

Kuluttajaekonomia – kotitalous ja kulutus

Outi Uusitalo

KTT, Kuluttajamarkkinoinnin professori (ma.)

Jyväskylän yliopisto

Kuluttajaekonomia –
kotitalous ja kulutus

Visa Heinonen – Anu Raijas –
Kaarina Hyvönen – Johanna Leskinen
– Marjukka Litmala – Mika Pantzar –
Tarja Römer-Paakkanen –
Päivi Timonens. Helsinki: WSOY.
2005.

Hyvä kuluttajuus on arvokas asia sekä yksilön että yhteiskunnan kannalta ja siksi kuluttajan monipuolinen ymmärtäminen on tärkeää. Suomalaiset kuluttajaekonomian tutkijat ovat koostaneet *Kuluttajaekonomia – kotitalous ja kulutus* -nimisen kirjan, jossa he määrittelevät oppialansa piirteitä, oppisuuntia ja kehitystä sekä hahmottelevat tulevaisuuden suuntauksia alan tutkimuksessa sekä opetuksen painopistealueissa. Tarve opille viisaasta kulutuksesta ja taloudenpidosta on ilmeinen. Kuluttajaekonomian syntyhistoria ulottuu 1800-luvun lopulle, jolloin kotitaloustieteen tutkimus alkoi orastaa. Nykyisin kulutusta tutkitaan monilla eri tieteenaloilla, joista perinteisin lienee mikrotaloustiede. Kuluttajasta ovat kiinnostuneet myös markkinointi, psykologia, sosiologia, antropologia, historia, viestintätiede sekä yhteiskuntatieteet kuten gerontologia. Monissa tarkasteluissa kulutus on etäännyntynyt taloudesta. Kuluttajaekonomian tärkeänä roolina on keskittyä talouden ja kulutuksen kytköksen hahmottamiseen.

Kuluttajaekonomia oppialana ei kiinnity mihinkään yksittäiseen teoriaan tai paradigmaan eikä metodiin. Alan tutkijat sanoutuvat irti yhden paradigman tieteenä ja vakuuttavat

avoimuutta tutkimaan ajassa liikkuvia tärkeitä ilmiöitä, tarttumaan mielenkiintoisiin tutkimushaasteisiin niillä menetelmillä, jotka tutkittavaan ilmiöön parhaiten sopivat. Kirjoittajat toteavat kuitenkin moniparadigmaisuuden varjopuolen: samaan aikaan, kun kuluttajaekonomian välittämä kuva kuluttajasta on monipuolinen ja laaja-alainen, alan systemaattinen tiedon kasvu on jäänyt vähäiseksi. Tuloksena voi olla liiankin pirstaleinen tutkimusalue.

Kirjan missiona vaikuttaa olevan määrittää kuluttajaekonomian tieteellisen tutkimuksen sisältöä paitsi historiallisesti, myös tämän päivän tutkimuksen ja tulevaisuuden haasteiden kautta. Kirjoituksista rakentuva kokonaisuus hahmottaa alaa valaisevammin ja monipuolisemmin kuin kirjan alussa esitetty määrittelmä, jonka mukaan kuluttajaekonomia määritellään oppiaineeksi, jossa ”tarkastellaan yksittäisiä kuluttajia ja kotitalouksia taloustieteen näkökulmasta unohtamatta kontekstia eli yhteiskuntaa”. Itse asiassa taloustieteen rooli alan viimeaikaisissa tutkimuksissa on ollut vähäinen. Taloustieteelle tyypillisiä menetelmiä on sovellettu varsin harvoissa kuluttajaekonomian tutkimuksissa, joihin kirjassa viitataan.

Visa Heinosen kirjoittama oppihistoriallinen tarkastelu ”Kuluttajaekonomian juuret – oppihistoriallisia näkökulmia” on kiehtovaa luettavaa. Se kuvaa tiiviisti, mutta kattavasti, alaan vaikuttaneet tutkijat ja traditiot: taloustieteen uusklassinen traditio, käyttäytymistieteellinen ja markkinointitutkimuksen suuntaus sekä yhteiskuntatieteelliset kriittiset näkökulmat. Kulutusyhteiskunnan muotoutumista kuvaava historiallinen kertomus valaisee niitä tapahtumia ja olosuhteita, joiden puitteissa suomalainen kulutusyhteiskunta rakentui.

