

Tutkimus Laurean opiskelijoiden kulutussuunnitelmista



Haataja, Arto

Laurea-ammattikorkeakoulu
Kerava

Tutkimus Laurean opiskelijoiden kulutussuunnitelmista

Arto Haataja
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Lokakuu, 2009

Arto Haataja

Tutkimus Laurean opiskelijoiden kulutussuunnitelmista

Vuosi

2009

Sivumäärä

62

Opinnäytetyön aihepiirinä on kuluttaminen, joka kuuluu kansantaloustieteen piiriin. Aiheena on kuluttajien kuluttamisen tutkiminen eli yksityinen kulutus. Johtoajatuksina ovat kuluttajien kuluttamisen suuntauksien ja niiden rahoitustapojen selvittäminen. Tutkimuksella saadaan tietoa siitä, mihin Laurea-ammattikorkeakouluopiskelijat sijoittavat varansa seuraavan vuoden kuluessa ja kuinka he hankkivat niihin rahaa. Tutkimus voi saada tutkimukseen osallistujia pohtimaan kuluttamista ja ehkä tekemään kuluttamiseen ja sen rahoitukseen liittyviä suunnitelmia. Tutkimuksella saadaan tietoa, josta voi olla hyötyä kaupoille ja rahalaitoksille. Opinnäytetyön alkuosassa selitetään kuluttajien kulutuskäyttäytymistä.

Ihmisillä on tarpeita, joita he tyydyttävät kuluttamisella. Nyky-yhteiskunnassa tarvitaan rahaa, joka on vaihdon väline. Yleensä rahaa hankitaan työtä tekemällä, josta saadaan palkkaa tai omistamalla, jolloin on mahdollista saada pääomatuloja. Rahaa voi myös lainata, mutta lainattu raha on kuitenkin maksettava takaisin korkojen kera. Hyöty synnyttää kysyntää, joka synnyttää kuluttamista.

Lähestymistapana tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista tutkimustapaa, joka sisältää avoimia kysymyksiä. Tietoa tutkimukseen hankittiin e-kyselylomakkeella, jota lähetettiin sähköpostilla kaikille Laurea-ammattikorkeakouluopiskelijoille. Kaikilta tutkimukseen osallistuvilta kysyttiin samat kysymykset. Saadut kvantitatiiviset tiedot koodattiin numeromuotoon ja niistä tehtiin Excel taulukoita ja kuvaajia. Taulukoiden ja kuvaajien sekä avoimiin kysymyksiin saatujen vastausten pohjalta tehtiin analyysiä aiheesta ja johdettiin päätelmiä. Kuluttajien kulutuskäyttäytymistä selittävää osaa varten on etsitty ja luettu kyseistä aihetta käsitteleviä artikkeleita ja kirjoja.

Eniten Laurean opiskelijat kuluttavat asumiseen ja energiaan, elintarvikkeisiin; juomiin ja tupakkaan, vaatteisiin ja jalkineisiin sekä liikenteeseen. Nämä ovat niitä välttämättömyyksiä, joita tämän päivän ihmiset eniten tarvitsevat elämässään. Palkka ja opintotuki ovat selvästi yleisimmät Laurean opiskelijoiden tulon lähteet ja niitä nautitaan usein molempia yhdessä. Suurin osa Laurean opiskelijoista kerää kuluttamiseen tarvittavat varat säästämällä ja yleensä se tapahtuu palkkatuloista. Yleensä Laurean opiskelijoilla ei ole liikaa rahaa. He joutuvat kuluttamaan harkiten ja miettimään mitkä hankinnoista ovat heille todella tarpeellisia. Isoja hankintoja kuten omistusasuntoa varten Laurean opiskelijat tarvitsevat lainaa, mutta niinhän on asian laita yleisesti koko väestön kohdalla. Kuluissa yritetään säästää esimerkiksi niin, että hankitaan uuden auton sijasta käytetty. Suosituin suunniteltu seuraavan vuoden aikana suoritettava suurempi hankinta Laurean opiskelijoiden joukossa oli lomamatka, jonka aikoo hankkia vajaa puolet kaikista vastaajista. Toiseksi suosituin suunniteltu hankinta oli kännykkä, jonka aikoo hankkia vajaa viidennes vastaajista.

Asiasanat: kuluttajakäyttäytyminen, kulutus, ostaminen, ostokäyttäytyminen, rahankäyttö

Arto Haataja

Consumption Plans of Students at Laurea

Year	2009	Pages	62
------	------	-------	----

This thesis deals with the role of consumption in the economy. This study is focused on the private consumption of consumers. The primary purpose of the study is to define the main targets to reveal which consumers' plans of consumption are during year 2010. The study explains how the students of Laurea University of applied sciences get and use their money. The study gives information which is useful for stores and banks. In the beginning of the thesis the consumption behaviour of consumers is explained.

The study method was quantitative. The information of the study was obtained with an e-questionnaire which was sent to the students of Laurea University of applied sciences. The quantitative information was encoded and tables and graphs were made from them. After that analysis and conclusions were made on ground of the study. Finally were wrote the essay which explains the consumption behaviour of consumers.

The results of the study show that the students of Laurea spend most their money on housing and energy, groceries, drinks and tobacco, clothes and footwear and traffic. They are the necessities which people usually need a lot. The salaries and study grants are the most general sources of money for the students of Laurea. In many cases they both are available for the students. Most students of Laurea get their cash available from their salaries. Usually the students of Laurea do not have plenty of money. They have to consider their consumption habits and think what things really need for their lives. For big investments, such as apartments they need to take out a loan. All expenses are kept down for example by buying second hand cars instead of new ones. According to the study almost half of the students of Laurea are planning a holiday trip during the ongoing year and almost every fifth of them is going to purchase a new mobile phone.

Key words: consumer behaviour, consumption, purchasing, purchase behaviour, expenditure

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Kulutuskäyttäytymisen teoriaa	7
2.1	Kuluttava ihminen.....	7
2.2	Nuorten kuluttaminen	10
2.3	Naisten shoppailua	16
2.4	Kuluttaminen osana kaupunkikulttuuria	17
2.5	Suomalaisten kuluttaminen	19
2.6	Kulutuspäätöksiä	21
3	Tutkimus Laurea-ammattikorkeakouluopiskelijoiden kulutussuunnitelmista ja varojen hankinnasta	23
3.1	Vastaajat	23
3.1.1	Vastaajien lukumäärä	23
3.1.2	Vastaajien iät	24
3.1.3	Vastaajien asuinkunnat.....	26
3.2	Vastaajien suunnittelemaa hankintoja seuraavan vuoden sisällä	27
3.3	Vastaajien nauttimat tulot ja tuet.....	29
3.4	Varojen hankintatapa	30
3.5	Laurean opiskelijoiden kuluttaminen eri kulutusryhmissä	31
3.5.1	Elintarvikkeet, juomat ja tupakka	31
3.5.2	Vaatteet ja jalkineet	32
3.5.3	Asuminen ja energia	33
3.5.4	Sisustus ja kodinhoito	33
3.5.5	Terveys.....	34
3.5.6	Liikenne	35
3.5.7	Tietoliikenne	35
3.5.8	Virkistys, kulttuuri ja koulutus.....	36
3.5.9	Hotellit, kahvilat ja ravintolat.....	37
3.5.10	Muut tavarat ja palvelut.....	37
3.6	Rahan käytön suuruusjärjestys	38
4	Tutkimuksen reliabiliteetin ja validiteetin arviointi.....	39
5	Yhteenveto ja johtopäätökset	40
6	Oma arvio opinnäytetyöstä.....	42
	Lähteet	45
	Kuvaluettelo	49
	Liitteet.....	50
	Liite 1 E-lomakkeen malli	51
	Liite 2 Kommentteja kuluttamisesta ja kulutussuunnitelmista	53

1 Johdanto

Kuluttaminen ja säästäminen ovat ihmisen elämän perusasioita, jotka on hallittava jotta elämä onnistuisi. Ihmiset tarvitsevat rahaa vaihdon välineenä ja rahan käyttö suuressa määrin vaatii suunnitelmallisuutta. Kuluttamisen suuntauksat ovat tärkeä osa kauppiaiden ja myyvien yritysten toimintaa. Asia on huomioitava tilauksia tehdessä, investointeja suunnitellessa ja hinnoittelussa. Rahalaitoksia kiinnostaa tietää ovatko kuluttajat säästämässä vai lainaamassa rahaa.

Tutkimuksella saadaan tietoa siitä, mihin Laurea-ammattikorkeakouluopiskelijat sijoittavat varansa seuraavan vuoden kuluessa ja kuinka he hankkivat niihin rahaa. Tutkimus voi saada tutkimukseen osallistujia pohtimaan kuluttamista ja ehkä tekemään kuluttamiseen ja sen rahoitukseen liittyviä suunnitelmia. Tutkimuksella saadaan tietoa, josta voi olla hyötyä kauppoille ja rahalaitoksille.

