkea.
- Tärkeää on pohtia lisää, miten tulostauluaineistosta tiedotetaan Suomessa. Tulostauluaineiston käsittely tulisi toteuttaa aineiston julkaisurytmin mukaan. Lisäksi kannattaa miettiä, onko tarpeen asettaa lisäresursseja materiaalin lisätyöstämiseen (voi olla ettei saada lisäarvoa paljoakaan aikaan). OECD:n consumer toolkitin mukainen lanseerausmalli sopisi hyvin tulostauluaineiston hyödyntämiseen eli detaljien esille nostamisen kautta voisi tuottaa helpommin hyödynnettävissä olevaa ja kiinnostavampaa tietoa.
- Tulostauluaineisto pitää sisällään käytännönläheistä aineistoa. Suomessa ei ole tahoja, joka tekisi vastaavaa selvitystyötä, esim. Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimustehtävä painottuu eri tavalla.
 - Löytyisikö tulostaulun tiedoille soveltamiskohteita käyttäjälähtöisyyden näkökulmasta?
 - käyttöehdot ja -sopimukset, käyttöohjeet
 - käyttäjän näkökulmasta ei ole kysymys pelkästä tuotteesta, vaan voisi olla laajempi näkökulma, miten käyttäjä hyötyisi kokonaisuudesta.
- Tulostauluaineiston keskeiset soveltamiskohteet jatkossa Kuluttajaviraston näkemyksen mukaan:
 - Kuluttaja-asiain neuvottelukunta
 - Uusi kuluttajapoliittinen ohjelma 2012–

- Muut keskeiset soveltajat tulevat muilta sektoreilta.
- Kilpailuviraston mahdollisuudet soveltaa aineistoa selvitettyä tämän selvityksen yhteydessä.

TEM/energiaosasto

- Pohdittiin kuluttajamarkkinoiden tulostaulun tunnuslukujen hyödyntämistä konsernistrategian osalta:
 - MPI:n hyödyntäminen ei ole sidoksissa konsernistrategian tavoitelinjauksiin, sillä energiapolitiikalla on energiamarkkinoihin liittyen myös laajempia tavoitteita.
- Kaasuhoiltopalveluita koskevan MPI-luvun hyödyntäminen ei ole perusteltua Suomessa, vaikka muitakaan mittareita maakaasusektorin seurantaan ei ole löydetty:
 - pieni ja satunnainen otos (69 kpl)
 - on epäselvää, ovatko haastatellut ymmärtäneet, että kysymykset koskevat verkkomaakaasua
 - virheellinen arvo myyjänvaihdossa, koska Suomessa maakaasun toimittaja ei voi vaihtaa. Tämän vuoksi epäillään, että osa vastaajista on ajatellut nestekaasua.
- Sähköhoiltopalveluita koskeva MPI-luku vaikuttaa hyvältä mittarilta TEM/EO:n tarpeisiin, jonka tulostavoitteena on: *Energiamarkkinat toimivat hyvin*.
 - Haastatelluille esitetyt kysymykset liittyvät kaikilta osin sähkön vähittäismarkkinoihin kohdistuvaan EO:n näkökulmaan.
- Havaittuja ongelmia/riskejä:
 - Komissio lopettaa luvun keräämisen: voidaan kuitenkin hyödyntää siihen saakka.
 - Luku laahaa vuoden jäljessä: tähän ei voi vaikuttaa, on myös tavallista tunnusluvuille.
- Hyödyntämisen kannalta olisi tärkeää saada yhteismitallista sarjaa vuosittain.
- Hyödyntäminen tulosohtauksessa:
 - Sähköhoiltopalveluita koskeva MPI-luku otetaan käyttöön vuoden 2012 tulosohtauksessa (Energiamarkkinavirasto) ja 2013 talousarviossa (TEM, Energiamarkkinavirasto).
 - Hyödynnetään sekä pääluku- että EMV-tasolla.
 - Seurataan kansallista toimintaa, ei vertailla muihin maihin.
 - Hyödynnettäväksi mittariksi: *sähköhoiltopalveluita koskeva MPI-arvo kasvaa (75,0 v. 2010)*
 - Lukuarvon tavoitteeksi asettaminen johtaisi täysin arvionvaraiseen lukuun. Tämän vuoksi mittarin arvon paraneminen olisi sopivampi tavoite.

- Komission arvon käyttäminen ei ole esteenä sille, että Energiamarkkinaviraston keräämä myyjänvaihtoaktiivisuutta kuvaava luku olisi samanaikaisesti mittarina.

Energiamarkkinavirasto

- Pohdittiin kuluttajamarkkinoiden tulostaulun tunnuslukujen hyödyntämistä tulosohjauksessa.
- Sähkön vähittäismarkkinoiden toimivuutta nykyisin kuvaava tunnusluku, sähkönmyyjän vaihtaminen, on koettu selkeäksi seurattavaksi. Toisaalta on tullut kritiikkiä sen suhteen, kuinka hyvin tunnusluku kuvaa sähkön vähittäismarkkinoiden toimivuutta.
- Sähköhuoltopalveluiden MPI-lukua koskevaa keskustelua:
 - Pohdintaa herättää, miten MPI kerätty; mitä se lopulta kuvaa; miten sitä voidaan käyttää.
 - MPI:n käyttöä lisäindikaattorina on syytä harkita sähkössä, mutta Energiamarkkinavirastolla ei ole valmiutta siirtyä pelkästään sen käyttämiseen.
 - Tulostauluhaastattelussa esitetty kysymys myyjän vaihdon helppoudesta: onko kysymys esitetty pelkästään vaihtaneille vai kaikille haastatelluille? Tämä vaikuttaa tulokseen.
 - Tulostauluhaastattelun kysymykset painottuvat sähkönmyyntiin ja -myyjään, jakeluverkkoa koskevia havaintoja ei ole erotettu myynnistä. Tulisi tehdä joko selkeä erottelu näiden välillä tai kysyä myös verkonhaltijan toiminnan onnistumisesta.
- Sähköhuoltopalveluita koskevan MPI-luvun hyödyntäminen tavoitelinjausten ja tulosten seurannassa:
 - Lisäindikaattorina mahdollinen, ei nykyisten korvaajana.
 - Tavoitetason asettaminen tärkeä pohtia huolellisesti, positiivinen lähestymistapa voisi olla: *arvo kasvaa 2010 arvosta 75,0*.
 - Pohdittava sopiiko talousarvion päälukutasolle (ministeriö) vai EMV:n tulossopimukseen.
- Kaasuhoitopalveluita koskeva MPI
 - Otos yllättävän suuri (69 kpl) Suomen maakaasukaasumarkkinoiden kokoon nähden (34.000 käyttäjää lähinnä Helsingissä ja Haminassa).
 - Myyjän vaihdon mittaaminen on Suomessa verkkomaakaasun osalta virhe. Vastaukset, joissa vastattu vaihdetun toimittajaa, ovat virheellisiä. Kysymys saattaa johtaa harhaan, verkkomaakaasu vs. nestekaasu.
 - Kaasuhoitopalveluiden osalta MPI –luku on epävarma. Sitä ei voida käyttää Suomessa.
- Muista tulostauluaineiston hyödyntämismahdollisuuksista käyty keskustelu:
 - Osa kysymyksistä on fiksuja, osa epämääräisiä: vastausten laatu tässä tilanteessa on kysymysmerkki.

- Mitä saadut tulokset mittaavat oikeasti, todellisia havaintoja vai mielikuvia?
- Luvut kuvaavat sitä, miten on pystytty vaikuttamaan asiakkaan kokemukseen => kuvaako viestinnällistä onnistumista?
- Haastattelussa tuli myös esille näkökulma, että MPI on mittari, johon komissio satsannut ja on käytettävissä. Luvulle ei myöskään ole olemassa hyviä vaihtoehtoja. Kannattaa hyödyntää MPI-lukua tämän vuoksi.
- MPI-arvoja voidaan käyttää argumentteina toimialaliittojen kanssa keskusteltaessa eri tilanteissa. Energiamarkkinaviraston näkemyksen mukaan kannattaisi toimialaliitoissa (esimerkiksi Energiateollisuus ry) pohtia MPI:n tulosten seuraamista ja hyödyntämistä.

