

Esipuhe

Kuluttajatutkimuskeskus järjesti 2007 yhteistyössä pohjoismaisen kuluttajatutkimusfoorumin sekä kauppaja- ja teollisuusministeriön kanssa suuren suosion saavuttaneen konferenssin ”Toward a New Consumer? Toward a New Consumer Policy?” Konferenssin tavoitteena oli tavanomaisista tutkimusseminaareista poiketen edistää kuluttajatutkimuksen ja kuluttajapolitiikan vuorovaikutusta. Tässä tavoitteessa onnistuttiin vain osittain. Sessioissa käsiteltiin useita ajankohtaisia politiikkaohjelmissa esille tuotuja kuluttajakysymyksiä yhteiskuntatalouden, markkinoiden ja kuluttajien näkökulmasta. Esitysten jälkeen syntyi myös vilkasta keskustelua. Puheenvuorojen käyttäjät ja esitysten pitäjät olivat kuitenkin pääsääntöisesti tutkijoita, sillä jopa kommenttipuheenvuorojen esittäjiksi oli vaikeaa saada viranomaisia tai poliitikkoja. Suomessa, kuten muissakin Pohjoismaissa, traditioksi näyttää muodostuneen, että tutkijat kokoontuvat omiin konferensseihinsa, kansalaisjärjestöjen edustajat, muut asiantuntijat ja päättäjät taas käyvät keskustelua omilla foorumeillaan.

Kuluttajatutkimuskeskus ei luovuta eikä lannistu pyrkimyksissään edistää tutkimuksen ja politiikan vuoropuhelua. Vuosikirja 2008, Kulutuksen politiikat arjen muovaajana, jatkaa osittain runsaaseen ja rikkaaseen konferenssianttiin tukeutuen kulutusyhteiskunnan, kulutuksen ja kuluttajien tarkastelemista politiikan valossa ja toisaalta politiikkapainotusten analyysiä kuluttajien näkökulmasta. Vuosikirjan artikkelien kirjoittajiksi olemme kutsuneet keskeisiä kulutustutkijoita sekä kuluttajapolitiikan strategiatason asiantuntijoita ja päätöksentekijöitä.

Politiikan ratkaisuja joudutaan usein tekemään epävarmuuden valitessa. Kansallisessa hallinnossa ja politiikkaohjelmissa sekä myös Euroopan yhteisössä korostetaan uudenlaista ideaalia: ”evidence-based” eli

näyttöön perustuvaa päätöksentekoa. Termillä tarkoitetaan käytännössä entistä varmempaan tietopohjaan, päätösten arviointeihin sekä ennakointiin tukeutuvaa kehittämistä horisontaalisessa hallinnossa ja politiikkalohkoilla. Tutkimukselle haetaan systemaattista, näkyvää roolia sekä toisaalta myös vastuuta asiantuntijatoiminnassa ja yhteiskunnallisessa keskustelussa. Nämä tavoitteet ovat korostuneet omassa maassamme menossa olevassa sektoritutkimuksen uudistustyössä.

Sektoritutkimukselta on selvityksissä vaadittu vaikuttavuutta. Tutkimuksen vaikuttavuus riippuu siitä, missä määrin ja kuinka laajasti tulokset ovat sovelluskelpoisia erilaisilla areenoilla. Tutkimuksen laatua ja vaikuttavuutta arvioitaessa erotetaan yleensä ns. tieteellinen laatu ja vaikuttavuus sekä yhteiskunnallinen vaikuttavuus, jossa korostetaan erityisesti tutkimuksen relevanssia. Näiden välillä vallitsee kuitenkin vahva keskinäinen riippuvuus. Tutkimus voi käsitellä vaikka kuinka keskeisiä yhteiskunnallisia kysymyksiä, mutta jos tuloksiin ei voi luottaa, hankkeelta ja tekijöiltä menee uskottavuus. Siksi sektoritutkimuksessa tulee arvioida laatu- ja kehittämissäkökohtia ja kehittämistä rinnan yhteiskunnallisten vaikutusarviointien kanssa. Kuluttajien arjen toimintoja ja hyvinvointia tarkastelevalla kuluttajatutkimuksella on merkittävä rooli tiede- ja tutkimusyhteisössä nostaa esille kulutuksen sosiaalisia, taloudellisia ja ekologisia vaikutuksia sekä taloussektoreiden (julkinen sektori, markkinat ja kotitaloudet) välistä vuorovaikutusta ja dynamiikkaa kuluttajien näkökulmasta. On tärkeää tietää, millaisia ovat päätösten hyvinvointivaikutukset, alueelliset vaikutukset sekä ympäristövaikutukset ottaen huomioon myös erilaiset kuluttajaryhmät sekä kansalaisten yksilöllistyvät toimintatavat ja odotukset.