Tutkimuksen tarkoituksena on vastata kysymyksiin: millaiset ovat Laurea-ammattikorkeakouluopiskelijoiden kulutussuunnitelmat seuraavan vuoden sisällä ja kuinka he hankkivat kuluttamiseen tarvittavat varat? Tutkimuksen aihepiirinä on kuluttaminen, joka kuuluu kansantaloustieteen piiriin. Tutkimuksen aiheena on kuluttajien kuluttamisen tutkiminen eli yksityinen kulutus. Johtajatuksena on kuluttajien kuluttamisen suuntauksien ja niiden rahoitustapojen selvittäminen.

Lähestymistapana käytettiin kvantitatiivista tutkimustapaa, joka sisältää avoimia kysymyksiä. Tietoa tutkimukseen hankittiin e-kyselylomakkeella, jota lähetettiin sähköpostilla kaikille Laurea-ammattikorkeakouluopiskelijoille. Kaikilta tutkimukseen osallistuvilta kysyttiin samat kysymykset. Saadut kvantitatiiviset tiedot koodattiin numeromuotoon ja niistä tehtiin Excel taulukoita ja kuvaajia. Kuvaajien sekä avoimiin kysymyksiin saatujen vastausten pohjalta tehtiin analyysiä aiheesta ja johdettiin päätelmiä. Kuluttajien kulutuskäyttäytymistä selittävää osaa varten on etsitty ja luettu kyseistä aihetta käsitteleviä artikkeleita ja kirjoja.

Ihmisillä on tarpeita, joita he tyydyttävät kuluttamisella. Nyky-yhteiskunnassa tarvitaan rahaa, joka on vaihdon väline. Yleensä rahaa hankitaan työtä tekemällä, josta saadaan palkkaa tai omistamalla, jolloin on mahdollista saada pääomatuloja. Rahaa voi myös lainata, mutta lainattu raha on kuitenkin maksettava takaisin korkojen kera. Hyöty synnyttää kysyntää, joka synnyttää kuluttamista.

2 Kulutuskäyttäytymisen teoriaa

Kulutuskäyttäytyminen on kuluttajan tunnereaktion, havainnoinnin ja ympäristön dynaamista vuorovaikutusta silloin, kun ihminen vaihtaa näkökulmaa elämässään. Kuluttajakäyttäytyminen sisältää ihmisen kokemia ajatuksia ja tunteita, jotka saavat aikaan toimintaa kuluttamisen prosessissa. Se sisältää myös kaikki ne asiat ympäristössä, jotka vaikuttavat kuluttamiseen liittyviä ajatuksia, tunteita ja toimintaa. Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavia asioita ovat muiden kuluttajien mielipiteet, markkinointi, hintatiedot, tuotteen pakkaus ja ulkonäkö sekä monet muut tekijät. Kuluttajakäyttäytyminen on dynaamista ja vuorovaikutteista vaihtokauppaa. (Peter & Olson 2008, 5)

2.1 Kuluttava ihminen

Kuluttajakäyttäytyminen on dynaamista, koska yhteiskunnan jatkuva muutos vaikuttaa ajatuksiin, tunteisiin ja toimintaan. Esimerkiksi internet on muuttanut kuluttajien tiedon hakua tuotteista ja palveluista. Kulutukseen liittyvien tekijöiden muutos tekee tarpeelliseksi kuluttamisen tutkimisen, jotta markkinoijat olisivat tietoisia ajankohtaisista kulutustrendeistä ja voisivat kehittää markkinointistrategiaansa. Eri markkinasegmentteihin on valittava omat strategiansa. Tuotteiden elinkaaret lyhenevät ja siksi on jatkuvasti luotava uusia tuotteita ja uusia versioita jo olemassa olevista tuotteista sekä uusia brandeja ja strategioita niitä varten. Uusilla strategioilla hankitaan yhä enemmän asiakkaita. Kuluttajat voivat hankkia esimerkiksi halvan hintaluokan tietokoneen, vaikka sille ei juuri olisikaan käyttöä. Kuluttamisen tarpeet ja halut vaihtelevat ajan kuluessa eri kuluttajaryhmien sisällä. (Peter & Olson 2008, 6-7)

Markkinoijien on ymmärrettävä tuotteiden ja brandien merkitys kuluttajille, sekä kuinka kuluttajat hankkivat ja käyttävät tuotteita ja mitkä ovat kuluttajien ostojen vaikuttimet. Kun markkinoijat hyödyntävät vuorovaikutuksen merkityksen kuluttajalle, he voivat paremmin tyydyttää kuluttajien tarpeita ja haluja sekä luoda lisäarvoa brandilleen. Nykyään keskihintaista tuotetta ostetaan yhä vähemmän, koska halvat ja kalliit tuotteet ovat tulleet enemmän suosituiksi. Muuttuneiden kuluttajatottumusten seurauksena myös markkinointistrategian on muututtava kysynnän ja tarjonnan mukaiseksi. (Peter & Olson 2008, 8) Kulutuskäyttäytyminen on vaihtokauppaa ostajien ja myyjien välillä (Peter & Olson 2008, 9).

Markkinoinnin ammattilaisten on ymmärrettävä kohdemarkkinoiden ostokäytöstä ennen ostamista, sen aikana ja sen jälkeen. Yksinkertaiseenkin hankintaan kuten hampurilaisen ostamiseen, voi vaikuttaa piileviä motiiveja. Perusteellinen tutkimus paljastaa syviä ja tiedostamattomia syitä, jotka osoittavat ostokäyttäytymisen monimutkaisuutta. Ostoprosessiin käytetyn ajan ja ponnistelun määrään vaikuttaa ostotilanteen luonne. Ostajan motiivit, käsitys, tietämys, arvot, asenteet ja elämäntyyli vaikuttavat ostoprosessiin. (Smith & Taylor 2004, 115)

Uskomukset ja asenteet vaikuttavat motiiveihin, jotka puolestaan vaikuttavat siihen kuinka ihminen näkee ja hahmottaa ostoon liittyviä asioita kuten kuvia, mainontaa, tuotteita ja kauppoja. Lisäksi mielipiteitä, asenteita ja uskomuksia opitaan esimerkiksi ystäviltä ja kollegoilta, myynninedistämisen toimenpiteistä sekä tuotteiden ja palveluiden käyttökokemuksista. (Smith & Taylor 2004, 115) Kaikki nämä tekijät vaikuttavat kuluttajassa kaupallisten ärsykkeiden kuten mainonnan kautta ja niiden vaikutus ilmenee lopulta ostokäytöksessä (Smith & Taylor 2004, 116).

Kuluttajakäyttöön liittyviä sisäisiä tekijöitä ovat muun muassa kuluttajan muistot, hänen persoonallisuutensa ja ne ihmiset, joiden seurassa hän yleensä on. Ulkoisia kulutuskäyttöön liittyviä tekijöitä ovat esimerkiksi kuluttajan varallisuus ja ulkonäkö. Ulkoisista tekijöistä laita ja säädökset, sää, aukioloajat, sekä tuotteen saatavuuden puute ja kiireellisyys voivat vaikuttaa ostokäyttäytymisen muutosta. Kulutus päätösten teon monimutkaisuus syntyy järjen ja tunteen vaikutuksesta ihmisen sisäisessä prosessissa, jota ulkoiset tekijät ohjaavat. (Smith & Taylor 2004, 116-117)

Kulutuskäyttäytymisen prosessiin sisältyy kuluttajan toteuttama ostettavan tuotteen valinta, sekä sen ostaminen, käyttäminen, huoltaminen ja käytöstä poistaminen. Kulutuksen kohteeseen liittyy ideoita ja kokemuksia, jotka tyydyttävät kuluttajan tarpeita ja haluja. Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavia asioita ovat muun muassa hankittavan tuotteen käyttötarkoitus, kuluttajan väestötieteellinen asema; johon liittyviä asioita ovat esimerkiksi kuluttajan ikä ja sukupuoli, sekä kuluttajan psykologiset ominaisuudet ja elämäntyyliin liittyvät asenteet. (Solomon 2006, 38)

Hyvien vaikutusten lisäksi kuluttajakäyttäytyminen voi sisältää myös yleensä haitallisena pidettävää toimintaa, josta kärsivät tyhmiä kulutus päätöksiä tekevien yksilöiden ohella muutkin ihmiset. Huonosti vaikuttavia kulutus päätöksiä voivat olla esimerkiksi ihmiselle epäterveellisten ja riippuvuuksia aiheuttavien tuotteiden kuluttaminen, muiden ihmisten hyväksikäyttäminen sekä varastelu. (Solomon 2006, 38)

