

18.9.2000

## Kuluttajatutkimuskeskuksen visio 2010

### KTK TEKEE YHTEISKUNNALLISESTI MERKITTÄVÄÄ JA LAADUKASTA KULUTTAJATUTKIMUSTA

#### Visio- ja strategiatyöskentelyn tausta

Visiosta on pidetty kaksi työseminaaria koko henkilökunnan kanssa. Sidosryhmät osallistuivat vision kehittämiseen 7.9. 2000 järjestetyssä työseminaarissa. Oheinen visioehdokka on valmisteltu edellä mainittujen pohjalta johtoryhmässä jatkotyöskentelyn pohjaksi.

Visio on laadittu siten, että sen kautta on mahdollista kehittää ja uudistaa KTK:n kahta ydinprosessia eli tutkimusta ja tietopalvelua.

Visiosta on johdettu viisi laajaa tavoitetta, jotka pitäisi saavuttaa vuoteen 2010 mennessä. Kunkin tavoitteen kohdalla on pohdittu kriittisiä menestystekijöitä eli asioita, joissa on ehdottomasti onnistuttava, jotta tavoite voidaan saavuttaa.

#### Tavoite 1.

*KTK on kansallisesti kilpailukykyinen ja kansainvälisesti tunnustettu kuluttajien hyvinvointia edistävä tutkimuslaitos seuraavilla osaamisalueilla:*

- Kuluttajat ja kotitaloudet arkipäivän toimijoina
- Yritykset ja muut organisaatiot käyttäjälähtöisyyden kehittäjinä
- Yhteiskunnan ja markkinoiden rakenteet ja prosessit kuluttajan toimintaympäristön muokkaajina

Tutkimus perustuu sosiaali- ja käyttäytymistieteiden, sovelletun talous- ja yhteiskuntatieteellisen tutkimuksen, elintarviketieteiden, yhteiskuntatieteellisen teknologiatutkimuksen sekä liiketaloudellisen tuote- ja palvelututkimuksen monipuoliselle yhdistämiselle.

Kriittiset menestystekijät:

- a) tutkimushankkeiden valmisteluun liittyvän prosessin kehittäminen siten, että hankkeissa tehdään entistä systemaattisempaa valintaa strategisten linjausten mukaisesti
- b) kansallinen ja kansainvälinen verkottuminen
- c) kuluttajatutkimuksen tieteellinen kehittäminen ml. jatkokoulutus
- d) tulevaisuusorientaatio: kyky analysoida kuluttajien kannalta tärkeitä teemoja ja ennakoida niihin liittyviä muutoksia

**Tavoite 2.**

*KTK on työyhteisöä kehittävä ja henkilöstön osaamista uudistava tutkimuslaitos*

Kriittiset menestystekijät:

- a) vuoropuhelun ja toimintakulttuurin kehittäminen kaikilla tulosalueilla
- b) organisaation ja tutkimusryhmien toimivuuden parantaminen
- c) kannustavan palkkauksen kehittäminen
- d) henkilöstön hyvinvoinnin ja työssä jaksamisen tukeminen
- e) itsearvioinnin vahvistaminen laadun kehittämisessä

**Tavoite 3.**

*KTK on kuluttajatutkimukseen liittyvän tiedonvälityksen edelläkävijä*

Kriittiset menestystekijät:

- a) ajantasaiset ja uudistuvat tietokannat
- b) tietopalvelun digitalisoiminen ja uusien sähköisten tuotteiden kehittäminen
- c) julkaisutoiminnan, asiantuntijatoiminnan ja kehityshankkeiden suuntaaminen kansainvälisen toimintaympäristön vaatimusten mukaisesti
- d) kuluttajaportaalin kehittäminen Internetiin eri toimijatahojen kanssa

**Tavoite 4.**

*KTK vahvistaa kuluttajanäkökulmaa yhteiskunnallisessa päätöksenteossa ja sidosryhmäverkostossa*

Kriittiset menestystekijät:

- a) laaja ja tiivis yhteistyö julkisen hallinnon eri alueilla
- b) kansalaisten arkielämän näkökulman tunnetuksi tekeminen ja siihen liittyvän osaamisen vahvistaminen talouselämässä, yhteiskunnallisessa päätöksenteossa sekä sidosryhmien toiminnassa

**Tavoite 5.**

*Kansalliset ja kansainväliset toimijat haluavat valita KTK:n yhteistyökumppaniksi*

Kriittiset menestystekijät:

- a) keskustelukulttuurin kehittäminen kansallisissa ja kansainvälisissä verkostoissa
- b) kyky ottaa huomioon globaalistuminen ja kansalliset erot
- c) kansallinen ja kansainvälinen näkyvyys julkaisujen ja muun tiedonvälityksen kautta
- d) tutkimuksen laadun ja toimintakulttuurin kansainvälinen arviointi