

4.6.2009

### **Kulutus: Keskeisiä megatrendejä, havaintoja ja väitteitä**

(trendien tärkeyttä arvioidaan Tekesin sisältölinjauksen teemavalintojen kannalta 9.10 – 26.10.2008)

<i>Väite</i>	<i>Kuvaus</i>
<i>Kulutus elämäntapana laajenee kaikkialle.</i>	Kulutussyhteiskunta laajenee länsimaissa kaikkialle: tänä päivänä ihmisten jo miltei kaikki oleminen ja tekeminen voidaan jäsentää ja tulkita kulutuksen kautta. Globaalit tietoverkot nopeuttavat ja ihmisten liikkuvuus edistää erilaisten hyödykkeiden ja vaikutteiden leviämistä.
<i>Kulutustuotteiden tuotanto ja kuluttajat erkaantuvat fyysisesti.</i>	Kansainvälisen tehokkuuden nimissä tuotanto ja kulutus on erkaantunut fyysisesti kauas toisistaan. Tällaisessa tuotannossa kansallisia ja paikallisia erityispiirteitä ei voida ottaa huomioon.
<i>Standardisoidut tuotteet ovat sieluttomia.</i>	Pitkälle standardisoidut tuotteet ovat sieluttomia, ja niiden alkuperä jää hämärän peittoon. Kuluttaja kuitenkin haluaa kulutukselta yksilöllisyyttä, omiin tarpeisiin räätälöintiä ja ainutkertaista elämyksellisyyttä.
<i>Kuluttajat yksilöllistyvät.</i>	Kuluttajia ei voi luokitella heidän sosiodemografisten ominaisuuksien – siis sukupuolen, iän, koulutuksen yms. – perusteella. Nykyinen voimakkaasti eriytynyt ja pirstaloitunut kulutus korostaa yksilöllisiä mieltymyksiä.
<i>Kuluttajat haluavat uudenlaista yhteisöllisyyttä.</i>	Ihminen on sosiaalinen eläin, joka haluaa kuulua johonkin joukkoon. Uusi teknologia on tuonut markkinoille globaalit virtuaaliyhteisöt, joissa samoista asioista kiinnostuneet ihmiset ympäri maapallon voivat vaihtaa kokemuksiaan.
<i>Uusi kuluttaja haluaa vaikuttaa.</i>	Internetissä tapahtuvan verkottumisen kautta kuluttajaliikkeen muodot ja vaikutuskeinot muuttuvat. Kuluttajasta tulee merkittävässä määrin aktiivinen tuotetiedon levittäjä muille kuluttajille. Tällainen virtuaalivaikuttaminen kiihdyttää globaalien ajatusten leviämistä.