Kulutuskäyttäytymistä tutkittaessa tarkkaillaan ja selitetään sitä, kuinka kuluttajat toimivat markkinoilla. Tutkimuksen kohteena voi olla yksilöllinen kulutus tai kuluttajaa voidaan tutkia osana suurta yhteisöllistä ryhmää. Kuluttajakäyttäytymistä voidaan tutkia karkeasti ottaen kahdelta eri kannalta. Kun kuluttajatutkimusta tehdään myönteisellä näkökannalla, on käytettävä suhtautumistapa tieteellisen objektiivinen ja kuluttajan oletetaan olevan järkevä toimija markkinoilla. Selittävää näkökulmaa käytettäessä päinvastoin korostetaan subjektiivisesti kuluttajan yksilöllisen kokemuksen merkitystä ja ideana on, että kaikki kuluttajan käyt-

täytymiseen liittyvät asiat tulkitaan subjektiivisen moninaisesti ja pyritään selittämään hyvin tarkasti. (Solomon 2006, 39)

Ihminen kuluttaa ensisijaisesti perustarpeiden tyydyttämiseen. Ravintoa ostetaan; jotta nälkä lähtisi, ostetaan vettä ja pesuaineita; jotta oltaisiin puhtaita sekä hankitaan asunto; jotta oltaisiin lämpimässä, kuivassa ja turvallisessa tilassa. Toissijaisesti voidaan hankkia vähemmän tärkeitä tuotteita kuten ajoneuvoja, jotta päästään liikkumaan käytännöllisesti paikasta toiseen. Ihmisellä on taipumus hankkia tuotteita, jotka lisäävät hänen viihtyvyyttään. Tavoitteena voi olla esimerkiksi oman asunnon sisustaminen yksilölliseen tyyliin. Kuluttamisella voidaan myös hankkia välineitä itsensä toteuttamiseen. Tämä voi tapahtua muun muassa harastamalla eri asioita, jolloin kulutetaan aikaa ja virkistytään.

Ihmiset ovat yksilöitä, joiden toimintaa ohjaavat järki ja tunteet, eli ihmiset ovat persoonia, joilla on oma tahto. Ympäristö voi tarjota mahdollisuuksia tai rajoittaa ihmisen oman tahdon mukaista toimintaa. Yksilöiden erilaiset ominaisuudet vaikuttavat siihen, kuinka hyvin he kykenevät hyödyntämään ympäristöään. Lisäksi yksilön kuluttamiseen vaikuttavia asioita ovat muun muassa kansallisuus ja kulttuuri, hänen harjoittamansa uskonto, maantieteellinen sijainti sekä asumisympäristö. Kuluttajan elämän historia voi vaikuttaa nykyhetkessä tehtäviin kulutus päätöksiin, kuin myös hänen tulevaisuuden odotukset omiin kulutusmahdollisuuksiinsa. Näin ollen yksilöiden kuluttamiseen tarvittavien varojen hankintatavassa ja kuluttamisen kohteissa on eroavaisuuksia. Joillekin ihmisille työ voi olla elämän pääsisältö, kun toisille se voi olla vain vähän kiinnostusta herättävä elämän osa-alue. Osa ihmisistä haluaa työstään lähinnä vain korkeaa palkkaa, jotta he voisivat kuluttaa paljon. Heille palkka on se tekijä, joka määrittää mitä työtä tai missä he suostuvat tekemään. Toisille työn teko itsessään voi olla arvokasta ja tyydytystä tuottavaa toimintaa, jolloin he voivat tyytyä vähäiseen palkkaan. Heille työssä viihtyminen on palkan suuruutta tärkeämpi tekijä. Suomessa kuluttamisympäristö on melko antelias, mikäli rahaa on tarpeeksi. Melkein mitä ja millaisia tuotteita ja palveluja tahansa on mahdollista ostaa rahalla. Euroopan yhteisön tarkoitus on tehdä niin kansainvälinen kaupankäynti, kuin myös yksityinen kulutus helpoksi, vaikka osa sen määrittämisestä direktiiveistä koetaan rajoittaviksi tekijöiksi markkinoilla.

Yleensä kuluttajat pyrkivät kuluttaessaan tekemään hankintoja, joissa tuotteen suhteellisesti edullinen hinta yhdistyy sen korkeaan laatuun. Kuitenkin laatu voi merkitä yksilöllisesti eri asioita, eli ihmiset arvostavat tuotteissa ja palveluissa erilaisia ominaisuuksia. Esimerkiksi tietokonepelaamisen harrastaja voi pitää uutta tietokonettaan huippulaadukkaana, kun vastaavasti ohjelmoinnin ammattilaiselle kyseisen tietokoneen ominaisuudet voivat olla täysin riittämättömiä. Jotkut ihmiset valitsevat ostettavan tuotteen kuten auton sen hyvän suorituskyvyn vuoksi, jolloin hankintaa perustellaan järkevyydellä. Kuitenkin toisille ihmisille voi tietyn tuotteen ostamisen peruste olla sen hauska ulkonäkö. Silloin tuotteen hankinta perustuu

enemmän tunteeseen kuin järkeen. Ihminen voi olla uskollinen tietyllä tuotemerkillä eli brandilla. Luottamus brandiin on voinut syntyä ajan kanssa tuotteen käytön aikaisempien hyvien kokemusten johdosta.

Ihmisten varallisuuseroista johtuen voi heidän kulutus asenteensa olla jopa täysin vastakkaisia. Yleensä kohtuullisesti tienaaavat ihmiset pitävät hyvänä kauppana edullisia ja tarpeellisia ostoksia. Muillekin voidaan kehuskella, kuinka hyvät kaupat on tullut tehtyä. Kuitenkin varallisuuden kasvaessa voi tilanne muuttua siten, että aletaan kerskua kuinka paljon, usein ja mihin rahaa on tuhlatu. Tapana voi olla esimerkiksi kalliiden helmien tai arvostettujen taidesiineiden ostaminen, joista ei juuri muuta hyötyä ole kuin se, että ne kauniilta näyttävät. Tietysti kyseisiä ostoksia voidaan tehdä myös sijoitusmielessä, jolloin niiden toivotaan toimivan arvon säilyttäjinä tai kasvattajina. Rikkaat siis rahoillaan pröystäilevät ja eniten ostoksiin tuhlanut voi tuntea itsensä onnistuneeksi kuluttajaksi vertaistensa seurassa. Kuluttamisen keinoin voidaan myös pyrkiä kokemaan harvinaisia äärikokemuksia, joita haetaan esimerkiksi matkustamalla avaruuteen turistina.

2.2 Nuorten kuluttaminen

Opiskelu on tulevaisuuden investointi. Opiskelemalla haetaan valmiuksia työtehtäviin, joissa mahdollisesti on suuri palkka, joka puolestaan mahdollistaa suuren kuluttamisen. Harvemmin kuitenkaan opiskelun aikana saa tehdä omaa haaveiden työtä, ainakaan täydellä palkalla. Siksi opiskelijat usein joutuvat elämään vähällä kuluttamisella, vaikka kuluttamisen tarve olisikin suuri. Kun itsenäistyvät opiskelijat alkavat elämään omillaan, he joutuvat hankkimaan oman asunnon ohella kaikkia muita elämän välttämättömyyksiä. Tämän takia he usein tarvitsevat erilaisia lainoja.

Lukiolaisten kuluttaminen perustuu itsekontrolliin, jossa on säästäväisyyttä, harkitsevuutta ja ekologis-eettisyyttä. Kuluttaja kuva on hyveellinen, itsensä hallitseva ja järkevä toimija, joka sallii itselleen nautintoja tuhlaillen mutta järkevästi. Kulutus päätöksiensä onnistumista arvioidaan eli mietitään tuoko se iloa ja hyötyä vai onko hankinta täysin hyödytön. Huoleton kulutus liittyy vain tiettyyn aikaan ja paikkaan kuten shoppailuun, ravintoloihin ja matkailuun. (Autio 2006, 135)

Nuorten kulttuurissa tuhlaus merkitsee iloista rahan kuluttamista, josta ei aiheudu mielihäpeää. Vain mielihäpeää aiheuttavaa tuhlausta pidetään turhana kulutuksena. Kulutus aiheuttaa mielihyvää, kun hedonisti tasapainoilee itsekurin ja halujen välimaastossa, nautintojen käytön rakentumisen jännitteiden vallitessa (Lehtonen 1999). Tosin nautintoa voidaan kokea ilman jännitystä eli itsekontrolli ja hedonismi voivat toimia ristiriidattomasti. Kulusta keski-

tietä siis etsitään kulutuksen suhteen. Nuorten tuhlaaminen voi olla sitä, että halutaan välttää vastuullista aikuisuutta. (Autio 2006, 136)