Anu Raijas tarkastelee kotitalouksien voimavaroja ja niiden hallintaa ja nimeää alueen yhdeksi kuluttajaekonomian keskeisimmistä kysymyksistä ja kiinnostuksen kohteista. Voimavarat ovat moniulotteisia: ne luokitellaan inhimillisiin, taloudellisiin, aikaresurssihin ja sosiaaliseen pääomaan. Kotitaloudet ovat voimavarojensa ja niiden käytön suhteen hyvin erilaisia, tilanteet ja olosuhteet vaihtelevat. Yksiselitteisiä ohjeita ja sääntöjä on vaikeaa antaa ja siten tutkimukselle ja koulutukselle muodostuu keskeinen haaste ja tutkimuskenttä.

Päivi Timonen käsittelee kuluttajan tiedon ja toiminnan välistä linkkiä tai sen puuttumisen problematiikkaa artikkelissaan ”Arkinen järkeily”, joka kuvaa eri tieteenaloilla käytyä keskustelua rationaalisen toiminnan luonteesta. Keskeinen kysymys on, miten tieto tuotteiden käytön seurauksista, mahdollisista hyödyistä ja riskeistä näkyy päätöksenteossa. Esitellyssä lähestymistavassa yhdistyy taloustieteen, psykologian, sosiaalipsykologian keskustelu ja siinä sivutaan myös fenomenologian ja sosiaalisen interaktionismin suuntauksia.

Kaarina Hyvönen, Johanna Leskinen ja Mika Pantzar ovat koostaneet luvun ”Selityksiä, ymmärrystä ja merkityksiä – kuluttajaekonomian paradigmaattinen kehitys”. He totea-

vat taloustieteen ja kuluttajatutkimuksen kytköksestä, että ”tämän päivän kulutustutkimuksen kirjallisuudessa taloustiede esiintyy joko historian jäänteinä tai viitteenä, jota vastaan muita tutkimustraditioita tarkastellaan.” Kirjoittajien mukaan taloustieteellinen kulutustutkimus on jäänyt markkinoinnin kulutustutkimuksen jalkoihin. Taloustiede on tyypillisesti ollut kiinnostunut kulutukseen liittyvistä havaittavista tekijöistä. Kulutuksen syitä tai motiiveja ei ole tarkasteluihin sisällytetty. Kuluttajaekonomian paradigmaattinen kehitys onkin kulkenut uusklassisen taloustieteen kuluttaja-teoriasta institutionaaliseen taloustieteeseen ja edelleen kohti uusia suuntauksia, joista esimerkkinä mainitaan kulutuksen harjoittamisen näkökulma.

Marjukka Litmala tarkastelee oikeudellisten instituutioiden toimintaa ja oikeudellisten ongelmien kokemista. Oikeudellisilla instituutioilla, kuten sääntelyllä ja eri oikeudellisilla toimielimillä on tärkeitä kosketuspinnat kuluttajaekonomiaan. Tarja Römer-Paakkanen valottaa perheyrittäjän kotitalouden ja yrityksen yhteistoimintaa systeemiteorian näkökulmasta.