2.10.2008

<p><i>Aasialaiset kuluttajat ottavat ympäristön huomioon.</i></p>	<p>Monissa nopeasti kehittyvissä Aasian maissa ihmiset näyttäisivät olevan lisäämässä nopeasti aineellista kulutustaan, mutta asia ei ole näin suoraviivainen. Globaalin tiedonvälityksen ansiosta näidenkin maiden kansalaiset kiinnittävät huomiota tuotteiden käytön ympäristövaikutuksiin ja keksivät aineettomasti tuotetun hyvinvoinnin merkityksen.</p>
<p><i>Aineeton kulutus lisää kulutusta entisestään.</i></p>	<p>On väitetty, että aineeton – siis palveluiden ja elämyksien – kulutus syrjäyttäisi tavaroiden kulutuksen. Kuitenkin vaurauden lisääntyessä kaikenlainen kulutus lisääntyy. Lisäksi immateriaaliseksi kulutukseksi mielletty virtuaalikulutus vaatii erilaisia nopeaan tahtiin uusittavia teknisiä laitteita.</p>
<p><i>Julkisen sektorin osuus palveluntuotannosta vähenee.</i></p>	<p>Julkisen sektorin tehtäviä siirtyy yksityisten yritysten, kolmannen sektorin ja kotitalouksien suoritettavaksi. Erityisesti julkisen sektorin hoivapalveluiden karsiminen johtaa siihen, että hoito hoidetaan itse tai turvaudutaan vapaaehtoistyöhön.</p>
<p><i>Kotityön sijaan ostetaan palveluita.</i></p>	<p>Palkattoman kotityön sijaan on siirrytty ostamaan markkinoilla tuotettuja palveluita. Tästä esimerkkinä on ulkona syöminen yleistyminen kotiruokailun kustannuksella. Kotitalouksien omavaraisuuden väheneminen ja hyödykkeiden ostaminen markkinoilta kasvattaa bruttokansantuotetta.</p>
<p><i>Turismi kiihdyttää kulutusta.</i></p>	<p>Turismi kiihdyttää muutakin kun suoraan matkailuun liittyvää kulutusta, sillä se vaikuttaa välittömästi paikallisten ihmisten elintasoon.</p>
<p><i>Kotitaloudet pienenevät.</i></p>	<p>Kotitaloudet pienenevät edelleen: jo nyt kolme neljästä Suomen kotitaloudesta on yhden tai kahden hengen yksikköjä.</p>
<p><i>Laitteiden elinkaari lyhenee.</i></p>	<p>Laitteita uusitaan ennen kun ne ovat tulleet elinkaarensa päähän. Tosin myös laitteiden toiminnallinenkin elinkaari lyhenee koko ajan.</p>
<p><i>Laitteiden lukumäärä kodeissa kasvaa.</i></p>	<p>Kodin laitteet eivät enää kokoaa perhettä</p>

2.10.2008

	<p>yhteen samalla tavalla kuin ennen eikä yhteinen jääkaappi ole enää määrite kotitaloudelle. Esimerkkinä henkilökohtaisista laitteista voidaan mainita matkapuhelimet, erilaiset soittimet (mp3, iPod), tietokoneet ja televisiot.</p>
<p><i>Kulutus yksilöllistyy.</i></p>	<p>Asuntojen koon kasvu ja teknologisten laitteiden yleistyminen on edesauttanut kuluttajien yksilöllistymiskehityksen etenemistä. Teknologiaa hankitaan enenevässä määrin henkilökohtaiseen käyttöön.</p>
<p><i>Ihmisellä on monta kotia.</i></p>	<p>Ihmisen suhde kotiin muuttuu. Ihmisellä voi olla monta kotia, joissa hän asuu eri perheenjäsenten kanssa eri vuodenaikoina ja viikonpäivinä. Eri kotien funktiot vaihtelevat: on arkikoteja, viikonloppukoteja ja lomakoteja.</p>
<p><i>Kulutus kasvaa, koska tuotteet halpenevat.</i></p>	<p>Tuottavuuden kasvun myötä tuotteiden hinnat ovat laskeneet suhteessa työpanokseen, mikä selittää kulutuksen kasvun ja kulutusyhteiskunnan kehityksen. Kuluttajilla on yksinkertaisesti varaa kuluttaa aiempaa enemmän.</p>
<p><i>Elintarvikkeiden osuus kulutusmenoista supistuu.</i></p>	<p>Kulutusrakenteessa elintason nousu ja kotitalouden rakennemuutos näkyvät siten, että kotiin ostettujen elintarvikkeiden osuus kaikista menoista vähenee.</p>
<p><i>Tavaroiden kulutuksesta siirrytään asteittain palveluihin ja elämyksiin.</i></p>	<p>Elintason nousun myötä lisätavaroiden hankinnan ohella aletaan käyttää palveluja ja hankkia elämyksiä entistä enemmän.</p>
<p><i>Palvelut halpenevat vain automatisoinnin kautta.</i></p>	<p>Palveluiden tuottamiseen vaaditaan suuri työpanos, mikä näkyy niiden hankinnan kalleudessa. Esimerkiksi miesten tukanleikkuu oli Suomessa suhteellisesti halvempaa 1970-luvulla kuin nyt.</p>
<p><i>Vapaa-aikaan käytetään enemmän rahaa.</i></p>	<p>Elintason nousun myötä vapaa-ajan kulutuksen osuus kotitalouden menoista on kasvanut vaikka vapaa-ajan määrä ei ole kasvanut.</p>