Nuoret tietävät paljon vihreästä kuluttamisesta, mutta eivät juuri noudata sitä elintapanaan (Moisander 2001). Naisten kanta ympäristöasioihin on aatteen kannattamista tai huonon omantunnon potemista. Miehet yleensä eivät huomioi luontoa toiminnassaan, päinvastoin kestävän kehityksen kannattajaa voidaan pitää hiukan outona tyyppinä. Kuluttaminen voi olla myös neutraalia, jolloin siihen ei liity sen kummemmin itsekuria kuin hedonismia. Kulutuskulttuuriin liittyy valta, joka liittyy sekä yksilön arkisiin käytäntöihin että yhteiskunnan rakenteisiin. (Autio 2006, 137-138)

Kasvu kuluttajaksi alkaa lapsuudesta. Ensin valmistetaan kuopukselle konsumeristinen maailma eli hankitaan vauvan elämälle välttämättömiä tuotteita. Lisäksi lapsen vanhemmille voi tulla tarve hankkia suurempi asunto ja auto. Lapsi kuluttaa välillisesti vanhempiensa kautta esimerkiksi silloin, kun hankitaan turvaistuin autoon. Lapsi tekee kulutus päätöksen, kun hän valitsee kaupasta itselleen lelun tai makeisia. Aikuisten itsenäisiä kulutus päätöksiä ohjaavat muodit ja käytännöt (Eräranta & Moisander 2005). Nuoret pyrkivät rakentamaan identiteettiään merkkien kulutuksella. (Autio & Paju 2005, 6)

Yleisimmät nuorten tulolähteet ovat palkkatyö, taskurahat ja opintoraha. 15-29-vuotiaiden ikäjakauman nuorimman ja vanhimman välillä on selvää eroavuutta. Iän myötä tapahtuu palkkatyön yleistymistä ja sukulaisilta saadun rahansiirron vähentymistä. Pojista 51 prosenttia ja tytöistä 43 prosenttia tekee säännöllistä palkkatyötä. Nuorisobarometrin mukaan 15-29 vuotiaista pojista jonkinlaista palkkatyötä tekee 57 prosenttia ja tytöistä 52 prosenttia. Poikien työsuhteista 70 prosenttia on täysipäiväisiä ja tytöillä 54 prosenttia. Kuitenkin alle 25 -vuotiaat tytöt käyvät töissä poikia useammin opiskelun ohella. Pääasiallisesti opiskelevista tytöistä 32 prosenttia ja 28 prosenttia pojista on palkkatyössä. 25-29 -vuotiaista opiskelevista tytöistä 65 prosenttia ja pojista 71 prosenttia käy palkkatyössä. Opiskelevista tytöistä 54 prosenttia ja pojista 44 prosenttia pitää opintorahaa kulutuksensa tulonlähteenä. Taskurahaa sukulaisilta on saanut 75 prosenttia nuorista. (Nuorisobarometri 2005)

Säännöllinen palkkatyö on yleisin ja tärkein tulonlähde yli 20-vuotiaille. Enemmän kuin kolmasosa 15-29 -vuotiaista saa sukulaisiltaan taskurahaa ja se on puolelle nuorista tärkein tulonlähde, mutta sitä se on kuitenkin vain harvoille yli 20-vuotiaalle. Alle 20-vuotiaista nuorista enemmistö asuu vanhempiensa luona ja vanhempien tuki on heille selvästi tärkein käyttövarojen lähde. Pojat pitävät tyttöjä tärkeämpänä tulonlähteenä palkkatyötä ja oman yrityksen tuottoa. Tytöt pitävät opintorahaa poikia useammin tärkeimpänä tulonlähteenä. Tämä johtuu siitä, että tytöt opiskelevat useammin kuin pojat, jotka käyvät tyttöjä useammin töissä. Lisäksi poikien työsuhteet ovat tyttöjä useammin täysipäiväisiä. 15-16 -vuotiaista tytöistä 18

prosenttia ja pojista 17 prosenttia on palkkatyössä. Lukiolaisista tytöistä palkkatyössä on 30 prosenttia ja pojista 23 prosenttia. Kaikista opiskelijoista 12 prosenttia pitää pääasiallisena toimintana palkkatyötä. Korkeakouluopiskelijoista 18 prosenttia on pääasiallisesti palkkatyössä. Pääasiallisuudesta riippumatta 39 prosenttia nuorista on palkkatyössä. Peruskoululaisista 17 prosenttia, lukiolaisista 27 prosenttia, ammattikoululaisista 33 prosenttia ja korkeakouluopiskelijoista yli puolet on palkkatyössä. (Nuorisobarometri 2005)

Vanhempien nuorille antama taloudellinen tuki kohdistuu yleensä perustoimeentuloon, ruokaan, vaatteisiin, puhelinlaskuihin ja asumiskuluihin. Puolet nuorista saa vanhemmiltaan tukea ja usein se tulee todelliseen tarpeeseen, ei niinkään ylimääräiseen kulutukseen. Pojat saavat tyttöjä enemmän taskuraha vanhemmiltaan ja he kuluttavat tyttöjä enemmän harrastuksiin ja liikenteeseen. Vanhempien tuki on sitä suurempaa mitä välttämättömämmistä menoista on kyse. Viikkorahojen määrä on ajan mittaan jatkuvasti kasvanut. (Nuorisobarometri 2005)

Brandien merkitys kuluttajien elämän jäsentäjinä ja kuluttajaidentiteetin määrittelijöinä on vahvistunut (Klein 2001, Lachance ym. 2003, Mattila 2002). Myös brandien vastaisuus on kasvussa ja se näkyy mielenosoituksina ja tuoteboikotteina. Nuorille kulutus merkitsee ostamisen ohella itseilmaisua, identiteetin rakentamista ja luovuutta (Wilska 2002). Vanhempien vaikutus nuorten kulutusasenteisiin on merkittävä. Nuoret pyrkivät hankkimaan omaan viiteryhmäänsä kuuluvia brandeja. (McNeal 1987, 98) Myöhemmin yksilöllisyys korvaa yhteenkuuluvuuden tarvetta. Hyvät suhteet vanhempiin vähentävät viiteryhmävaikutusta nuoren kulutus päätöksiin (Moschis 1987, 105). Teinien kulutussosialisaatiota muokkaavat myös media ja yritysten markkinointitoimenpiteet (Gunter & Furnham 1998, 32). (Aledin 2005)

Teini-ikäiset määrittelevät arvonsa, suosionsa, menestyksensä ja roolinsa sosiaalisessa hierarkiassa käyttämiensä brandien avulla. Ystävät valitaan esimerkiksi vaatteiden, musiikin ja tietokonepelien perusteella. (Lachance & Beaudoin & Robitaille 2003, 48) Voidaan ajatella, että yhteisen brandin suosinta synnyttää oman heimon (Lindstrom & Seybold 2003). Brandiyhteisö on erikoistunut ja maantieteellisesti rajaamaton kiinteä yhteisö, joka perustuu brandin suojoiden sosiaalisiin suhteisiin. Brandiyhteisöjä ovat esimerkiksi Harley Davidson - moottoripyörien omistajat tai Apple - tietokoneiden käyttäjät. (Muniz & O'Guinn 2001) Teinit yhdistävät yleensä arvostettuja brandeja omaan tyyliin ja siten rakentavat identiteettiä. (Aledin 2005)

Suomalaisten nuorten kulutus on rationaalista, hinta-laatu suhteen sekä tuotteiden funktionaaliset ominaisuudet huomioivaa, taloudellista ja suomalaisuutta arvostavaa (Mattila 2002). Toimivista brandeista ollaan valmiita maksamaan paljon. Järkevyydestä kulutuksessa kertoo se, että kalliita ja halpoja brandeja yhdistellään omassa tyyliin. Suosittuja tuotekategorioita nuorille ovat vaatteet, laukut, harrastusvälineet ja kännykät. Ne ovat näkyviä tuotteita ja

kertovat ympäristölle käyttäjästä. Näillä tuotteilla on funktionaalisten hyötyjen ohella itseilmaisullista merkitystä. (Aledin 2005)

Kalliita brandeja ei aina saada taloudellisista syistä johtuen. Toinen syy välttää brandia voi olla se, että sitä käyttämällä leimautuu negatiivisesti vaatteilla hienostelijaksi eli pissikseksi. Toiset taas olettavat samaisen brandin käytön olevan huipputrendikästä. (Mattiila 2002) Vaatebrandien itseilmaisullisuus on lähinnä korkean elintason viestimistä, vaikka se olisikin tarkoituksetonta. Suositut haute couture -merkkiset laukut hankitaan joko alkuperäisinä tai piraattikopioina. Harrastusvälinebrandeissa samaistutaan lajin huippuihin käyttämällä samoja merkkituotteita. Tällaisia ovat esimerkiksi Niken sponsoroima Jordan ja Adidaksen Beckham. Makeisia tai virvoitusjuomia ei käytetä itseilmaisuun, vaan maku määrää mitä syödään tai juodaan. Vanhempien vaikutus korostuu elintarvikkeissa ja hygienia tuotteissa, joka jatkuu pitkälle nuorten itsenäistymisen aikaan. Vanhemmilta sisaruksilta kopioitua tyyliä pidetään enemmän imartelevana huomiona kuin ärsyttävänä apinointina. (Aledin 2005)