Turvallisuus- ja kemikaalivirasto

- Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun aineisto (tuoteturvallisuusindikaattorit, sisämarkkinoiden verkkokauppa) on Tukesin kannalta erittäin mielenkiintoista materiaalia.
- CCI:n tuoteturvallisuuteen liittyvät komponentit ovat hyvin samanlaisia kuin luvut, joita Tukes itse on kerännyt.
 - Tukesin on syytä arvioida, voiko se siirtyä käyttämään komission keräämiä tunnuslukuja.
 - Sisällöstä tarvitaan tätä ennen tarkempaa tietoa, joka Tukesin on hankittava.
- Kuluttajamarkkinoiden tulostaulusta saadaan vertailutietoa vuodesta 2008 alkaen, mikä tarjoaa mahdollisuuden komission keräämien lukujen vertailuun omien tunnuslukujen kanssa. Voidaan katsoa, ovatko trendit yhdensuuntaisia.
- CCI:n tuoteturvallisuutta koskevat valvontaindikaattorit ovat samoja kuin Suomessa:
 - Tarkastajien lukumäärävertailut jäsenvaltioiden välillä ovat hankalia, koska hallintojen rakenteissa on isoja eroja. Suomessa on ulkoistettu enemmän toimintoja kuin muissa maissa.
 - On selvítettävä valvontaindikaattoritietojen tausta, miten valvontaindikaattoritiedot on kerätty.
- Tulostaulun tuoteturvallisuutta kuvaavat indikaattorit ovat periaatteessa lähes kaikilta osin Tukesin hyödynnettävissä. Indikaattorit kohdistuvat siihen, mitä Tukes tekee. Tämän vuoksi Tukes voi harkita omien indikaattoriensa korvaamista komission keräämillä indikaattoreilla.
- Tukesin strategiassa tavoitteena nykyisin myös olla kansainvälisesti huipulla tuoteturvallisuusvalvonnassa. EU-maiden välinen vertailutieto on tämän vuoksi kiinnostavaa Tukesin kannalta. Muita vastaavia tunnuslukuja ei ole käytössä ja on vaikea saada käyttöön.

- Sisämarkkinoiden verkkokaupan kehitystä kuvaavat tiedot ovat myös Tukesin kannalta kiinnostavia. Antavat ennakointitietoa verkkokaupan kehityksestä. Rajat ylittävä verkkokauppa on haaste tuoteturvallisuusvalvonnalle.
- Jatkotoimenpiteet:
 - Tukes käy syksyllä sisäisesti läpi, miten tulostauluaineistoa voidaan hyödyntää.
 - Pääallekkäisyyksien välttäminen tavoitteeksi.
 - Tukes jatkaa keskustelua Kuluttajaviraston ja Kuluttajatutkimuskeskuksen kanssa.

Kilpailuvirasto

- Kilpailuvirasto oli havainnut kuluttajien tulostaulumateriaalin ja mittarit hallinnonalan strategiatyön kautta. Toistaiseksi Kilpailuvirastossa ei ole pohdittu aineiston hyödyntämistä systemaattisesti. Aineisto kuitenkin kiinnostava ja Kilpailuvirasto tulee tutustumaan aineistoon huolellisesti.
- Kilpailuvirastolle keskeistä on kysymys: onko MPI-luvun sisältämä markkinoiden toimivuus sellaista toimivuutta, jota tarkoitetaan kilpailupolitiikassa?
 1. Kuvaavatko MPI-luvut Kilpailuviraston toiminnan tavoitteena olevia vaikutuksia?
 2. Kuvaavatko MPI-luvut riittävästi Kilpailuviraston toiminnan tavoitteina olevia vaikutuksia ja missä ovat mahdolliset puutteet?
 ⇒ Vaikuttaisivatko arvot kilpailuoikeudelliseen arviointiin tapauskäsittelyissä?
- Riippumatta vastauksesta, komission toteuttama mittaaminen on hyödyllistä ja tarjoaa mahdollisuuden kehittää Kilpailuviraston yhteistyötä kuluttajaviranomaisten kanssa.
- Kilpailuvirastolle olisi hyödyllistä saada lisäaineistoa niiden markkinoiden paikallistamiseen, joissa esiintyy kilpailun rakenteellisia esteitä.
 - Toimittajan vaihtamista kuvaava indikaattori on tämän vuoksi Kilpailuviraston näkökulmasta mielenkiintoinen indikaattori.
- Tulostauluaineisto soveltuu Kilpailuviraston mielestä paremmin politiikkatoimenpiteiden ja lainsäädäntömuutosten tarpeen arviointiin kuin kilpailuvalvontaan. Aineiston soveltaminen kilpailuvalvonnassa voi olla vaikeaa. Kuitenkin yhdistettynä Kilpailuviraston käyttämiin indikaattoreihin, aineisto voi tarjota myös heille lisäinformaatiota.
- Tulostauluaineistolla saattaa olla käyttöä Kilpailuvirastolle kilpailun edistämistyössä, jossa aineiston tarjoamia tietoja voidaan ehkä käyttää argumenttina muiden joukossa.
- Keskusteltiin kilpailu- ja kuluttajapolitiikan näkökulmaeroista toiminnassa
 - Dynamiikka erottaa näkökulmat.
 - Kilpailuvirasto katsoo kuluttajaviranomaisia komplisoidummin asioita.

- Kilpailuviraston kannalta MPI-luvut vaikuttavat kiinnostavimmilta:
 - Vertailtavuus, liikkuvuus
 - Paljon elementtejä ongelmakohtien kartoittamiseen on tarjolla, mutta edellyttää merkittävässä määrin lisätyötä, jotta tulostaulun sisältämiä tietoja voidaan hyödyntää.
 - Tulkinnanvaraisuus; miten pitäisi ymmärtää vaikutuksen mahdollinen hyödyllisyys/haitallisuus.
- CCI-luvut
 - Kuvaavat kuluttajaviranomaisten kannalta relevantteja asioita
 - Puuttuu Kilpailuviraston kannalta relevantti näkökulma, eivät kuvaa sen toimintaa.
- Jatkotoimenpiteistä:
 - Tulostauluaineiston saattaminen paremmin julkisuuteen, esim. tutkimuslaitosten ja yliopistojen käyttöön
 - Akateemisen tutkimuksen kannalta olisi mielenkiintoista yhdistää kilpailu- ja kuluttajatunnuslukuja

2.2 Tietoaineisto toimialatiedon lähdeaineistona

TEM/Tieto-osasto/Toimialapalvelu

- Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun hyödyntäminen TEM/toimialapalvelussa ja julkaiseminen Toimiala Onlinessa: pitäisi lähteä liikkeelle siitä, että selvitetään ensin, mitä tarkoitusta materiaali palvelee ja ketkä sitä hyödyntäisivät
- Toimialapalvelun toimialapäälliköillä pitäisi olla käytössään keskeiset vastuu-toimialaa kuvaavat tiedot, kun seuraavat toimialansa kehitystä.
 - Toimialapäälliköt voisivat olla selkeä kohderyhmä, joka voisi tietoja hyödyntää.
 - Tietyt toimialat, kuten konsultointipalvelut (toimialapäällikkö Timo Metsä-Tokila, Varsinais-Suomen ELY), voisivat olla kiinnostava kohderyhmä materiaalin hyödyntämisen näkökulmasta.
 - Toimialaraporttien lähdeaineistona tulostauluaineistolla voisi olla käyttöä.
- Tulostaulumateriaalin hyödyntämisessä on paljon kysymysmerkkejä
 - Materiaalin julkaisutapa komission sivuilla ei tue tiedon hyödyntämistä Toimialapalvelussa, koska tiedot eivät ole imuroitavissa esim. Toimiala Onlineen.
 - Tulostaulumateriaalin hyödyntäminen edellyttää paljon jatkojalostustyötä.
 - Jotkin osiot tulostaulusta voisivat kuitenkin olla kiinnostavia Toimiala Onlinen näkökulmasta.

