

## KTK:n missio:

KTK tutkii, ennakoii ja tunnistaa kulutusyhteiskunnan, kuluttajakäyttäytymisen ja markkinoiden muutos- ja riskitekijöitä sekä välittää kulutustutkimustietoa.

## KTK:n arvot:

- ◆ asiantuntemus ja osaaminen
- ◆ yhteistyö organisaation sisällä ja sidosryhmien kanssa
- ◆ luovuus, vastuullisuus ja riippumattomuus
- ◆ avoin, kannustava ja erilaisuuden hyväksyvä työyhteisö

## KTK:n visio 2011:

KULUTTAJIEN HYVINVOINTIA EDISTÄVÄ TUTKIMUSPERUSTEINEN NÄKÖKULMA VAHVISTUU YHTEISKUNTAPOLITIIKASSA JA MARKKINOILLA.

Visio kattaa KTK:n perustehtävät eli tutkimuksen ja tietopalvelun sekä vision toteutumiseen oleellisesti liittyvät osaamisen, vaikuttavuuden, talouden, viestinnän ja sidosryhmäsuhteiden kehittämistä koskevat suuntaviivat ja perustelut.

KTK:n ydinosaaminen vahvistaa kuluttajanäkökulmaa innovaatio-, teknologia-, kuluttaja- ja elinkeinopolitiikassa.

Visiosta on johdettu kolme strategista tavoitetta, jotka tulee saavuttaa vuoteen 2011 mennessä. Tavoitteisiin on liitetty kriittisiä menestystekijöitä, joissa onnistuminen on välttämätön edellytys tavoitteiden saavuttamiseksi.

### **Tavoite 1.**

*Kuluttajanäkökulma on yhteiskunnallisen päätöksenteon ja sidosryhmäyhteistyön ydinainesta.*

Kriittiset menestystekijät:

- 1.1 kuluttaja-asioiden ennakoimisen ja osaamisen vahvistaminen horisontaalipolitiikassa
- 1.2 kuluttajatutkimustiedon saattaminen hallinnonalan kuluttaja-, kilpailu-, elinkeino- ja innovaatiopolitiikan lähtökohdaksi
- 1.3 käyttäjänäkökulman vahvistaminen markkinoilla ja elinkeinoelämässä

### **Tavoite 2.**

*KTK on kansallisesti kilpailukykyinen ja kansainvälisesti tunnustettu tutkimuslaitos omalla osaamisalueellaan.*

Kriittiset menestystekijät:

- 2.1 tutkimushankkeiden systemaattinen, vuorovaikutteinen valmistelu
- 2.2 ennakointikyky ja aloitteellisuus kansallisten ja kansainvälisten tutkimusohjelmien valmistelussa
- 2.3 kansallinen ja kansainvälinen verkottuminen
- 2.4 tieteellisen tason nosto ja arviointi

### Tavoite 3.

*KTK on kuluttajatutkimuksen tiedonvälityksen edelläkävijä.*

Kriittiset menestystekijät:

- 3.1 infrastruktuurin edellyttämät resurssit ja osaaminen
- 3.2 ajantasaiset ja uudistuvat tietojärjestelmät
- 3.3 uudet palvelukonseptit ja räätälöidyt palvelut

### KTK:n strategia:

#### Tutkimusstrategia

##### *Tutkimusalueet*

Tutkimusstrategiassa painottuvat kuluttaja- ja yhteiskuntapoliittisesti merkittävät useita vuosia kestävät hankkeet, jotka edistävät kansakunnan hyvinvointia sekä elinkeinoelämän kilpailukykyä ja innovaatiotoimintaa. Tutkimuskeskus on aloitteellinen ja aktiivinen hallinnonalan politiikkalohkojen tutkimustarpeiden ennakoinnissa ja tutkimuksen tuottamisessa.