Nykyisin perheet ovat kulutusyksiköitä. Ne käyttävät palveluja ja ruoan alusta asti valmistaminen harvinaistuu. Nuorten kuluttajien riskejä ovat luottokorttitalous ja helpot lainat. Riskitalouksia luovat kulutusluottojen kasvu, pitkät lainat ja etukäteissäätämisen vähentyminen. Nuorten riskit ovat suuria, koska oman talouden hallinta ja suunnitelmallisuus ovat alussa. Nuorissa kuluttajissa on varallisuus tasoltaan monenlaisia ihmisiä, mutta yleensä nuoruus on kulutuksen kannalta epävarmaa aikaa. Nuoren kuluttajan elämään voi kuulua opiskelua, työllisyyttä ja työttömyyttä sekä kotityöjaksoja. Työttömyysaste on korkealla tasolla, vaikka työttömyysjakso yleensä ovat lyhyehköjä. Nuorten ansiotulot siis vaihtelevat. Epävarmuutta tulevaisuuden suunnittelulle aiheuttaa työttömyys, joka on uhka taloudelliselle jatkuvuudelle. Nykyään vapaa-ajan ja välttämättömyyskulutuksen raja on häilyvä. Nuoret kuluttajat haluavat kokeilla uutta, mutta samalla he haluavat säilyttää taloudellisen turvallisuuden. He haluavat sitoutua yhteen työpaikkaan ja työn pysyvyys ajaa palkan ja etenemismahdollisuuksien ohi (Myllyniemi 2004). (Ruuskanen-Parrukoski 2005)

Varsinkin nuoria yksinhuoltajia vaivaa köyhyys. Opiskelijaperheet ansaitsevat neljä kertaa akateemisia perheitä vähemmän. Toisaalta opiskelu on vain tilapäinen vaihe ja taloudellinen tilanne muuttuu paremmaksi, mikäli työtä on myöhemmin tarjolla (Hämäläinen 2004). Nautinnon, luksuksen, liikennevälineiden ja terveyden suhteen nuoret perheet joutuvat usein valitsemaan halvimman vaihtoehdon. Usein halpa vaihtoehto on julkinen palvelu. (Wilska 2004) Nuoria lapsiperheitä rasittavat työttömyys, nuorten heikko asema työmarkkinoilla ja avioerot (Sauli 2004). Nuoret perheet tekevät tietoisia valintoja yhden ansaitsijan ja sosiaaliturvan varaan rakennettuun talouteen. Tähän ovat voineet johtaa pitkät määräaikaisten työsuhteiden jonot. Kotivanhemmuus voi vaikuttaa lastenhoitopalvelujen käytön vähenemistä ja kotitöiden enemmän tekoa. Asunto ja energiakulut ovat suuri osa kulutusmenoja. Ne vievät

noin 40 prosenttia kotitalouden käytettävissä olevista tuloista. Asuminen vuokralla kaupungissa on kalliimpaa, kuin maaseudulla asuntolainalla asuminen. (Juntto 2004) Toisaalta työtilanteiden epävarmuus hankaloittaa oman asunnon hankkimista. Nuorten perheiden ongelma on se, että velanhoitokustannukset ovat kalliita silloin, kun kotitalouden kulutus on korkea. Kuitenkin samaan aikaan sekä tulotaso että riskinotto-kyky ovat alhaiset. (Ruuskanen-Parrukoski 2005)

Rahan hallinnon käytännöt puuttuvat osalta nuorista kuluttajista. Se ilmenee rajojen puutteena, rahankäytön järjettömyytenä ja tuhlauksen ilona. Kulutus, luotonkäyttö, velkaantuminen ja maksuongelmat ovat asioita, joissa turvaudutaan vanhempien ja kaveripiirin apuun ja tukeen. Toisaalta toisinaan ystävät toimivat talousongelmien vaikuttimina eli heidän kanssaan tulee tuhlettua enemmän kuin yksin ollessa. Nuorille velkoja tuottavat korttiluotot, opintolainat, pankkilainat ja tilinylitykset. Velkaantumista tapahtuu, vaikka ollaan kokopäivätyössä tai osa-aikaisena opiskelun ohella. (Lehtinen, A.-R. & Leskinen, J. 2005)

Nuorten rajalliset kulutusresurssit ovat ristiriidassa tarjolla olevaan suureen tarjontaan nähden (Wilska & Virtanen 2002, 102). Arkipäiväiseen kulutukseen sisältyy välttämättömyyksien ohella nautintoja (Autio & Heinonen 2002, 224). Kulutus kiinnittyy nykyhetkeen eli tulevaisuutta ei kulutuspäätöksiä tehtäessä oteta huomioon. Pääkaupunkiseudun korkeat vuokrat yllättävät monet. Näin käy varsinkin, kun erotaan asuinkumppanista ja maksettava vuokrasumma tuplaantuu. Toinen asumismenoja kasvattava tekijä on lukuisat asuinpaikkakunnan sisäiset muutot. Kun rahaa on vähemmän, muuttuu ruokailu hemmottelusta välttämättömydeksi. Ravintoloissa syöminen vaihdetaan kotona syöntiin, ruoan itse valmistamiseen sekä vanhempien luona ruokailemiseen. Kodin hankintaa rahoitetaan luotoilla ja koska luottoa saa helposti, tehdään kaikki tarpeettomatkin hankinnat nopeasti. Tavaraa hankitaan liian paljon ja liian usein. Kohtuulliseen kuluttamiseen liittyvä hitaasti hankittu velkataakka olisi helpommin hallittavissa. (Lehtinen, A.-R. & Leskinen, J. 2005)

Nuoret kuluttavat huolettomasti vapaa-aikaan, viihteeseen, juhlimiseen ja matkustamiseen. Kuluttamiseen liittyy pyrkimys elämän laadun parantamiseen huolettomalla asenteella. Asioita hankitaan impulsiivisesti, koska haluista syntyy tarve hankkia jotain. Kulutusluottoja hankitaan ja velkaannutaan eniten silloin, kun työssä ansaitaan eniten. Jotkut ovat käyttäneet kulutusluottoja tulevaisuuden investointeihin, kuten osakkeisiin ja koulutukseen. Lopputuloksena on voinut olla velkaantumista otettujen riskien seurauksena. Jotkut ovat ottaneet kulutusluoton pieneen arkipäivän hankintaan kuten kodinkoneeseen. Pienillä tuloilla luottoa ei ole saatu maksettua ja näin pienestä velasta on saatu kasvatettua suuri. Osalla nuorista on käsitys, että aikuisilla on tapana käyttää luottoja arkipäivän elämän kustannuksien maksamiseen. (Lehtinen, A.-R. & Leskinen, J. 2005)

Oman talouden perustaminen vakiinnuttaa rahankäytön matalammalle tasolle. Se tapahtuu silloin, kun kaikki pakolliset menot kuten ruoka ja vuokra maksetaan itse. Niukkuus ilmenee päivittäisessä rahankäytössä, hankintojen suunnittelussa ja säästämässä. (Peura-Kapanen 2005, 20) Yleensä itsenäisyys merkitsee nuorille elintason laskua (Wilska & Eresmaa 2002). Tästä johtuen kotona asuvat nuoret ovat elinoloihinsa tyytyväisempiä kuin kotoa muuttaneet nuoret ovat. Vanhempien luona asumisessa yhdistyy vanhempien tuki kohtalaiseen määrään itsenäisyyttä. (Chrisholm & Hurrelmann 1995) Itsenäisestä asumisesta ja elämisestä koituu menoja, jotka ennen vanhemmat maksoivat. Kuitenkin nuoret käyttävät rahaa ja luottoja vapaa-aikaan aikaisempien rahankäyttötottumuksien mukaan. Näin ollen ongelma ei niinkään ole tuloissa, vaan liian suurissa menoissa. (Lehtinen, A.-R. & Leskinen, J. 2005)