- Mahdollisia hyödyntämisen teknisiä toteutustapoja, jos materiaalin hyödyntäminen todetaan tarpeelliseksi
 1. Toimialapalvelu voi selvittää, onko materiaalia saatavissa julkaisemista varten komissiosta sähköisesti ja testata materiaalin käyttöä.
 2. Sisällyttää Toimiala Onlineen metatietokuvaus sekä linkitys komission sivuille.
 3. Toimialaraporttien julkaisun yhteydessä voitaisiin julkaista Hyödylliset linkit -osiossa.
- Tulostauluaineiston hyödyntämisen jatkoselvittelyssä voitaisiin edetä seuraavalla tavalla:
 1. Tulostaulumateriaali esitellään toimialapäälliköille.
 2. Toimialapäälliköt arvioivat, miten tulostaulumateriaalia voitaisiin hyödyntää.
 3. Tulostaulumateriaalin hyödyntämismahdollisuuksia tarkasteltaisiin kehittämis- ja asiakkuusryhmien kokouksissa.
 4. Toimialapalvelu tekee v. 2012 edellisten jälkeen hyödynnettävyydestä tarkastelun.
- Toimialapalvelulla on käytössään resursseja jatkotyöstämiseen, jos tulostaulumateriaalin hyödyntämiseen päädytään.
- Esa Tikkasen suosittelemat tahot, joihin kannattaa ottaa yhteyttä jatkotyössä:
 - Toimialapäällikkö (konsultointipalvelut) Timo Metsä-Tokila, Varsinais-Suomen ELY
 - TEM/Tieto-osasto/Strategia- ja ennakointiyksikkö tutkimusjohtaja Heikki Räisänen

Finpro ry

- Finpron toiminta jakautuu kolmeen sektoriin, joissa tiedontarpeet ovat erilaisia:
 - asiakastoimeksiannot (konsultointi)
 - yleiset maaraportit
 - ohjelmat.
- Haastateltava edustaa asiakastoimeksiantoja kuluttajamarkkinoilla tuottavaa toimintoa, jonka näkökulman kautta arviot esitetty.
- Finpron toiminnasta vähintään 80 % keskittyy bisnes-to-bisnes-toimeksiantoihin. Kehitys on johtamassa enenevässä määrin tähän suuntaan.
- EU-aluetta tunnetaan jo varsin hyvin, tiedon tarve suurempi muilla markkinoilla.
- Edellisen perusteella jo lähtökohtaisesti Finpron toiminnassa kuluttajamarkkinoilla ja sitä koskevalla yleistiedolla on rajattu tarve.
- Arvio kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineiston merkityksestä Finpron asiakastoimeksiantoja käsittelevällä sektorilla:
 - Yleistiedolla on arvoa lähinnä taustatietona.
 - Liiketoiminnan suunnittelussa tulisi päästä askel eteenpäin selittävään tietoon.
 - Toimeksiannoissa kiinnostuksen kohteena on eri markkinoiden vertailutieto.

- Hintatiedot ovat kiinnostavia, jos verrattu tarkasteltavaa markkinaa. Indikaattoritieto ja ostovoimavertailut yleistietona jäävät taustatiedon tasolle, sillä eivät ohjaa päätöksentekoa.
- Asiakastoimeksiannoissa käytettävyys jää pieneksi.
- Maatiedon tuottamisessa hyödynnetään enemmän yleistietoa. Siinä kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineistolla voi olla selkeästi käyttöä. Haastateltava ei pysty arvioimaan asiaa tarkasti, vaan tulisi kysyä maaraportteja tuottavilta analyyttikotiimeiltä.
- Haastateltava ei pysty arvioimaan kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineiston käyttömahdollisuuksia ohjelmasektorilla.

Invest in Finland

- Invest in Finlandin käytössä ei ole ollut tulostauluaineiston tyyppistä jäseneltyä tietoa kuluttajamarkkinoista aiemmin.
 - Tuo selkeästi uutta tietoa, sisältää paljon potentiaalia hyödyntämiseen.
- Invest in Finland näkee materiaalissa paljon mahdollisuuksia hyödyntämiseen .omassa toiminnassaan ja ottaa materiaalin käyttöön välittömästi:
 - Maatiedon tuottamiseen kulutus- ja tuotepuolella
 - Konsultointiin
- Tulostauluaineistossa kiinnostavaa on erityisesti vertailu Suomi vs. muut maat.
- Aineisto antaa mahdollisuuden nähdä kirukkaammin liiketoimintamahdollisuuksia.
 - Kiinnostavia ovat erityisesti hyvät ja huonot sijoitukset.
- Invest in Finlandin resurssien pienuus saattaa haitata tulostaulumateriaalin hyödyntämistä.
 - Hyödyntäminen on pitkälti yksittäisten henkilöiden kiinnostuksen varassa.
 - Pystytäänkö löytämään kiinnostavat asiat ja työstämään omaan käyttöön?
 - Analysointiapua tarvitaan ja pitemmälle työstetty tieto on tarpeen.
 - Lisäarvoa toisi, jos joku analysoisi Suomen lukuja tarkemmin, tekisi johtopäätöksiä ja laatisi siitä yhteenvedon.
 - Käyttäjälähtöinen yhteenvedo Suomea koskevista tuloksista olisi avuksi hyödyntämisessä.
- Invest in Finlandia kiinnostaa erityisesti: mikä on suomalaisen kuluttajan profiili?

2.3 Tietoaineisto tutkimuskäytössä

Kuluttajatutkimuskeskus

- Kuluttajatutkimuskeskuksen näkökulmasta kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineisto on kiinnostava lähdemateriaali. Sisältää laajan kyselyaineiston, jota aikaisemmin ei ole ollut käytössä.

- Kuluttajatutkimuskeskus perehtynyt materiaaliin ja pitää sitä riittävän luotettava tutkimuslähteenä ainakin Pohjoismaiden, UK:n ja Keski-Euroopan vanhojen jäsenvaltioiden tietojen osalta.
- Kuluttajatutkimuskeskuksen kannalta materiaalissa on kiinnostavaa, minkälaista kuvaa se tuo kuluttajakäyttäytymiseen?
 - Sisältää todella ajankohtaista tietoa kuluttajakäyttäytymisestä.
 - Kysymykset ovat hyviä ja avaavat hyvin kuluttajanäkökulmaa.
- Tutkimuksen näkökulmasta on selvitettävä ja arvioitava materiaali vielä tarkemmin, koska komission metodologista lähdeaineistoa ei ole avattu riittävästi.
 - Avattava kysymysten sisältöä enemmän.
 - Miten kysymykset on kohdennettu?
 - Ketkä ovat jättäneet vastaamatta?
- Tulostauluaineiston hyödyntämismahdollisuuksia tutkimuksen näkökulmasta:
 - Voidaan käyttää materiaalia primäärilähdeaineistona.
 - Voidaan hyödyntää materiaalia ylläpitämään julkista keskustelua kuluttaja-asioista:
 - i. voidaan laatia tulkitsevaa aineistoa kansalliseen keskusteluun
 - ii. voidaan hyödyntää aineistoa seminaareissa
 - iii. voidaan tarkastella erillisiä toimialoja.
- Kuluttajatutkimuskeskuksen näkökulmasta aineistoa voidaan tuottaa esim. seuraavilla tavoilla:
 - Säännöllisin väliajoin voitaisiin julkaista tulkitsevia papereita. Näitä voitaisiin yhdistää kansallisiin tietoihin, esimerkiksi kansallisista valitustiedoista saatavaan aineistoon.
 - Materiaalia voisi hyödyntää fokusoidusti jopa politiikkatoimenpiteiden onnistumisen arviointiin, jos on sopiva kohde tarkasteltavaksi.
 - Kuluttajatutkimuskeskuksella on kiinnostusta tehdä konkreettisia hankkeita aineiston pohjalta kiinnostuneille tahoille, esim. TEM:lle.
- Tulostauluaineistoa voidaan käyttää eri tahoilla tutkimushankkeissa:
 - Aineisto sopii hyvin gradun tekijöille. Kuluttajatutkimuskeskus on pohtinut pitemmällä aikajänteellä gradukoulun perustamista, jossa aineisto sopisi hyvin hyödynnettäväksi.
- Komission tulisi aktiivisesti pyrkiä saattamaan aineisto tutkijoiden käyttöön.
 - Aineiston tunnettuisuutta voidaan lisätä tutkimuksen kautta.
 - Seminaarit tutkijoille
 - Aineiston laadun parantuminen
- Virkamieskäyttö + julkinen keskustelu + tutkijakeskustelu => indikaattori-aineiston hyväksyttävyyttä
- Kuluttajatutkimuskeskuksen syksyn tutkimusaihe ”Luottamus” on luonteeltaan yleinen. Tulostauluaineisto tarjoaa uuden lisäaineiston ko. tutkimukseen. Kyseessä on uusi mielipiteitä kartoittava aineisto, jota ei ole aiemmin ollut käytössä. Kokemustietoa koskevaa muuta vastaavaa aineistoa ei ole olemassa.