Tutkimus kohdistuu kuluvalle visio- ja strategiakaudella kuluttaja- ja yhteiskuntapoliittisesti merkittäviin, kansalliseen kuluttajapoliittiseen ohjelmaan sekä EU:n tutkimuksen puiteohjelmissa painottuviin teemoihin. Visiokaudella tutkitaan kuluttajanäkökulmasta kuluttajien hyvinvoinnin edellytyksiä, innovaatioita ja niiden omaksumista sekä markkinoiden toimivuutta ja riskejä erityisesti seuraavilla teema-alueilla: (liite 1)

- ◆ asiakkuus palveluyhteiskunnassa
- ◆ kuluttajalähtöinen elintarviketalous ja ruokakulttuuri
- ◆ kestävä asuin- ja elinympäristö
- ◆ käyttäjälähtöiset innovaatiot

*Asiakkuus palveluyhteiskunnassa* -teema-alueella tutkitaan markkinoiden toimivuutta ja riskejä kuluttajien hyvinvoinnin ja talouden näkökulmasta. Julkisen sektorin muutokset, kotitalouksien rooli hyvinvoinnin tuottamisessa, palvelujen laatutekijät ja talouden sektoreiden välinen dynamiikka ovat keskeisesti mukana tarkasteluissa. *Kuluttajalähtöinen elintarviketalous ja ruokakulttuuri* –teema-alueella tutkitaan elintarviketalouden toimivuutta ja elintarvikkeiden turvallisuutta, innovaatioita sekä ruokakulttuurin muutoksia. *Kestävä asuin- ja elinympäristö* -teema-alueella tutkitaan infrastruktuurin toimivuutta kuluttajien arjen ja kestävä kehityksen viitekehiksestä. *Käyttäjälähtöiset innovaatiot* -teema-alueella tutkitaan innovaatioiden omaksumista ja uutuustuotteiden institutionalisoitumista kuluttajan ja käyttäjän näkökulmasta.

Monitieteinen tutkimus perustuu eri yhteiskunta- ja käyttäytymistieteiden osa-alueiden monipuoliseen ja laaja-alaiseen yhdistämiseen. Monitieteisyyden avulla tutkittavia ilmiöitä voidaan tarkastella useasta toisistaan täydentävästä näkökulmasta. Näitä ovat mm. kuluttajaekonomia, kansantaloustiede, elintarviketieteet, sosiologia, sosiaalipolitiikka, ympäristötieteet, maantiede, yhteiskuntatieteellinen teknologiatutkimus sekä tuote- ja palvelututkimus liiketaloustieteellisestä näkökulmasta.

##### *Kehitysareenat*

Tutkimuksen ajankohtaisuuden ja verkottumisen edistämiseksi tutkimusprosesseja uudistetaan avaamalla *määräaikaisia*, aiheiltaan muuttuvia kehitysareenoja tärkeille ja nouseville tutkimus- ja kehittämisalueille. Kehitysareenat ovat tutkimuskeskuksen ja sidosryhmien, rahoittajien sekä johto- ja ohjausryhmien välisiä vuorovaikutusfoorumeita. Ne kytkeytyvät tiiviisti KTK:n tutkimuksen teema-alueisiin ja toimintaryhmiin. Kehitysareenat edistävät ministeriön ja KTK:n strategisten tavoitteiden yhteensovittamista kuluttajalähtöisyyden vahvistamiseksi *innovaatiopolitiikassa ja tutkimuksessa*. Ne edistävät tutkijoiden ja tulosohjauksen aloitteellisuutta *horisontaalisten*

*tutkimuskysymysten ennakoinnissa.* Niiden avulla voidaan uudistaa olemassa olevia tutkimuksen teema-alueita ja tuottaa kekseliäämpiä ja laadukkaampia tutkimustuotteita.

Määräaikaiset areenat integroivat parhaimmillaan kulutustutkimuksen toimijoita keskenään. Kehitysareenat vahvistavat tutkimuksen menetelmäkehitystä ja tuotteistamista. Ne mahdollistavat sidosryhmien osallistumisen kuluttajatutkimuksen suuntaamiseen entistä laajemmin sisäänrakennetun vuorovaikutteisuuden ansiosta. Areenoiden käynnistäminen edellyttää perusrahoituksen vahvistamista ja laitoksen sisäisten rahoituspäätösten täsmentämistä.