Nuoret eivät juuri suunnittele raha-asioitaan. Tämä johtuu siitä, että heidän tulonsa ovat niin pieniä, ettei niitä kannata suunnitella. Toisaalta heillä ei usein edes ole suunnitelmalliseen kuluttamiseen liittyviä taitoja. Toisin sanoen etukäteen säästämistä tai varautumista tulevaisuuden menoihin ei hallita. Usein säästyneille rahoille vain keksitään nopea käyttökohde. (Autio 2004, 393-394) Kuitenkin pieni osa nuorista suunnittelee rahatalouttaan. Silloin kirjaetaan ylös menoja ja seurataan laskujen tuloa. Riskeistä ja niiden seurauksista ollaan tietoisia, kuten myös varoista ja tilin luoton käyttömäärästä. Tuloja pyritään sovittamaan niin, että opintolainaa saadaan keskeytyksettä ja pidetään tili miinuksella niin, ettei siitä aiheudu lisäkuluja. Maksuja ja lyhennyksiä priorisoidaan niin, ettei pankin taholta jouduta vaikeuksiin. Nuoret eivät niinkään velkoja häpeä, vaan ylellisyyden tunnusmerkkien häviämistä elämästä. Kun velkaantumisesta otetaan vastuu: perutaan luottokortit, vaihdetaan asunto halvempaan, hankitaan lisätyötä ja muutetaan kulutustottumuksia. Talouden hallintaa halutaan vahvistaa sen jälkeen, kun on selvitty henkilökohtaisesta konkurssista. (Lehtinen, A.-R. & Leskinen, J. 2005)

Väliinpuotoajanuoret koettavat selvitä veloista ja hakea apua. He eivät kuitenkaan saa neuvontaa tai avustusta, koska heidän velkansa ovat liian pienet. Kuitenkin näille ihmisille arkipäivästä selviäminen on vaikeaa. Velkoja yritetään maksaa, mutta niissä ei pysytä ajan tasalla. Selviytymistä vaikeuttaa myös se, että omaa velkaongelmaa ei täysin ymmärretä. Velkojen takaisinmaksussa on tärkeää olla aloitteentekijä, koska silloin saa neuvotteluvaraa ja edulliset takaisinmaksuehdot. Nuoret pitävät ongelmiansa osasyynä kulutuskeskeistä yhteiskuntakehitystä ja luoton saannin helppoutta. Vaikka täysivaltaisilla ihmisillä on oikeus tehdä erilaisia sopimuksia, ei heillä välttämättä ole valmiuksia välttää taloudellisia ylilyöntejä. (Lehtinen, A.-R. & Leskinen, J. 2005)

2.3 Naisten shoppailua

Paris Hilton on miltei ammatinomaisesti toimiva shoppaaja. Hänellä on perintöön perustuvat lähes rajattomat kulutusresurssit, joiden takia hänellä on mahdollisuus jatkuvaan itsekkääseen kuluttamiseen ja itsensä hemmotteluun. Tällaisten kuuluisien huippukuluttajien toimia seurataan sensaatiohakuisten uutistuottajien taholta tiiviisti. Näitä eliittikuluttajia pidetään muoti-ikoneina, kauniina prinsessoina ja kalliiden kauppojen huippuasiakkaina, joiden elämää ehkä ihailaan, kadehditaan ja matkitaan. Jonkin verran kuluttamisen diivan eleitä sisältyy myös suomalaiseseen kuluttamisen kulttuuriin shoppailun muodossa.

Tavaratalot on tehty vapaata kaupoissa kiertelyä, uutuuksien ihailua ja ostamista varten. Kyseistä toimintaa nimitetään shoppailuksi. Ostoksilla käyntiin liittyviin mielikuviin liitetään vahvasti naiset. Kulutusyhteiskunnassa ostaminen aiheuttaa helposti riippuvuutta. Mainonnalla pyritään aiheuttamaan uusia tarpeita, joita tyydytetään ostamalla tuotteita. Shoppailu on sosiaalisesti hyväksyttävää vapaa-ajan huvia, vaikka suomalaiset paheksuvat tuhlareita. Kuluttajien alttius ostoärsykeille vaihtelee. Tämä voi johtua siitä, että ympäristön viriketason tarve yksilöllisesti vaihtelee. Osalle kuluttajista kaupoissa kiertely ja ostelu ovat nautinnollista ja enemmän tai vähemmän harmitonta huvia. Ostoympäristöstä on tarkoitus saada vaihtelua ja virikkeitä arkipäivään. (Avoranta 2003, 93)

Himoshoppailu on syytä erottaa lievempien oireiden takia ostoriippuvuudesta eli oniomanias-ta, joka on pakonomaista ja toistuvaa tarvetta ostaa tuotteita, joita ei yleensä edes tarvita. Shoppailijan tyypillisiä luonteenpiirteitä ovat vaihtelunhalu, impulsiivisuus ja sosiaalisuus (Stenius 1998,). Eloisat, puheliaat ja äkkipikaiset ihmiset ovat innokkaimpia ja impulsiivisimpia shoppailijoita. Rauhallisilla persoonilla on tapana kuljeskella ja katsella kaupoissa ja he voivat olla tyytyväisiä, vaikka eivät ostaisi mitään. Shoppailua pidetään usein pukeutumistuotteisiin liittyvänä ilmiönä, mutta toisinaan siihen liittyy myös sisustustarvikkeiden, kosmetiikan ja ruoan ostaminen. (Avoranta 2003, 94)

Himoshoppaaja on ihminen, joka seuraa muotia, haluaa olla hyvännäköinen ja on vaihtelunhaluinen ulkonäkönsä liittyvissä asioissa. Hän käyttävät rahaa mielellään esteettisiin tuotteisiin ja kampaamopalveluihin. Ostopäätöksen hetkellä himoshoppaaja olettaa myöhemmin saavansa hankintojensa vuoksi ihailua osakseen. Hänelle kuluttaminen on huoletonta huvia, jossa ei piitata ympäristön tai talouden tilasta. Rahapulassa ollessaan himoshoppaaja säästää muista kuluista saadakseen haluamansa tuotteen. (Avoranta 2003, 95)

Himoshoppajaa tekee ostopäätöksensä itsenäisesti ja ostoaikeissa ollessaan hän liikkuu yksin tehdäkseen löytöjä. Juuri ostetun vaatteen esitleminen myöhemmin ystäville on hänelle palkitseva kokemus. Himoshoppaaja on usein nuori ekstremisti, jolla on kiinnostusta muotia

kohtaan ja ostoksia tehdessään hän haluaa kokea mielekkäitä kokemuksia. (Groepfel & Bloch 1990) Himoshoppaaja ei aina etsi jotain tiettyä tuotetta ostettavakseen, mutta hän tekee ostoja silloin, kun hän löytää jotain itselle sopivaa. Riippumatta siitä ovatko ostot impulsiivisia tai tarkkaan harkittuja, ne voidaan jälkeenpäin kokea onnistuneiksi tai epäonnistuneiksi kaupoiksi. Suurinta nautintoa shoppailija kokee onnistuneen oston jälkeen. Himoshoppaaja on intohimoinen kaupoissa kiertelijä, uutuuksien ihailija ja iloa tuovien asioiden ostaja. Hän keskittyy ostamaansa tuotteeseen ostotapahtuman sijaan. Hänen yleisiä puheenaiheitaan ovat viimeaikaiset tuoteostot sekä niiden ostopaikat. (Avoranta 2003, 96-97)

2.4 Kuluttaminen osana kaupunkikulttuuria

Shoppailijoilla on tapana toimia kuin leluja itselleen haalivat lapset. Aina ei viitsitä leikkiä vanhoilla leluilla, vaan välillä voi tulla yllättävä tarve saada jotain uutta. Shoppailijat kulkevat haltioituneena kulutusympäristössä, kuin lapset huvipuistossa. Aina he eivät tarkalleen tiedä mitä he haluavat ostaa, mutta kiertelevät kuitenkin kaupoissa toivoen löytävänsä jotain kivaa ostettavaa. Kuluttaminen voi olla paluuta onnelliseen lapsuuden kaltaiseen tilaan, jossa työt tai huolet eivät mieltä paina.