3. TULOSTAUUAINEISTON HYÖDYNTÄMIS- MAHDOLLISUUKSIA

3.1 Yleisiä näkökohtia tulostauluaineiston hyödyntämiseen TEM-konsernissa

Komission julkaisema kuluttajamarkkinoiden tulostaulu siihen liittyvine aineistoinen muodostaa kokonaan uuden, laajan lähdeaineiston kansalliseen ja eurooppalaiseen kuluttajakäyttötymiseen. Lisäksi tulostauluaineisto sisältää joukon uutta tilastotietoa. Vastaavaa aineistoa ei merkittävästi osin ole aiemmin ollut saatavilla Suomessa. Suomessa kuluttaja-asioista vastaavilla viranomaisilla ja tutkimuslaitoksilla ei myöskään ole käytettävissään resursseja vastaavan aineiston tuottamiseen. Tässä suhteessa tulostauluaineisto on ainutlaatuinen ja merkittävä uusi resurssi hyödynnettäväksi.

Kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineiston tietosisällön hyödyntämisen kannalta on merkityksellistä, että aineiston indikaattorit mittaavat kuluttajien todellisia kokemuksia (evidence-based methodology). Tässä suhteessa aineisto poikkeaa barometriselvitysten lähestymistavasta. Tämän ominaisuuden vuoksi tulostauluaineisto mittareineen sisältää kuluttajien kokemukseen perustuvan palauteaineiston useiden sellaisten viranomaisten työn onnistumiselle, jotka tekevät joko poliittisella tasolla tai valvovana viranomaisena työtä markkinoiden kehittämiseksi ja muuttamiseksi.

Tulostauluaineiston tietosisällöstä ja sen hyödynnettävyydestä esitetyt näkemykset ovat osittain kahdensuuntaisia. Yhtäältä on esitetty arvioita, että aineisto on laadukasta ja sisältää paljon hyödyntämiskelpoista tietoa (Kuluttajavirasto, Kuluttajatutkimuskeskus). Aineistoa on pidetty kelvollisena jopa tutkimuksen primäärilähdeaineistoksi ainakin Pohjoismaiden, Yhdistyneen kuningaskunnan ja Keski-Euroopan vanhojen jäsenvaltioiden osalta. Toisaalta materiaalista on löytynyt muutama Suomea koskeva virhe, kuten kuluttajavalitusten lukumäärästä ja energiamarkkinoiden tunnusluvuista edellä esitetyt esimerkit osoittavat. Tämän vuoksi haastatteluissa on esitetty myös varovaisia kantoja tulostauluaineiston hyödyntämiseen (TEM/työelämä- ja markkinaosasto, Energiamarkkinavirasto). Esimerkiksi valituksia koskevat tiedot toimitetaan Suomesta käsin, ja jatkossa tietojen tarkastamiseen ennen niiden julkaisemista kannattaa kiinnittää huomiota.

Merkittävä havainto on, että tulostauluaineiston hyödyntämiseen on löytynyt työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalta hyvin monipuolisia mahdollisuuksia ja erilaisia kohteita. Selvityksen yhteydessä tehtyjen havaintojen perusteella voidaan arvioida, että kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineistolla on selkeästi laajempia hyödyntämismahdollisuuksia kuin aineiston ydinaluetta olevat yleinen kuluttajapolitiikka ja tuoteturvallisuuspolitiikka. Aineiston hyödyntämismahdollisuuksia on tunnistettu ministeriön eri osastoilta ja eri politiikkalohkoilta (kuluttajapolitiikka, energiapolitiikka, elinkeinopolitiikka), hallinnonalan eri virastoista ja TEM-konsernin osista (Kuluttajavirasto, Turvallisuus- ja kemikaalivirasto, Energiamarkkinavirasto, ELY-keskukset, Invest in Finland, Finpro) sekä tutkimuksesta (Kuluttajatutkimuskeskus). Välttämättä koko hyödyntämispotentiaalia TEM-konsernissa ei ole pystytty havaitsemaan hankkeen kuluessa. Toisaalta hyödyntämismahdollisuudet ovat eritasoisia; toisissa kohteissa mahdollisuudet ovat merkittäviä, toisissa kohteissa suhteellisen vähäisiä.

Energiapolitiikan sektorilta tehtyjen havaintojen pohjalta voidaan arvioida, että aineistoa voitaisiin hyödyntää myös useilla muilla sektoreilla. Merkittäviä hyödyntämismahdollisuuksia voidaan arvioida löytyvän TEM-konsernin ulkopuolelta esimerkiksi sektoriministeriöistä ja -hallinnosta, elinkeinoelämän järjestöistä ja akateemisesta tutkimuksesta.

Tehtyjen haastattelujen perusteella voidaan katsoa, että komission julkaisemasta tulostauluaineistosta on mahdollista muodostua merkittävä uusi tietoaineisto kuluttajapolitiikan ja sektoripolitiikkojen lähde- ja tausta-aineistoksi. Aineiston hyödyntämismahdollisuuksia rajoittaa kuitenkin se, että tietoaineiston hyödyntäminen edellyttää useimmiten jatkojalostusta, mihin saattaa olla vaikea löytää resursseja.

Tulostauluaineisto on suunnattu erityisesti politiikan tekijöiden ja valmistelijoiden käyttöön. Selvityksen yhteydessä tehdyt havainnot ovat yhdensuuntaisia tämän kanssa: aineiston laajimmat hyödyntämismahdollisuudet ovat löytyneet ministeriöistä. Aineisto on tämän lisäksi merkittävä myös kuluttajaviranomaisille sekä kuluttajatutkimusta tekeville tahoille. Sen sijaan aineiston varsinaiselle kohderyhmälle – kuluttajille – aineistolla arvioidaan olevan käyttöä lähinnä kuluttajia edustavien järjestöjen kautta. Suoria hyödyntämismahdollisuuksia aineistolle ei kuluttajien osalta ole tullut esille.

Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun tietosisällön hyödyntäminen voidaan selvityksen perusteella ryhmitellä kolmeen pääryhmään: 1) aineiston hyödyntäminen toiminnan suunnittelussa, ohjauksessa ja seurannassa, 2) tietoaineiston sisältämän markkina- ja toimialatiedon hyödyntäminen toimialatietoa tuottavien yksiköiden tuottaman tiedon lähdeaineistona sekä 3) tietoaineiston hyödyntäminen tutkimuskäyttöön. Näiden ryhmien sisällä on lisäksi todettu erilaisia hyödyntämistapoja.

Hankkeen yhteydessä haastatellut kohteet, kohteille esitetty tulostauluaineiston potentiaalinen hyödyntämisenäkökulma sekä arvio tulostauluaineiston hyödyntämismahdollisuuksista kohteessa ilmenevät seuraavasta taulukosta:

Kohde	Tulostauluaineiston potentiaalinen hyödyntämisenäkökulma	Potentiaalisen hyödyntämisenäkökulman haastateltavalta saama kannatus
TEM/Työelämä- ja markkinaosasto	1) Tietoaineiston yleiset hyödyntämismahdollisuudet ja ministeriön tavoitteet. 2) Tietoaineiston hyödyntäminen elinkeinopoliittisessa vaikuttamisessa, toiminnan ohjaamisessa, suunnittelussa ja seurannassa	+++ +++
Kuluttajavirasto	Tietoaineiston hyödyntäminen 1) toiminnan suuntaamisessa, 2) valvonnassa ja toimialojen kanssa tehtävässä yhteistyössä näiden liiketoimintaprosessien kehittämiseksi, 3) tulostauluna	+++ +++ +++
TEM/energiaosasto	Energia-alaa koskevien indikaattorien hyödyntäminen tulostauluksessa	++
Energiamarkkinavirasto	Energia-alaa koskevien indikaattorien hyödyntäminen tulostauluksessa	+
Turvallisuus- ja kemikaalivirasto	Tuoteturvallisuutta koskevien tietojen hyödyntämismahdollisuudet	+++
Kilpailuvirasto	1) Tietoaineiston hyödyntäminen toiminnan suunnittelussa ja seurannassa. 2) Mahdollisuudet hyödyntää toimialatietoa evidenssinä kilpailuvalvonnassa	- -
TEM/Tieto-osasto/Toimialapalvelu	1) Tulostaulun tietoaineiston saattaminen hallinnon, toimialajärjestöjen ja yritysten saataville 2) Toimialatiedon hyödyntäminen	+ +
Finpro ry	Jäsenvaltioita koskevan toimialatiedon hyödyntäminen kansainvälistyvissä yrityksissä	+
Invest in Finland	Suomea koskevan toimialatiedon hyödyntäminen Suomeen etabloituvissa yrityksissä	+++
Kuluttajatutkimuskeskus	1) Tietoaineiston hyödyntäminen kansallisessa tutkimuksessa 2) tietoaineiston jalostaminen / tuotteistaminen hyödynnettäväksi yhteiskunnallisessa vaikuttamisessa	+++ +++