2.10.2008

<p><i>Virtuaalikulutus on kallista.</i></p>	<p>Virtuaalikulutus – eli tietoverkkojen hyödyntäminen kulutuksessa – edellyttää sijoituksia laitteistoon, osaamiseen ja aikaan. Viestinnän ja tietoverkkojen kulutus on kasvanut merkittäväksi osaksi kotitalouden menoja.</p>
<p><i>Uudet kulutustarpeet lisäävät kulutuksen määrää, koska vanhat tarpeet poistuvat hitaasti.</i></p>	<p>Kulutuksen tavaramaailma on kasvava, kulutustottumukset muuttuvat entistä kattavimmiksi ja tuotannon globalisoituminen lisää tavara- ja henkilöliikennettä.</p>
<p><i>Kuluttaja ei yksin voi ratkaista ympäristöongelmia.</i></p>	<p>Kulutuksen ympäristövaikutuksia kannattaa monilta osin vähentää pikemminkin tuotantotapojen ja uuden teknologian käytön kuin kulutuksen kautta.</p>
<p><i>Asenteet siirtyvät hitaasti käytännöiksi.</i></p>	<p>Asenteista on pitkä matka käytäntöihin, koska kuluttajat asettavat oman välittömän hyödyn kollektiivin tulevan hyödyn edelle. Lisäksi kulutusta tukeva infrastruktuuri, kuten esimerkiksi yhdyskuntarakenne ja liikenne, muuttuu hitaasti, mikä sekin hidastaa uusien käytäntöjen omaksumista.</p>
<p><i>Tarpeet muuttuvat ajassa.</i></p>	<p>Asenteet ja tarpeet muokkautuvat sosiaalisesti. Teknologian käytön hyväksyttävyyden kehitys on hyvä esimerkki tarpeiden sosiaalisesta muokkaantumisesta. Mitä nykyään pidetään tarpeellisena, ei ollut sitä vielä joitakin vuosikymmeniä tai edes vuosia sitten. Televisiosta on tullut keskeinen media ja matkapuhelimesta välttämättömyys.</p>
<p><i>Kulutusta on helpointa rajoittaa sykäyksittäin.</i></p>	<p>Ympäristöpolitiikan alalla onnistuneita esimerkkejä ovat esimerkiksi CFC-aineiden käytön vähentäminen ponnekaasuina, millä on ollut myönteisiä vaikutuksia ilmakehän otsonikatoon, ja autoilun päästöjen vähentäminen absoluuttisesti ja hiilidioksidinkin osalta suhteessa liikennemääriin. Yhteistä esimerkeille on, että ne ovat rajoittaneet kulutusta sykäyksittäin ja kohdistuneet tiettyihin yksittäisiin asioihin.</p>
<p><i>Kestävä kulutus vähentää ympäristön kuormitusta.</i></p>	<p>Kulutuksen kielteisiä ympäristövaikutuksia voi vähentää kasvattamalla tuotannon</p>

2.10.2008

	ympäristötehokkuutta ja kierrättämällä. Kulutusta voi myös yksinkertaisesti vähentää.
<i>Vapaa-aika ei lisäännny.</i>	Suomessa aikaa käytettiin vuonna 1999 hyvin samankaltaisesti kuin kaksi vuosikymmentä aikaisemmin. Suomalaiset 10-64-vuotiaat käyttävät vuorokaudessa keskimäärin vajaat kuusi tuntia vapaa-aikaan, vajaat kolme tuntia kotitöihin ja kaksi tuntia ruokailuun.
<i>Vähittäiskauppa tehostuu kuluttajan kustannuksella.</i>	Kun kaupassa käynnille lasketaan hinta, johon kuuluvat kohtuullinen korvaus ajasta ja matkakustannukset, päästään Suomessa yli 10 miljardin euron lukemaan. Se on melkoinen kustannus, joka sekä rajoittaa kulutusta että asettaa haasteita yhdyskuntarakenteelle ja ympäristölle.