#### *Kansallinen ja kansainvälinen verkottuminen*

Kansallisessa verkottumisessa tiivistetään yhteistyötä yliopistojen, korkeakoulujen ja muiden sektoritutkimuslaitosten kanssa soveltamalla mm. edellä mainittua kehitysareenakäytäntöä. Yhteistyötä lisätään ja syvennetään tutkimushankkeiden valmistelussa, tieteellisten projektien käynnistämässä, tutkimusideoiden testaamisessa ja kaupallistamisessa sekä tutkimuslaitosten välisten katvealueiden kattamisessa. Yhteistyössä Tekesin, Sitran, MTT:n, VTT:n ja KTK:n kanssa kehitetään elintarvike-, teknologia- ja muiden kuluttajainnovaatioiden tuottamiseen ja juurruttamiseen liittyviä tutkimuksia. Yhteistyössä VATTin, Etlan, Kelan, SP:n, SA:n ja KTK:n kesken työestetään yhteiskuntapoliittisesti tärkeitä talouden ja markkinoiden toimivuutta edistäviä tutkimuksia. STAKESin ja KTK:n yhteistyönä suunnitellaan kuluttajien hyvinvoinnin edellytyksiin, esteisiin ja sosiaalisiin riskeihin pureutuvia tutkimuksia. SYKEN, KTK:n ja muiden intressitahojen kanssa tehostetaan yhteistyötä kestäväen kehityksen tutkimusohjelmissa ja -hankkeissa. Yhteistyön tuotoksia työestetään edelleen kehitysareenoilla tutkimusohjelmiksi ja tutkimustiedon välittämistä koskeviksi toimenpiteiksi.

Kansainvälisessä yhteistyössä panostetaan aktiiviseen verkostoitumiseen ja kansainvälisten tutkimusaineistojen hyödyntämiseen tutkimusyhteistyössä. Kansainvälisiin tutkimushankkeisiin osallistutaan entistä aktiivisemmin. Lisäksi edistetään ja kannustetaan tutkijoiden osallistumista kansainvälisiin asiantuntijatehtäviin.

#### *Tieteellisen tason nosto*

Tutkimusstrategiassa korostuu tutkimuksen tieteellinen taso. Tason varmistamiseksi tutkimuskeskus suuntautuu tieteelliset kriteerit täyttävään tutkimukseen. Tutkimushenkilöstön poikkeuksellisen korkea koulutustaso (puolella tutkijoista on tutkijakoulutus, lis.- tai tohtorintutkinto) pyritään ylläpitämään kouluttamalla uusia tutkijoita sekä tukemalla kansainvälistä tutkijavaihtoa ja post doc -pätevöitymistä ulkomailla akateemisten rahanhakujen yhteydessä. Uudet rekrytoinnit kohdistetaan tutkijakoulutuksen saaneisiin henkilöihin. KTK hankkii myös itse aktiivisesti palautetta sidosryhmiltä ja tutkimuksen hyödyntäjiltä tutkimuksen laadun ja tieteellisen tason nostamiseksi.

KTK:n monitieteisissä tutkimusryhmissä vahvistetaan tiimityöskentelyä, vuorovaikutteisuutta, työssä oppimista sekä osaamisen kumuloitumista ja siirtymistä ryhmien sisällä ja välillä sekä muiden tutkimuslaitosten kesken. KTK:n omien tutkimusten valmistelussa hyödynnetään tutkimusryhmien välistä horisontaalista yhteistyötä rahoituksen hankkimiseksi ja vahvistetaan samalla keskinäistä osaamista. Tutkijoita kannustetaan julkaisemaan tutkimustuloksiaan kansainvälisissä julkaisusarjoissa ja kasvattamaan näin osaamistaan. Samalla vahvistetaan tutkijoiden kysyntää kansainvälisiin työryhmiin.