Kirpputoreihin liittyy ostamisen ja myymisen hauskuus, tavarapaljouden nautinnollisuus, käytetyn tavaran uutuus ja erilaisuus sekä katuelämän tapahtuman kaltainen elävyys. Kirpputoreille tullaan ostamaan ja myymään sekä seuraamaan ostotapahtumia. Markkinahulina synnyttää mahdollisuuden mielikuvamaailmaan ja luo jännittävän tunteen siitä, että jotain erityistä on kaupan. Väenpaljous lisää tuotteiden kiinnostavuutta tuottaen jopa joukkohysteriaksi miellettyä tilaa. Kirpputoreilta, kuten myös niiden tuotteilta edellytetään patinaa ja räjäisyttä (McCracken 1988, 41). Lahoavaa puuta ja halkeilevaa betonia kaupakeskusten kiiltävää marmoria, lasia ja terästä vastaan. (Mäenpää 2005, 134-136)

Kulutuskäyttäytymisen tekijänä ympäristötietoisuus on vähäinen tekijä verrattuna ostamisen elämyksellisyyteen sekä kirpputorilla käynnin hauskuuteen (Lehtonen 1993). Kirpputorien tavaroiden kirjo on suuri ja niiden alkuperä vaihtelee ajassa (McCracken 1998, 52). Käytettyjen tavaroiden halvat hinnat tuovat ostotilanteessa elämyksen hyvin tehdystä kaupasta. Esimoderniin tyyliin kaupankäyntitilanteen vuorovaikutus huipentuu tinkimiseen, joka on ostamisaktin jännityksellinen tekijä. Kysyntään ja tarjontaan perustuvat hinnat tekevät kirpputoreista mikrotasoisien vapaan markkinatalouden ideaalin. (Mäenpää 2005, 137-138)

Toreilta ostetaan persoonallista erityisyyttä ja distinktiivistä tyyliä, joka perustuu uniikkiuteen. Suurkaupunkilaisuuden ja kuluttamisen distinktiivinen logiikka (Falk 1994, 93-150) edellyttää itseään ilmaisevilta vaatteilta ainutlaatuisuutta. Kirpputorien tavarapaljous ja sen enakoimattomuus edellyttävät ostajalta paljon kiertelyä ja intensiivistä tutkimista. Ostaminen

on penkomista, joka johtaa löytöihin. Löytö on ostettu kohde, jonka jokin ominaisuus kuten laatu, tyyli tai hinta on yllätyksellinen. Tällaista heräteostoa usein pidetään kaikista nautittavimpana ostotapahtumana (Lehtonen 1992, 4). Tosin yllätyksenä syntyvä heräte on odotettu siinä mielessä, että juuri sitä kirpputoreilta lähdetään hakemaan. Odottamaton se on kuitenkin siksi, että oston kohde ei ole ennalta tiedetty. Kirpputorikäynnin kokemus syntyy löydön mahdollisuuden olemassa olost ja sen toiveikkaasta odottamisesta. Tämä on intensivoitua muotoa kuluttajan mentaalista toiminnasta ennen ostoa. Löydön tekeminen on tilanne, jossa tarve muotoutuu yksilöidyksi euforiseksi hyvinolontunnetta huokuvaksi haluiksi. Ostettavien tavaroiden on oltava ostajan maun ja tyylin mukaisia ja hänen kokoelmaan erityisen hyvin sopivia tai niistä puuttuvia (Lehtonen 1992, 4). (Mäenpää 2005, 139-141)

Kuluttaminen on esineiden sisältämien merkitysten liittämistä osaksi minuutta (Falk 1994, 130). Kulutustavaroilla on niihin siirrettyjä ideaalisen hyvän merkityksiä, joilla kuluttaja tavoittelee täydellisyyttä (McCracken 1988, 108-115). Täydellisyydessä yksilön täyteys on sisäistä utooppista prosessia, jossa kulttuurituotteiden representaatiota liitetään omakuvaan. Kuluttaja kehittää omaa tyyliä yksilöllisen erillisyyttä tuottavan distinktiivisen logiikan kautta (Falk 1994, 136-138). Toisin sanoen kuluttaja valitsee itselleen sopivia merkityksiä sisäistettäväkseen. Oman maun mukaan valitaan omaan tyyliin sopivia tuotteita. Omassa sisäisessä substanssissa valitaan sellaisia kuluttamisen kohteita, jotka auttavat erottamaan kuluttajan muista. Kulutettaessa tuotetaan distinktiivistä makua, joka vastaa autenttista omakuvaa eli sitä mitä yksilö kokee olevansa. Kuluttajan utooppinen projekti on minuuden täyttymistä ja sen erillistä tuottamista. (Falk 1994, 130) Lisäksi se on minuuden toteuttamista ja sen todeksi tulemistä. (Mäenpää 2005, 168-171)

Shoppailu on kuluttamista, jonka pääsisältö on hauskuus ja mielihyvä. Toisaalta kuluttaminen voi olla välttämätöntä ostokäyttäytymistä, joka koetaan ainoastaan rasitteena. Shoppailu on päämäärätöntä ja itsetarkoituksellista ajanviettoa. Se on suunnittelematonta ja impulsiivista vapautta ostamisesta, jolloin se on sekä tehotonta että arkipäivän rutiineja pakenevaa toimintaa. Välttämättömät ostokset tehdään tehokkaasti, koska silloin ostoksilla käynti on väline tarpeiden tyydyttämiseksi. Välttämättömät ostokset suunnitellaan rationaalisesti ja ne ovat epäkiinnostavia ja vakavia rutiineja. (Lehtonen 1999, 68) Usein kuitenkin ostoksia tehtäessä nämä shoppailun ja välttämättömien ostoksien suuntautumis- ja suhtautumistavat yhdistyvät käytännön sanelemina (Prus & Dawson 1991, 149). (Mäenpää 2005, 209-210)

Shoppailija tarkastelee tuotteita, joiden on oltava värikkäitä, uusia, jännittäviä ja tuttuja. Tuotteiden on oltava sellaisia, että ne tyydyttävät kuluttamisen halua. Innostavinta shoppailijalle on, kun hän kohtaa jotain kauan odotettua tai kaivattua, mutta siitä on ollut vain epä-määräinen mielikuva. Kun näin käy, shoppailija tuntee tuotteen omakseen ja ostaa sen. Kuluttajilla on kahdenlaisia odotuksia ostoksilla ollessaan. Toisaalta he etsivät jotain erityistä,

jonka toivovat löytävänsä. Toisaalta he ovat avoimia mille tahansa ja suhtautuvat uteliaasti kaikkiin uutuuksiin, joita markkinat tarjoavat. Tällainen avoimuus on ennakkoinnin puhdas muoto siksi, että siitä puuttuu sisältö, eikä shoppailija etsi mitään erityistä tai yksilöityä asiaa. (Mäenpää 2005, 227)

2.5 Suomalaisen kuluttaminen

Suomalaiset kuluttajat ovat suurelta osin yhteneväistä joukkoa. Suomalainen kuluttaja ostaa samaa ruokaa kuin muutkin suomalaiset ja ruokaostoksien suhteen tapahtuu vain hitaita muutoksia ajan kuluessa. Kuitenkin uusia tuulia suomalaisille markkinoille puhaltavat niin sanotut pikavipit, kauppojen bonuskortit sekä internetin ja kännykän käyttäminen kulutusvälineinä.

Joulun aikaan suomalaiset kuluttavat huomattavan paljon rahaa. Tammi ja helmikuu sitten eletään tavallista niukemmin ja helmikuu on myynnin kannalta vuoden hiljaisin kuukausi. Seuraavan kerran myynti kasvaa kun kevätalennukset alkavat. (Räisänen 2007) Alennuksilla on tapana nostaa ostamista ja jopa kymmenen prosentin alennus kasvattaa myyntiä selvästi. (Nieminen 2007)

Joulun jälkeen vilkkainta myyntiaikaa on kesäkuu, jonka jälkeen myynti laskee. Suomessa raha liikkuu sykleittäin eli jokaista huippusezonkia seuraa hiljainen vaihe. Yhteiskunnan pirstoutuminen ei koske kauppaa, vaan massat liikkuvat ostoksilla samaan aikaan. Syksyä kohden myynti nousee koulun alkamisesta, isänpäivästä ja joulusta johtuen. Kun äidit lähtevät isänpäiväostoksille he ostavat isälle halpoja tuotteita, mutta ostavat samalla itselleen jotain luksusta. (Räisänen 2007) Talouden sykkeen rytmi sisältää kuluttamiseen valmistautumisen ajan, jota seuraa säännöllinen itsekurin ja kieltäytymisen aika (Pantzar 2007). Taloudellisesti ajateltuna joululahjat kannattaisi ostaa vasta talven alennusmyynneistä. Toisaalta kaupallissosiaalisilla rytmeillä on kulttuurillista arvoa, jotka luovat yhteisöllisyyttä. (Nieminen 2007)

Kauppaketjujen korttien käyttö on levinnyt laajalle suomalaisille markkinoille. Melkein mihin tahansa kuluttajille suunnattuun palveluun voi käyttää kortteja. Kortit hämärtävät tuotteiden oikeita hintoja, koska ilmaisia lounaita ei ole olemassa. Kaupat ottavat hinnoittelussa huomioon tulevat alennukset ja bonukset. (Kakkonen 2009) Alennukset vaikuttavat kuluttajien valintoihin tehokkaasti. Kuluttajat yrittävät järkiperaistää kulutusta bonuksilla, mutta ehkä tulevatkin vain ostaneeksi tarpeettomia tuotteita. Asiakkaat eivät pohdi liikkeen normaalia hintatasoa. Kanta-asiakkuudessa kuluttaja myy henkilötietonsa ja saa vastineeksi etuja. (Peltonen 2009) Järjestelmän ylläpito on kallista. Sitä pidetään yllä, koska kaupat eivät halua keskittyä pelkkään massamarkkinointiin. (Karismo 2009)