3.2 Tulostauluaineisto toiminnan suuntaamisessa

Komission tavoitteena kuluttajamarkkinoiden tulostaulun laatimiselle ja julkaisemiselle on ollut tuottaa erityisesti uutta numeerista tietoa kuluttajien asemasta poliittisen päätöksenteon tueksi. Tulostauluaineiston merkittävin hyödyntämismahdollisuus TEM:n hallinnonalalta löytyy tehtyjen havaintojen perusteella kuluttajapolitiikan toimenpiteiden suunnittelusta ja suuntaamisesta sekä toimenpiteiden vaikuttavuuden seuraamisesta.

Selvityksen perusteella voidaan katsoa, että aineiston keskeisin käyttökohde hallinnonalalla tulisi olla kuluttajapolitiikan suunnittelu ja kuluttajien asemaan vaikuttavien toimenpiteiden suuntaaminen. Tulostauluaineisto sisältää paljon erilaista tietoa, jota voidaan hyödyntää yleisen kuluttajapolitiikan valmistelussa. Tämän vuoksi taho, jonka voidaan arvioida saavan aineistosta eniten käyttövoimaa toiminnalleen, on kuluttajapolitiikasta vastaava ministeriön työelämä- ja markkinaosasto. Haastatteluissa on nostettu esille muun muassa seuraavia hyödyntämismahdollisuuksia:

- I. Tulostauluaineiston hyödyntäminen uuden kuluttajapolitiittisen ohjelman valmistelussa.
Tulostauluaineisto tarjoaa mahdollisuuden hyödyntää ohjelmassa aikaisempaa laaja-alaisempia ongelmakekskeisiä ja useita hallinnonaloja kattavia lähestymistapoja.
- II. Tulostauluaineiston hyödyntäminen kuluttaja-asiain neuvottelukunnan toiminnassa.
Säännöllisesti kaksi kertaa vuodessa julkaistava kuluttajamarkkinoiden tulostaulu tarjoaa jatkossa materiaalia esimerkiksi kuluttaja-asiain neuvottelukunnan käsiteltäväksi.
- III. Tulostauluaineiston hyödyntäminen politiikan vaikuttavuustavoitteiden asettamisessa sekä kuluttaja- ja tuoteturvallisuusviranomaisten ohjauksessa.
Tulostauluaineistoon sisältyviä mittareita ja muita tietoja voidaan hyödyntää työ- ja elinkeinoministeriön politiikkalohkojen vaikuttavuustavoitteiden asettamisessa sekä työelämä- ja markkinaosaston tulohjauksessa olevien yksiköiden ohjauksessa ja niiden toiminnan tuloksellisuuden arvioinnissa. Osaston tulohjauksessa ovat muun muassa Kuluttajavirasto, Kuluttajatutkimuskeskus sekä Turvallisuus- ja kemikaalivirasto. Sekä ministeriö että sen ohjauksessa olevat yksiköt ovatkin aloittaneet tulostauluaineiston ja siihen sisältyvien indikaattoreiden hyödyntämisen tässä tarkoituksessa.

Ministeriössä tulostauluaineistoa voidaan hyödyntää tulohjaukseen yleisen kuluttajapolitiikan ja tuoteturvallisuuspolitiikan lisäksi myös energiapolitiikan sektorilla. Ministeriön energiaosasto ja sen tulohjauksessa oleva Energiamarkkinavirasto ovat projektin⁴ yhteydessä alkaneet selvittää sähköhuoltopalveluita koskevan MPI-luvun käyttöönottamista sähkön vähittäismarkkinoiden toimivuutta kuvaavana yhtenä indikaattorina.

⁴ Projektivastaava toimii työ- ja elinkeinoministeriössä Energiamarkkinaviraston tulohjajaajana.

Jäljempänä esitetään erikseen esimerkkejä tulostauluaineiston tunnuslukujen toteutuksessa olevista ja mahdollisista uusista hyödyntämismahdollisuuksista yhteiskunnallisten vaikuttavuustavoitteiden asettamisessa ja seurannassa.

Edellä esitetyn lisäksi tulostauluaineistosta on mahdollista tehdä suoria havaintoja, joiden perusteella viranomaiset voivat suunnitella ja suunnata toimenpiteitään esimerkiksi markkinoilla havaittujen epäkohtien selvittämiseksi ja poistamiseksi. Kuluttajavirasto on hyödyntänyt toiminnassaan tulostauluaineistoa tällä tavoin. Työ- ja elinkeinoministeriön työelämä- ja markkinaosasto on puolestaan pitänyt tärkeänä, että kuluttaja- ja sektori- viranomaiset pyrkisivät selvittämään niitä syitä, joita huonoja mittaustuloksia saaneilla markkinoilla on mittaustulosten taustalla.

3.3 Esimerkkejä kuluttajamarkkinoiden tulostaulun tunnuslukujen käytöstä

Valtionhallinnon tulosohjausmenettelyn johdosta monet viranomaiset keräävät tunnuslukutietoja oman toimintansa menestyksestä ja onnistumisesta erilaisten sidosryhmähaastatteluiden kautta. Kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineiston indikaattorit mittaavat kuluttajien todellisia kokemuksia sellaisten markkinoiden toimivuudesta, joilla kuluttajat itse toimivat. Tämän ominaisuuden vuoksi tulostauluaineisto mittareineen sisältää kuluttajien kokemukseen perustuvan palauteaineiston useiden sellaisten viranomaisten työn onnistumiselle, jotka tekevät joko poliittisella tasolla tai valvovana viranomaisena työtä markkinoiden kehittämiseksi ja muuttamiseksi. Tulostauluaineiston mittarit ovat tämän vuoksi kiinnostavia käytettäväksi viranomaisten toiminnan yhteiskunnallisen vaikuttavuuden mittaamisessa.

Hankkeen kuluessa on tullut esille useita erilaisia mahdollisuuksia hyödyntää kuluttajamarkkinoiden tulostaulun tunnuslukuaaineistoa yhteiskunnallisen vaikuttavuuden tavoitteiden asettamiseen ja seurantaan sekä työ- ja elinkeinoministeriössä että hallinnonalan muissa virastoissa.

1. Työ- ja elinkeinoministeriön konsernistrategiassa 6.9.2011 on kirjattu tavoitteeksi muun muassa *rakenteellisten kilpailun esteiden poistaminen*. Ministeriö on nostanut konsernistrategiansa seurannan mittareiksi kuluttajamarkkinoiden tulostaulun CCI-indeksiin (CCI kasvaa – arvo 66 vuonna 2010) sekä MPI-indikaattorin (palvelut ja ongelmallisimmiksi osoittautuvat toimialat).
2. Vuoden 2012 talousarvioesityksen valmisteluun liittyen työ- ja elinkeinoministeriö on asettanut alustavasti yritysten toimintaympäristö, markkinoiden sääntely ja työelämä –tulosalueelle strategisista lähtökohdista johdetuksi yhteiskunnalliseksi vaikuttavuustavoitteeksi muun muassa seuraavan tavoitteen:
Kuluttajien asema on turvallinen, ja kuluttajat sekä yrittäjät luottavat markkinoiden toimivuuteen.
 - Kuluttajamarkkinoiden tulostaulun Consumer Conditions Index -mittarin voidaan arvioida soveltuvan suoraan kysymyksessä olevan vaikuttavuustavoitteen kehityksen mittaamiseen.
3. Kuluttajaviraston tarkoituksena on jatkossa ottaa kuluttajamarkkinoiden tulostaulun mittaristo käyttöön tulosohjauksessa viraston yhteiskunnallisen vaikuttavuuden arvioinnissa (CCI ja sen komponentit, MPI ja sen komponentit).