KTK tukee tutkijoiden ja muun henkilöstön osallistumista ammattitaitoa edistäville tutkimuskeskuksen ulkopuolisille kursseille. Myös sisäistä kurssitoimintaa ja opintopiirejä tuetaan, mm. syksyllä 2005 käynnistyvää artikkelihautomoa, kansainvälisillä foorumeilla julkaisemisen edistämiseksi. Tutkimustyöhön ja opintoihin liittyen KTK:ssa jatketaan oppikirjojen, metodioppaiden ja käsikirjojen tuottamista KTK:n sisällä ja yhteistyöverkoston kanssa.

## Tietopalvelu- ja viestintästrategia

Tietopalvelun ja viestinnän alalla tapahtuneet muutokset, digitalisoituminen ja uudet vuorovaikutteiset kanavat, tuovat uudenlaisia mahdollisuuksia KTK:n viestinnälle ja tietopalvelulle. KTK:lta edellytetään julkisuusperiaatteen mukaisesti ja tutkimuksen yhteiskunnallisen vaikuttavuuden varmistamiseksi tutkimustietojen saattamista korvauksetta käyttäjille. Tällöin painottuu KTK:n kehittämisen ja ylläpitämisen kansallisen kulutustutkimuksen tietokannan (KULTU) kehittäminen ja nostaminen asiantuntijatiedon välityksen keskeiseksi instrumentiksi. KTK:n monet sidosryhmät tarvitsevat myös räätälöityä tietoa, mikä edellyttää uusien maksullisten palvelukonseptien ja tietotuotteiden kehittämistä. Se vaatii huomattavaa panostusta infrastruktuurin ja osaamisen kehittämiseen.

Visiokauden käynnistyessä viestinnän ja tietopalvelun kehittämiseksi perustetaan kehitysareenoita, jotka toteutetaan yhteistyössä tutkijoiden ja sidosryhmien kanssa. Näitä ovat kuluttajan asemaa ja hyvinvointia vuosittain mittaava barometri, joka toinen vuosi julkaistava kuluttajapoliittinen katsaus, poleeminen vuosikirja sekä kolmen, neljän vuoden välein toimitettava kuluttajatutkimuksen katsaus yhteistyössä muiden tutkimustahojen kanssa. Kehitysareenoita ovat myös asiantuntijatietokanta KULTUn sisällön laajentaminen sekä kansalaisille ja kuluttajille tarkoitetun Kuluttajaportaali-tietokanavan kehittäminen yhteistyössä muiden asiantuntijaorganisaatioiden kanssa.

## Rahoitus- ja resursointistrategia

Tutkimusstrategiassa täsmennetyt teema-alueet, kiinnittyminen hallinnonalan innovaatio-, teknologia-, kuluttaja- ja elinkeinopolitiikkaan sekä tuottavuusohjelma muodostavat rahoitus- ja resursointistrategian reunaehdot. Rahoitusstrategia perustuu suoraan budjettirahoitukseen ja sitä täydentävään tulorahoitukseen. Tulot koostuvat pääasiallisesti tutkimusohjelmien kautta saadusta rahoituksesta ml. elinkeinoelämän rahoitus. Kansainvälistä rahoitusta pyritään kasvattamaan yhteistyössä verkostojen kanssa. Tulorahoituksen tavoitteena pidetään 25-35 % kokonaismenoista. Ulkopuolisen rahoituksen kasvattaminen ei ole ongelmatonta etenkin käynnistyvien kehitysareenoiden toteuttamiseksi tai mittaviin tutkimushaasteisiin vastaamiseksi. Kehittämistyöltä jäävät puuttumaan budjettirahoituksen tuoma riskittömyys ja vapaus. KTK:n oma rahoitusosuus tutkimushankkeissa on huomattava vaihdellen hankkeittain ja ministeriöittäin.

KTK:n tutkimusalueen horisontaalisuuden vuoksi yhden rahoittajan malli ei toimi. Heikoin lenkki rahoituksen hankinnassa on tutkimusryhmien kriittisen massan pienuus ja huippuosaamisen keskittyminen sekä näistä seuraava tutkimuksen herkkä haavoittuvuus erikoisosaamista korvaavien resurssien puuttuessa. Kyseiset seikat korostuvat kilpailtaessa kansainvälisestä rahoituksesta. Budjettirahoituksen varmistaminen on välttämätöntä laitoksen pitkäjänteisen kehittämisen kannalta ja tutkimuksen riippumattomuuden varmistamiseksi. Kehitysareenat ja tutkimusstrategiset linjaukset edellyttävät tutkimusresurssien vahvistamista strategiassa mainituilla painoaloilla. Resursseja tarvitaan myös ikärakenteesta johtuvien työterveydenhuollon kasvavien kustannusten kattamiseksi.