Visa Heinosen ja Anu Raijaksen kirjoittama ”Kuluttajaekonomian tulevaisuudennäkymiä” esittelee kuluttajaekonomiaa lähellä olevia tutkimussuuntauksia: historia (Braudel), hyvinvointitutkimus (Scitovsky), kuluttajan suvereenisuus ja markkinarakenne (A.O. Hirschman), hankintajärjestelmät (Fine), kulutusyhteiskunnan kehityslinjat (Ritzer) ja median historia (Ewen). Keskusteluun tuodaan edellisissä luvuissa esiteltyjen lisäksi joukko uusia paradigmoja tai suuntauksia. Kirjoittajien mukaan kuluttajaekonomia on luonteeltaan moniparadigmainen ja se painottaa soveltavaa, empiiristä lähestymistapaa. Uudet kuluttajaekonomistien haasteet vaativatkin tutkijoilta jousa-

vuutta ja innovatiivisuutta. Haasteina nähdään globalisaation vaikutusten tutkiminen, kulttuuristen tekijöiden merkityksen tutkimus ja siihen liittyvät uusien aineistojen – kuten filmit ja video – mukanaan tuomat metodologiset innovaatiot sekä polarisaatio resurssiltaan vahvoihin ja heikkoihin kuluttajiin.

Kuluttajaekonomian artikkelit esittelevät kiintoisia näkökulmia kulutukseen ja kotitalouden kysymyksiin. Kuluttajaekonomia piirtyy omaleimaisena tutkimusalueena, jolla on paikansa taloustieteiden ja yhteiskuntatieteiden risteyskohdassa. Tarkastelussa ovat mukana kulutuksen edellytykset ja seuraukset, liittymäkohdat talouteen ja talouspolitiikkaan, yhteiskunnalliseen kehitykseen, sääntelyyn ja valtiovallan ohjailuun. Tutkimus kohdistuu kotitalouksien ja kuluttajien arjen tasolle ja lähtökohdaksi on kuluttajan hyvinvointi. Markkinoinnin kuluttajatutkimus, joka on lähestynyt kuluttajaekonomiaa, pohtii kulutusta enemmän liikkeenjohdollisten kysymysten näkökulmasta. Tärkeitä kysymyksiä ovat myös kulutuksen ongelmat, ja uusi tieto voidaan valjastaa hyödyttämään kuluttajia, auttamaan heitä toimimaan itsensä kannalta oikein globalisoituvassa kutosyhteiskunnassa.

Kirjoittajat ovat kuluttajaekonomian tunnettuja edustajia, ja useimmat heistä työskentelevät Helsingin yliopiston kuluttajaekonomian laitoksella tai Kuluttajatutkimuskeskuksessa. Samalla kun he muodostavat oppiaineen

ydinasiantuntijaryhmän Suomessa, kirjasta välittyy kuva avoimuudesta, muutoshalukkuudesta, yhteistyöhalukkuudesta lähitieteiden edustajien kanssa. Kirja luo kuluttajaekonomian opiskelijoiden ja tutkijoiden yhteisöä. Vuosien saatossa moni opiskelija ja tutkija on kantanut kortensa kekoon, ja näin on muodostunut oppiaine nimeltä kuluttajaekonomia.

Kuluttajaekonomia täydentää suomalaisten korkea-asteen oppikirjojen niukkaa tarjontaa. Aihepiiri on tärkeä paitsi yliopistollisessa opetuksessa myös ammattikorkeakouluissa, joiden kuluttajaopinnot valmentavat työntekijöitä kuluttaja-alan tehtäviin. Kirjan vaatavuustaso kuitenkin saattaa edellyttää perehtyneisyyttä teorioihin ja tutkimuksiin melko laajasti.

Kirjan lähdeluettelo on kattava ja monipuolinen. Se palvelee kuluttajatutkimuksesta kiinnostuneita ja johtaa mielenkiintoisten teosten äärelle. Loppuun on koottu lista kuluttajaekonomian opinnäytetöistä vuosilta 1952–2004, joka tukee osuvasti kirjan sanomaa kuluttajaekonomian kehityksestä ja sisällöstä. Ajankohdaksi on tartuttu alusta saakka, mitä kuvastaa esimerkiksi Kepon ”Ansiotyön vaikutus kotitaloustyön organisointiin” vuodelta 1952. Suomalaisen kuluttajaekonomian tutkimuksen ja opetuksen perusta kiteytyy Niinimäki-Eräjään tutkielmassa vuodelta 1959: ”Tiskauskoneen taloudellisuudesta kodissa. Koetutkimus.” □