4. Turvallisuus- ja kemikaalivirasto on haastattelussa todennut, että CCI-indikaattorin tuoteturvallisuuteen liittyvät komponentit ovat hyvin samanlaisia kuin Tukesin itse keräämät tunnusluvut. Tulostaulun tuoteturvallisuutta kuvaavat indikaattorit ovat periaatteessa lähes kaikilta osin Tukesin hyödynnettävissä, sillä indikaattorit kohdistuvat siihen, mitä Tukes tekee. Tämän vuoksi Tukes voi harkita omien indikaattoriensa korvaamista komission keräämillä indikaattoreilla.
5. Tukesin strategiassa on nykyisin tavoitteena myös olla kansainvälisesti huipulla tuoteturvallisuusvalvonnassa. Myös EU-maiden välinen vertailutieto on tämän vuoksi kiinnostavaa Tukesin näkökulmasta. Muita vastaavia tunnuslukuja ei ole käytössä ja sellaisia on vaikea saada muulla tavoin käyttöön.
6. Vuoden 2012 talousarvioesityksen valmisteluun liittyen työ- ja elinkeinoministeriö on asettanut alustavasti energiapolitiikan tulosalueelle strategisista lähtökohdista johdetuksi yhteiskunnalliseksi vaikuttavuustavoitteeksi muun muassa seuraavan tavoitteen: *Energiamarkkinat toimivat hyvin*. Vaikuttavuustavoitteen toteutumista on seurattu sähkön vähittäismarkkinoiden osalta seuraavalla mittarilla: *Sähkökäyttäjät ovat aktiivisia, myyjää vaihtaneiden osuus asiakkaista/vuosi, vuoden 2012 tavoitearvo: > 7,0*. Vastaava tulostavoite ja sen mittari on ollut käytössä Energiamarkkinaviraston tulossopimuksessa usean vuoden ajan.
 - Hankkeen yhteydessä on alustavasti keskusteltu, että sähköhuolto-palveluita koskeva MPI-luku otettaisiin nykyisten tunnuslukujen rinnalla käyttöön vuoden 2012 tulostuloksessa (Energiamarkkinavirasto) ja 2013 talousarviossa (TEM, Energiamarkkinavirasto). Haastattelun yhteydessä on arvioitu, että MPI-indikaattoriin liittyvän haastattelututkimuksen yhteydessä kuluttajille esitetyt kysymykset liittyvät kaikilta osin sähkön vähittäismarkkinoihin energiaosaston näkökulmasta merkityksellisellä tavalla. Tunnuslukua voitaisiin tämän vuoksi hyödyntää tavoiteasetannassa sekä talousarvion pääluku- että EMV-tasolla. MPI-arvoa voitaisiin käyttää vaikuttavuustavoitteena ja sen mittarina esimerkiksi seuraavasti: *Sähköhuoltopalveluja koskeva MPI-arvo kasvaa (arvo 75,0 v. 2010)*.

3.4 Tietoaineisto markkina- ja toimialatiedon lähdeaineistona

Eripuolilla TEM-konsernia kerätään, analysoidaan ja jatkojalostetaan monimuotoista markkina- ja toimialakohtaista tietoa elinkeinopolitiikan, eri tehtäviä hoitavien viranomaisten ja viranomaistehtäviä hoitavien organisaatioiden sekä yritysten tarpeisiin. Hankkeen yhteydessä on haastateltu ministeriön Toimialapalvelun, Invest in Finlandin sekä Finpron edustajia tulostauluaineiston julkaisemis- ja hyödyntämismahdollisuuksista näissä organisaatioissa.

Kuluttajamarkkinoiden tulostaulussa julkaistaan vuosittain kuluttajakäyttäytymistä sekä kuluttajien arvioita 50 eri hyödyke- ja palvelumarkkinalta sekä Suomessa että muissa EU:n jäsenvaltioissa ja Norjassa koskevaa tietoaineistoa, jota ei ole muulla tavoin saatavissa. Selvityksen johtopäätöksenä voidaan katsoa, että tätä markkina- ja toimiala-

tietoa olisi mahdollista hyödyntää lähdeaineistona eri puolilla TEM-konsernia, kun siihen kuuluvat organisaatiot tuottavat tehtäviinsä liittyvää markkina- ja toimialatietoa.

Ministeriön Toimialapalvelun haastattelun yhteydessä on havaittu, että tulostauluaineistoa olisi mahdollista hyödyntää lähdeaineistona esimerkiksi ministeriön toimialapäällikköjen laatimissa toimialaraporteissa. Tulostauluaineistossa on markkina- ja toimialakohtaista tietoa kuluttajanäkemyksistä ja -käyttäytymisestä useilta sellaisilta toimialoilta, joille Toimialapalvelussa on nimetty toimialapäällikkö.

Ministeriön työelämä- ja markkinaosasto on esittänyt tavoitteen, että kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineisto tulisi saattaa nykyistä paremmin elinkeinoelämän ja yritysten saataville. Myös projektivastaavalle on selvitystyön kuluessa muodostunut näkemys, että tulostauluaineisto sisältää siinä määrin merkittävää markkina- ja toimialakohtaista tietoa, että tulisi etsiä aktiivisesti mahdollisimman hyvä kanava laajentaa tulostauluaineiston jakelua siten, että se tavoittaisi nykyistä laajemmin paitsi viranomaiset, myös elinkeinoelämän järjestöt ja yritykset.

Selvityksen yhteydessä on haastateltu ministeriön Toimialapalvelua sen selvittämiseksi, voisiko tulostauluaineistoa julkaista Toimiala Onlineen kautta. Tämä ensimmäinen kontakti on jäänyt käytettävissä olleen ajan vuoksi hyvin alustavaksi. Haastattelussa on identifioitu useita erilaisia vaihtoehtoja julkaista tulostauluaineistoa, mutta myös merkittäviä teknisiä ongelmia ja epävarmuuksia. Näiden selvittäminen edellyttää merkittävää lisätyötä. Projektivastaavan arvio on, että nimenomaan Toimiala Online olisi potentiaalisin väline haluttaessa saattaa tulostauluaineisto nykyistä laajemmin elinkeinopolitiikkaa toteuttavien viranomaisten sekä erityisesti kuluttajamarkkinoilla toimivien pkt-yritysten hyödynnettäväksi. Suurilla yrityksillä arvioidaan sen sijaan olevan riittävästi resursseja hyödyntää tulostauluaineistoa komission julkaisun pohjalta edellyttäen, että aineiston olemassaolo on ensin havaittu.

Ministeriön lisäksi markkina- ja toimialatiedon hyödyntämistä on selvitetty Invest in Finlandissa ja Finprossa.

Tulostauluaineisto on herättänyt merkittävästi kiinnostusta Suomeen etabloitumassa olevia yrityksiä palvelevassa Invest in Finlandissa, sillä Invest in Finlandin käytössä ei ole ollut aiemmin tulostauluaineiston tyyppistä jäseneltyä tietoa kuluttajamarkkinoista. Yksikkö onkin arvioinut, että tulostauluaineisto tuo sen käyttöön selkeästi uutta tietoa kuluttajamarkkinoista. Invest in Finland on tämän vuoksi nähnyt materiaalisia paljon hyödyntämismahdollisuuksia omassa toiminnassaan. Tulostauluaineistossa kiinnostavaa Invest in Finlandille on erityisesti mahdollisuus vertailla Suomea muihin maihin. Kiinnostavia ovat erityisesti Suomen hyvät ja huonot sijoitukset. Aineisto antaa mahdollisuuden nähdä kirkkaammin liiketoimintamahdollisuuksia. Invest in Finland on kertonut ottavansa tulostauluaineiston käyttöön lähdeaineistona kuluttajamarkkinoita koskevan maatiedon tuottamisessa sekä yksikön tuottamissa konsultointipalveluissa.

Finprossa tulostauluaineistolla arvioidaan olevan käyttöä lähdeaineistona yleisluontoista maatietoa tuottavissa yksiköissä. Haastattelun kohteeksi valikoituneen Finpron konsultointitoiminnan näkökulmasta tulostauluaineiston sisältö jäänee sen sijaan siinä määrin yleisluontoiseksi, että aineiston hyödyntämismahdollisuudet konsultointitoimeksiannoissa jäävät varsin vähäisiksi.