KTK:n nykyinen henkilöstömäärä on välttämätön horisontaalipolitiikassa jatkuvasti kasvavaan tutkimustiedon kysyntään vastaamiseksi huolimatta tuottavuusohjelman rekrytointeja rajoittavasta periaatepäätöksestä. Palkkataso nostetaan kilpailukykyiseksi. Julkaisujen myyntitulojen osuus vähenee siirryttäessä entistä enemmän sähköiseen julkaisemiseen. Toisaalta KTK:ssa kehitetään uusia maksullisia palveluja.

## **Henkilöstöstrategia**

Henkilöstöstrategiassa painottuvat henkilöstön asiantuntemuksen vahvistaminen ja työsuhteiden turvaaminen. Henkilöstöstrategian kynnyskysymyksiä on jatkossa osaavan henkilöstön rekrytointi eläköitymiskehityksen vuoksi. Kriittisiä kysymyksiä ovat edelleen kansallisten ja kansainvälisten hankkeiden johtamiseen ja tieteelliseen osaamiseen tarvittavien henkilöresurssien turvaaminen sekä tieto-, talous- ja henkilöstöhallinnon johtamisessa tarvittavan osaamisen varmistaminen vallitsevassa hallinnon ulkoistamiskehityksessä.

KTK:ssa vahvana trendinä olleen tuottavuuden kasvun varmistaminen edellyttää myös resurssien tarkistamista. Henkilöstön työhyvinvointia edistetään joustavien työaikajärjestelyjen, etätömahdollisuuksien, tuotosten syvällisen jatkojalostuksen mahdollistavien ”sapattikuukausien”, työterveyshuollon palvelujen sekä liikunta- ja virkistystoiminnan avulla. Työtyytyväisyys- ja työilmapiirikartoitukset sekä UPJ -järjestelmään liittyvät henkilöstökyselyt tehdään vuosittain.

## **Hallinto- ja johtamisstrategia**

Hallinto- ja johtamisstrategiassa korostuu johtamis- ja esimiestyön merkitys. Monialainen, laajasti verkottunut tutkimuslaitos on erityisen haasteellinen johtamisen ja esimiestyön näkökulmasta. Toimintatapojen uudistaminen, tutkimuksen laadun ja tieteellisen tason kohottaminen samoin kuin tuottavuuden kasvattaminen lisäävät esimiestyön vaatimuksia ja paineita. Strategisena tavoitteena on työnohjauksen jalkauttaminen sekä organisaatiota koskevana että henkilökohtaisena tukena mentoroinnin tms. kautta. Työnohjauksen tarvetta korostaa hallintoon perehtyneiden henkilöiden pieni määrä ja tästä johtuva infrastruktuurin herkkä haavoittuvuus. Henkilöstön työskentelytapoihin liittyvää työnohjausta kehitetään kasvaviin tuottavuushaasteisiin vastaamiseksi.

Hallinnossa kehitetään edelleen ulkoisia verkkopalveluita ja sisäisiä prosesseja, ajankohtaisimpina asiakirjahallintoa ja tutkimustietovarantojen kartuttamista ja hyödyntämistä. Tietohallintostrategia on KTK:n infrastruktuurin kannalta olennaisen tärkeä. Kuluttajavirastolta saataviin korvauksettomiin hallintopalveluihin liittyen kehitetään yhteistyössä KUV:in kanssa talous- ja henkilöstöhallinnon tietojärjestelmiä sekä sähköistä asiakirjahallintoa. Jos KUV ulkoista hallintopalvelut, on KTK:n maksullisiksi siirtyviin ostopalveluihin turvattava perusrahoitus.

# Liite 1.

## KTK:n kuluttajalähtöiset teema-alueet