Kuluttajakansalaisten kannalta on tärkeää lisätä hallinnon avoimuutta ja markkinoiden läpinäkyvyyttä. Tutkimusten tulee tehdä näkyväksi erilaisia politiikkavaihtoehtoja sekä analysoida vaihtoehtoisten keinojen vaikutuksia kuluttajille. Kuluttajatutkimuksen yhtenä keskeisenä missiona on lisäksi tuoda kuluttajanäkemyksiä ja näkökulmia niille foorumeille, joissa päätöksiä tehdään. Kuluttajien ja kansalaisten tieto ja näkemykset rikastuttavat ja ohjaavat asiantuntijoiden päätösprosesseja. Parhaimmillaan tutkimus voimaannuttaa kuluttajia rohkaisten vaikuttamaan sekä ostajina ja asiakkaina markkinoilla, taloudellisina toimijoi-

na omassa taloudessa, mutta myös laajemmin identiteetin rakentajina ja kansalaisina yhteiskunnassa.

Vuosikirjassa on pyritty tekemään läpinäkyväksi muutamia keskeisiä kulutusyhteiskuntaan ja politiikkaan liittyviä painotuksia ja kehitystrendejä. Ei ole olemassa vain yhdenlaisia kuluttajia, vaikka markkinoilla usein vedotaan kuluttajien yleiseen ja yhtäläiseen mielipiteeseen. Tutkimuksen ja päätöksenteon vuoropuhelussa tulisi kyetä rikkomaan yleistyksiin perustuvia väitteitä. Kuluttajilla on keskenäänkin ristiriitaisia odotuksia päätöksiä ja yhteiskunnan kehittämistä kohtaan. Siksi kuluttajia tulisikin kuulla laajasti, jotta välttämättömät priorisoinnit olisivat perusteltuja ja oikeudenmukaisesti kohdentuvia. Kuluttajilla on myös useita rooleja yhteiskunnassa, vaikka perinteisessä kuluttajapolitiikassakin kuluttajat nähdään usein vain ostajina markkinoilla.

Politiikan painotuksissa korostuu edelleen vaikutuskeinona kuluttajien suojeleminen ja oikeudellisen aseman vahvistaminen. 1970–1980-lukujen kuluttajapolitiikassa kuluttaja nähtiin markkinoilla voimattomana uhriina: toimenpiteillä pyrittiin korjaamaan kuluttajan ja tuottajan välistä ristiriitaa. On ymmärrettävää, että varhaisissa kuluttajapolitiittisissa, regulaatioon painottuvissa ohjelmissa korostui kulutus ja kuluttajuus poliittisena kysymyksenä. Uusimmissa ohjelmissa on nähtävissä ideologinen muutos deregulaation, vapaan kilpailun ja informaatio-ohjauksen korostamiseen. Kuluttajat ovat toki keskiössä esimerkiksi siinä ympäristömuutoksessa ja keskustelussa, jota parhaillaan käydään paikallisesti ja globaalisti ilmastokysymyksistä. Kuluttajainformaation jakaminen mielletään toisaalta myös kiistattomaksi ja neutraaliksi politiikan keinoksi. Kirjan artikkeleissa kysytään, uskotaanko informoitujen kuluttajien vaikutusmahdollisuuksiin markkinoilla ja yhteiskunnassa nykyisin liian vahvasti. Tutkijoiden jaettu viesti poliitikoille kuuluu: on uskallettava nostaa esille kaikki politiikan vaikutuskeinot, ristiriidoilta ja priorisoinneilta ei vältytä, mutta vastaavasti päätöksenteon avoimutta on lisättävä ja kuluttajat otettava innovatiivisena osapuolena ja keskustelukumppanina mukaan heitä koskeviin päätöksiin.

Vuosikirjan ovat KTK:ssa toimittaneet erikoistutkija, viestintäkoordinaattori Minna Lammi sekä tutkuspäälliköt Johanna Mäkelä ja Johanna Varjonen. Kuluttajatutkimuskeskuksen puolesta esitän lämpimät kiitokset vuosikirjan toimituskunnalle sekä kaikille artikkelien kirjoittajille ja kääntäjälle. Vuosikirjan suomalaiset artikkelit ovat käyneet referee-prosessin KTK:n ulkopuolisilla arvioitsijoilla. Kuluttajatutkimuskeskus on suuresti kiitollinen asiantunteville arvioitsijoille ja kommentaattoreille.

Helsingissä Eilan päivänä 2008

Eila Kilpiö

Johtaja