Kolmas keskeinen käyttötarkoitus kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineistolle on löydettävissä tutkimuksen lähdemateriaalina. Tulostauluaineisto sisältää laajan kuluttajien kokemuksia kuvaavan kyselyaineiston, jollaista ei ole ollut aiemmin käytettävissä. Suomea koskevan aineiston otos on 500 kappaletta. Kuluttajatutkimuskeskus on arvioinut aineiston kelvolliseksi tutkimuksen primäärilähdeaineistoksi ainakin Pohjoismaiden, Yhdistyneen kuningaskunnan ja Keski-Euroopan vanhojen jäsenvaltioiden osalta.

Kuluttajatutkimuskeskus on haastattelussa arvioinut käyttävänsä jatkossa aineistoa monella tavalla tutkimustyössään. Keskus on arvioinut, että aineisto pitää sisällään hyvin ajankohtaista tietoa kuluttajakäyttäytymisestä. Keskus on myös arvioinut kyselyn lähestymistavan kuluttajien kokemuksiin hyvin toteutetuksi. Keskus on kuitenkin katsonut, että komissio ei ole riittävästi avannut aineiston tutkimusmetodologiaa. Tämän vuoksi tulostauluaineiston hyödyntäminen tutkimuskäyttöön edellyttää myös komission tuottaman aineiston metodologista arviointia.

Kuluttajatutkimuskeskus on arvioinut ottavansa kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineiston käyttöön lähdeaineistona omassa perustutkimustyössään. Keskus on lisäksi todennut, että keskus on kiinnostunut hyödyntämään tulostauluaineistoa asiakaslähtöisiin käytännönläheisiin tilaustutkimuksiin.

Kuluttajatutkimuskeskus on hankkinut komissiolta tulostaulun raakadatan käyttöönsä.

Kuluttajatutkimuskeskuksen suorittaman tutkimuksen lisäksi tulostauluaineisto sopii yleiseen akateemiseen tutkimuskäyttöön. Kilpailuvirasto on nostanut esille ajatuksen kilpailupolitiikassa ja kuluttajapolitiikassa käytettäviä mittareita yhdistävästä tutkimusaiheesta. Edelleen tulostauluaineistoa voidaan hyödyntää esimerkiksi lähdeaineistona tutkimusseminaareissa sekä yliopistokoulutuksessa.

3.5 Tulostauluaineiston käyttömahdollisuuksia muilla hallinnonaloilla ja elinkeinoelämässä

Selvitystyö on koskenut kuluttajamarkkinoiden tulostaulun hyödyntämistä työ- ja elinkeinoministeriön hallinnonalalla. Tulostauluaineiston hyödyntäminen muilla hallinnonaloilla on rajattu hankkeen ulkopuolelle. Hankkeen yhteydessä on kuitenkin voitu todeta, että tulostauluaineistolla olisi laajoja hyödyntämismahdollisuuksia muissa ministeriöissä ja muilla sektoreilla. Tältä osin energiasektoria koskeva kuvaus muodostaa yhden esimerkin siitä, miten tulostaulua voitaisiin hyödyntää muilla sektoreilla. Työ- ja elinkeinoministeriön työelämä- ja markkinaosasto on pitänyt tärkeänä, että kuluttaja- ja sektoriviranomaiset pyrkisivät selvittämään niitä syitä, joita huonoja mittaustuloksia saaneilla markkinoilla on mittaustulosten taustalla.

Kuluttajamarkkinoiden tulostaulussa on julkaistu MPI-tunnuslukuja esimerkiksi seuraavien ministeriöiden toimialaan kuuluvilta markkinoilta:

Ministeriö	Markkina, jolta julkaistu MPI-tunnusluku
Liikenne- ja viestintäministeriö	Raitiovaunu-, bussi-, metropolvelut Lentoliikennepalvelut Junapalvelut Postipalvelut Kiinteät puhelinpalvelut Matkapuhelinpalvelut Internetpalvelut
Valtiovarainministeriö	Luotot, asuntolainat ja luottokortit Käyttötili Pankkien sijoitus-, eläke- ja vakuutuspalvelut
Sosiaali- ja terveysministeriö	Alkoholiuomat Kahvilat, baarit ja ravintolat Henkilökohtaiset hoitopalvelut Hammaslääkäripalvelut Käsikauppalääkkeet Ajoneuvovakuutukset Kotivakuutukset
Maa- ja metsätalousministeriö	Vesihuoltopalvelut
Sisäasiainministeriö	Rahapeli- ja arpajaispalvelut

Myös kuluttajansuojalainsäädännöstä vastaavan oikeusministeriön arvioidaan hyötyvän tulostauluaineistosta.

Selvitystyön ulkopuolelle on rajattu myös tulostauluaineiston hyödyntäminen elinkeinoelämän järjestöissä, koska työ- ja elinkeinoministeriön työelämä- ja markkinaosastolla on ollut käynnissä tähän liittyvä oma hankkeensa. Elinkeinoelämän järjestöjen voidaan arvioida olevan kiinnostuneita tulostauluaineistosta sen sisältämän markkina- ja toimialatiedon vuoksi.

3.6 Tulostauluaineiston hyödyntämisen esteitä

Kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineistossa on sen julkaisuaikana sekä tämän selvityshankkeen kuluessa havaittu joitakin puutteita, jotka joko hankaloittavat aineiston hyödyntämistä taikka heikentävät luottamusta aineiston laatuun. Nämä puutteet voidaan jakaa aineistossa havaittuihin suoranaisiin virheisiin sekä aineiston hyödynnettävyyttä vähentäviin puutteisiin.

Aineistossa havaitut virheet

Syksyllä 2010 julkaistussa tulostauluaineistossa havaittiin virheellinen arvo Suomessa tehtyjen kuluttajavalitusten määrässä. Komission julkaisemaksi kuluttajavalitusten määräksi vuonna 2009 oli kirjattu 273 000 valitusta. Tämän arvon seurauksena Suomessa olisi asukaslukuun suhteutettuna tehty toiseksi eniten kuluttajavalituksia koko unionin alueella. Komission julkaisema kuluttajavalitusten määrä on yli kaksinkertainen

kuluttajaviranomaisten rekisteröimien varsinaisten valitusten (99 000) ja kuluttajaneuvojille tehtyjen yhteydenottojen (25 000) kokonaismäärän kanssa.

Selvityksen yhteydessä todettiin keväällä 2011 julkaistussa kaasuhuoltopalveluita (englanniksi network gas) koskevassa MPI-arvossa olevan mukana myös maakaasun toimittajan vaihtaminen. Suomessa maakaasun toimittajan vaihtaminen ei verkko- maakaasun osalta ole mahdollista. Kaasuhuoltopalveluita koskeneisiin kysymyksiin vastanneiden määrä 69/500 kappaletta on lisäksi ollut korkea, jos otetaan huomioon se, että maakaasua käyttäviä kuluttaja-asiakkaita on Suomessa vain noin 34 000 kappaletta ja, että maakaasun kotitalouskäyttö rajoittuu lähes yksinomaan Helsinkiin ja Haminaan. Todennäköistä on, että osa haastatelluista on luullut vastaavansa pulloissa myytävää nestekaasua koskeviin kysymyksiin.

Edellä kuvattujen tulostauluaineiston virheiden havaittiin haastatteluissa selvästi nostavan tulostauluaineiston potentiaalisten hyödyntäjien (työ- ja elinkeinoministeriön työelämä- ja markkinaosasto, Energiamarkkinavirasto) kynnystä hyödyntää tulostauluaineistoa omassa toiminnassaan.

Toisaalta aineistoon parhaiten perehtyneet Kuluttajavirasto ja Kuluttajatutkimuskeskus puolestaan katsoivat aineiston olevan laadultaan hyvää ja, että yksittäisten virheiden ei tulisi antaa liikaa vaikutusta aineiston hyödyntämiseen. Kuluttajavirasto ja Kuluttajatutkimuskeskus myös katsoivat, että havaitut virheet voidaan korjata aineistosta viimeistään myöhemmin ilmestyvissä julkaisuissa.

Haastattelujen johtopäätöksenä voidaan katsoa, että tulostauluaineiston hyödynnettäväksi ottamisen kannalta on tärkeää, että aineiston sisältöön voidaan riittävästi luottaa. Tämä edellyttää sitä, että havaitut virheet raportoidaan nopeasti komissioon ja, että komissio korjaa sille raportoidut virheet aineistosta. Toinen tärkeä toimenpide on, että kansallisten viranomaisten vastuulla olevat tulostauluaineistoon vaikuttavat raportointimenettelyt organisoidaan siten, että kansalliset tiedot toimitetaan oikeassa muodossa ja oikea-aikaisesti aineistoa kokoavalle komissiolle.

Tulostauluaineiston hyödynnettävyyttä heikentävät puutteet

Tulostauluaineiston hyödynnettävyyden keskeinen puute on se, että aineisto on julkaistu teknisesti sellaisessa muodossa, että aineistoa on työlästä hyödyntää. Käytännössä aineisto on ainoastaan luettavissa komission internetsivuilla sekä tulostettavissa sieltä paperitulosteina. Aineiston hyödyntämistä helpottaisi olennaisesti, mikäli aineistoa voitaisiin imuroida internetin kautta tavanomaisiin toimisto-ohjelmistoihin kuten taulukkolaskenta-, tekstinkäsittely- ja kuvienkäsittelyohjelmistoihin. Kyselytutkimusten raakadata tulisi olla myös suhteellisen helposti tutkijoiden saatavilla, jotta aineistoa voitaisiin käyttää laajamittaisesti tutkimustyössä.

Toinen haastatteluissa yleisesti esille nostettu tulostauluaineiston hyödyntämistä rajoittava puutteellisuus on ollut aineiston eräänlainen vaikeaselkoisuus sekä tiedon suuri määrä, jotka ovat muodostaneet kynnyksen hyödyntää tulostauluaineistoa. Voidaan arvioida, että potentiaalisten aineiston hyödyntäjien on ollut vaikeata saada otetta aineistosta. Tämän vuoksi useat haastateltavat ovat ehdottaneet, että aineistosta tulisi saada käyttöön jatkojalostettua tulkintamateriaalia, jonka hyödyntäminen olisi alkuperäisaineistoa helpompaa. Tällaisia näkemyksiä ovat esittäneet sekä tahot, jotka tuntevat tulostauluaineistoa jo ennestään että tahot, jotka tutustuivat aineistoon hankkeen kuluessa ensimmäistä kertaa. Viimeksi mainittuun ryhmään kuuluvien haastateltujen kommenttia

voidaan pitää ymmärrettävänä haastatteluasetelman johdosta. Yllättävämpi havainto oli, että vastaavia näkemyksiä esitettiin myös ministeriön työelämä- ja markkinaosaston sekä Kuluttajaviraston taholta. Tämän perusteella tulostauluaineiston hyödyntämistä koskevassa jatkotyössä hyvin keskeiselle sijalle nousee sen miettiminen, miten aineistosta saadaan nykyistä paremmin tietoa irti potentiaalisten käyttäjien hyödynnettäväksi.

4. EHDOTUS JATKOTOIMENPITEIKSI

Projektitehtävissä pyydettiin tekemään ehdotus siitä, miten TEM/TMO/Kuluttajapolitiikka ja tekninen lainsäädäntö -yksikkö voisi tämän projektin jälkeen jatkaa tulostauluaineiston tunnettuuden edistämistä yhdessä Kuluttajaviraston ja Kuluttajatutkimuskeskuksen kanssa. Nämä kohteet tulivat selvitystyön aikana esille:

- Kuluttajapolitiikasta ja tuoteturvallisuudesta vastaavat viranomaiset voivat hyödyntää aineistoa monin eri tavoin, ja ne voivat myös osallistua ja vaikuttaa aineiston tuottamiseen yhdessä komission kanssa. TEM/TMO/Kuluttajapolitiikka ja tekninen lainsäädäntö -yksikkö vastaa tulostauluaineiston ilmestymispäivien tiedottamisesta ja ensimmäisen vaiheen uutisoinnista, joten aineisto tarjoaa myös ministerille mahdollisuuden profiloitua jollakin kuluttajapolitiikan teemalla. Koska aineisto on hyvin laaja, olisi tarkoituksenmukaista, että ministeriö koordinoisi aineistoon perehtymistä ja hyödyntämistä eri toimijoiden kesken.
- Tulostauluaineisto kannattaa saattaa sektoriministeriöiden ja -hallinnon käyttöön. Selvityksessä on arvioitu, että useat sektorimarkkinoiden sääntelystä vastaavat ministeriöt sekä valvontaviranomaiset ovat TEM-konsernin lisäksi niitä tahoja, jotka hyötyisivät kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineistosta. Tähän ryhmään kuuluvat ainakin oikeusministeriö, liikenne- ja viestintäministeriö, valtiovarainministeriö, sosiaali- ja terveysministeriö, maa- ja metsätalousministeriö sekä sisäasiainministeriö.
- Tietoaineiston hyödyntäminen markkina- ja toimialatiedon lähdeaineistona. Kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineisto sisältää siinä määrin merkittävää markkina- ja toimialakohtaista tietoa, että tulisi etsiä aktiivisesti mahdollisimman hyvä kanava laajentaa tulostauluaineiston jakelua siten, että se tavoittaisi nykyistä laajemmin paitsi viranomaiset, myös elinkeinoelämän järjestöt ja yritykset. Selvityksen yhteydessä on arvioitu, että Toimiala Online olisi potentiaalisin väline haluttaessa saattaa tulostauluaineisto nykyistä laajemmin elinkeinopolitiikkaa toteuttavien viranomaisten sekä erityisesti kuluttajamarkkinoilla toimivien pkt-yritysten hyödynnettäväksi. Tästä kannattaa kuitenkin tarkemmin keskustella TEM/tieto-osaston kanssa.
- Muut TEM-konsernin yksiköt, jotka ovat kiinnostuneet hyödyntämään tulostauluaineistoa. Hankkeen yhteydessä on paikallistettu TEM-konsernista yksiköitä, jotka ovat olleet kiinnostuneita kuluttajamarkkinoiden tulostauluaineiston hyödyntämisestä toiminnassaan (Energiamarkkinavirasto, Invest in Finland), mutta joille sen merkitys arvioidaan melko pieneksi. Tällaisille yksiköille ehdotetaan säännöllisesti ilmestyvän aineiston hyödyntämisen varmistamiseksi, että ne nimeäisivät organisaatiostaan vastuuhenkilön seuraamaan tulostauluaineistoa sekä levittämään tarpeen mukaan sitä koskevaa tietoa organisaatiossaan.

Hankkeen aikana tehdyt haastattelut:

- 6.9.2011 TEM/Työelämä- ja markkinaosasto/Kuluttajapolitiikka ja tekninen lainsäädäntö -yksikkö: kaupallinen neuvos Tomi Lounema, kaupallinen neuvos Ilkka Cantell, neuvotteleva virkamies Eeva-Liisa Koltta-Sarkanen
- 7.9.2011 Kuluttajavirasto: ylijohtaja Anja Peltonen
- 7.9.2011 TEM/Työelämä- ja markkinaosasto: kaupallinen neuvos Tapio Laamanen
- 14.9.2011 Energiamarkkinavirasto: ylijohtaja Riku Huttunen, ryhmäpäällikkö Antti Paananen, johtava asiantuntija Pernilla Wasström
- 15.9.2011 Invest in Finland: marketing communications manager Maria Arruda, senior business development director Hanna Lankinen
- 16.9.2011 TEM/Energiaosasto: teollisuusneuvos Arto Lepistö, teollisuusneuvos Sirkka Vilkamo, suunnittelija Sinikka Teirilä
- 19.9.2011 TEM/Tieto-osasto/Toimialapalvelu: neuvotteleva virkamies Esa Tikkanen
TEM/Energiaosasto: ylitarkastaja Hanne Siikavirta
- 21.9.2011 Turvallisuus- ja kemikaalivirasto: yli-insinööri, ryhmäpäällikkö Mikko Moisio
- 21.9.2011 Kilpailuvirasto: johtaja Martti Virtanen, erikoistutkija Tom Björkroth, erikoistutkija Liisa Vuorio
- 23.9.2011 Kuluttajatutkimuskeskus: tutkimusjohtaja Päivi Timonen
- 3.10.2011 Finpro ry: toimialajohtaja Esa Wrang



KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS

Kaikukatu 3, 00530 Helsinki
PL 5, 00531 Helsinki
Puh. 010 605 9000
Faksi (09) 876 4374
www.kuluttajatutkimuskeskus.fi