Suomalaiseen kauppakassiin kuuluu leipää ja tuoretta lihaa. Yhä enemmän siellä on juustoa, jogurttia, tuoremehua, virvoitusjuomia, margariinia, kinkkuleikkeitä, pastaa, ranskalaisia perunoita, eineksiä, kasvissalaatteja ja valmisaterioita. Reiluun 20 kilon vuosittaiseen henkilön lihapakettiin kuuluu broileria, lammasta, riistaa ja marinoituja lihapaloja. Muuten tasaista kalan kulutusta heiluttavat hinnanmuutokset. Leivän päälle suomalainen laittaa mieluiten keitettyjä tai savustettuja kinkkusiivuja. Kahvin juonnissa käytetään yhä vähemmän sokeria ja kodeissa leivotaan melkein pelkästään kahvileipiä. Valmisaterioita, puolivalmisteita ja eineksiä, kuten makkaraa käytetään entistä enemmän. Tuoremehuja ja virvoitusjuomia nautitaan ruokapöydissä runsaasti. Usein suomalaiset ostavat vihannestiskiltä tomaattia, kurkkua ja sipulia. (Sinerkari 2008)

Kulutusluotot mahdollistavat kulutuksen tasauksen ajallisesti. Toisinaan on halvempaa maksaa kulutusluoton korkoa kuin maksamattoman laskun perintäkuluja. Kulutusluotoilla vältetään sitä häpeää, jota tutuilta ja sukulaisilta lainaaminen tuottaa. Pikavippien vähäinen byrokratia mahdollistaa nopean lainansaannin. Toisaalta pikavippeihin liittyy huonoja piirteitä. Yksilön ylivelkaantumisen vaara rasittaa sekä yksilöä että yhteiskuntaa suorasti ja epäsuorasti. (Kaartinen & Lähteenmaa 2006, 9)

Pikavippien otto kasautuu työttömille ja huonotuloisille. Yksinhuoltajille niitä kasautuu enemmän kuin muille lapsiperheille. Pikavippejä saa helpommin kuin muita kulutusluottoja. Sitä varten ei tarvitse vakuuksia, työpaikkaa tai takauksia. Pikavipeillä rahoitetaan peruselinkustannuksia kuten ruokaa, vuokraa, muiden velkojen ja korkojen takaisinmaksua sekä kännykkäkuluja. Toisaalta pikavippejä käytetään nautintoaineisiin, alkoholiin ja tupakkaan sekä juhlimiseen. Pikavippien ottajat ovat suhteellisen köyhiä tai heidän raha-asiansa ovat jotenkin muuten huonolla tolalla. Huonoon kierteeseen päädytään, jos joudutaan ottamaan uutta vippiä edellisten korkojen maksamiseksi. Osalle ihmisistä pikavippien otto muodostuu tavaksi. Niin rikkailla kuin köyhillä on tapana ottaa pikavippejä juhlimiseen, alkoholiin ja tupakkaan. (Kaartinen & Lähteenmaa 2006, 47)

Halujen kontrolloimattomuus johtaa ylilyönteihin rahankäytössä (Koljonen 2001). Itsekontrolliin sisältyy sekä säästäminen että tuhlaaminen (Autio 2006). Pikavipeillä on ylläpitävä vaikutus erilaisiin riippuvuusongelmiin kuten pelihimoon. Nuorille ja köyhille pikavipit tuottavat velkaantumista, talouden hallinnan menetystä ja luottohäiriömerkintöjä. Pikavipit ovat osa ylivelkaantumisongelmaa, jossa lainan ja sen korkojen takaisinmaksu tuottaa ihmiselle vaikeuksia. (Iivari 2000) Tosin pikavippeihin liittyvät ylivelkaantumissummat ovat yleensä pieniä. (Kaartinen & Lähteenmaa 2006, 48-49)

Internet on vaikuttanut kuluttajien interaktiivisuuden lisäystä sekä myyviä yrityksiä että kansakuluttajia kohtaan. Internetin kautta tuotteita on mahdollista ostaa miltei mistä tahansa

maailman kolkasta. Kuluttajien foorumeilla vaihdetaan tietoja niin tuotteiden käyttökokeuksista, kuin tuotteisiin liittyvistä mielipiteistä. (Solomon 2006, 38)

Internet ja kännykkä ovat yleistyneet suomalaisilla markkinoilla kulutusvälineinä. Internetistä on käytännöllistä ostaa esimerkiksi musiikkia ja elokuvia, jotka voidaan myydä ja toimittaa sähköisessä muodossa. Lisäksi internet soveltuu hyvin sellaisten kulutushyödykkeiden myyntiin, joita ennen pidettiin postimyyntituotteina. Toisaalta suoraan internetiin ja kännykkään on nopeasti kehitetty paljon uusia maksullisia palveluita. Esimerkiksi kännykkä on valjastettu tehokkaasti kulutuskäyttöön muun muassa interaktiivisten tv-kilpailujen kautta. Nykyiset älypuhelimet ovat käytännöllisesti katsoen taskukokoisia tietokoneita, joita on helppoa käyttää internetin selaamiseen ja sitä kautta ostosten tekoon. Internetin varjopuolena voidaan pitää sähköisessä muodossa olevien tuotteiden piratismia. Verkosta varastaminen on helppoa ja siellä pienissä määrin toimiessa kiinnijäämisen riski on vähäinen. Ilmaista internetistä tapahtuvaa lataamista kannattava kansalaisjärjestö on tuonut esiin sellaista mielipidettä, että kaikki internetissä tapahtuva piratismi tulisi tehdä lailliseksi.

2.6 Kulutus päätöksiä

Ihmisillä on luontainen halu hankkia itselleen omaisuutta, koska uusien hankintojen oletetaan tuovan jatkuvuutta, vakautta ja iloa elämään. Kuluttamisen tarve aktivoi ihmisen tekemään työtä. Mikäli ihminen saa työstä perustoimeentulon, voi hän olla tyytyväinen. Jos hänen varansa riittävät, voi hän lisäksi toteuttaa itseään huvikseen kuluttamisen keinoin. Hän voi esimerkiksi hankkia harrastusvälineitä, kuten aseiden metsästystä varten tai tehdä lomamatkoja virkistääkseen itseään.

Kuluttajien käytössä olevat tulot vaikuttavat heidän kulutusmahdollisuuksiinsa. Tulotasosta riippumatta kuluttajia on monenlaisia. Muun muassa erilaiset elämäntyylit, harrastukset ja mieltymykset vaikuttavat kulutus päätöksiin. Myös kuluttajien tiedon määrä kuluttamiseen liittyvissä asioissa vaihtelee. Kuluttamiseen kuuluu ihmisen perustarpeisiin liittyvien välttämättömyyksien hankkiminen, joita ovat esimerkiksi terveyspalvelut. Sen lisäksi kuluttajat käyttävät myös viihteeseen ja vapaa-aikaan liittyviä palveluja. Kun kuluttamisella haetaan elämyksiä, voidaan haksahda tarpeettomiin ostoksiin. Kulutuksella voidaan pyrkiä rakentamaan yksilön identiteettiä. Lisäksi kuluttamisella voidaan hakea yhteisöllisyyttä trendien ja brandien kautta. Kuluttajien asenteet kulutukseen ovat iästä riippuvaisia. Vanhojen ihmisten asenteet ovat säästäväisiä, kun nuoret ovat enemmän tuhlaavia. Toisaalta nuorten kulusasenteita ohjaavat ympäristön tilaan vaikuttaminen ja eettisyys. Kuluttajat tahtovat kuluttaa yhä enemmän ja monipuolisemmin. Tavaroiden oston ohella myös erilaisten palveluiden käyttö on kasvussa. (Kuluttajan käsikirja 2005, 261-262)

Arkinen kuluttaminen on automaattisesti tapahtuvaa, toistuvaa ja rutiininomaista kulutusaktiiviteettia, jota kuluttajat eivät reflektoi. Arkipäiväinen kulutus on itsestään selvää ja se huomataan vain, kun hyödykettä ei olekaan saatavana. Näin käy esimerkiksi silloin, kun sattuu sähkökatkos tai jotain vastaavaa tapahtuu. Arkinen kulutus liittyy hyödykkeisiin ja käytäntöihin, jotka eivät ole näkyviä tai erityisiä ja ne ovat osa jotain olennaisempaa toimintaa. Kulutusyhteiskunnassa arkisen kulutuksen rutiinien, tapojen ja käytäntöjen ymmärtäminen on tärkeää. Hyödyketarjonta kasvaa ja monimutkaistuu, lisäksi taloudellinen, sosiaalinen ja kulttuurinen ympäristö muuttuu jatkuvasti. Kuluttajat arvioivat ja sopeuttavat kulutusrutiinejaan, tapojaan ja käytäntöjään olosuhteiden muuttuessa. Kuluttajat muuttavat jokapäiväisen kuluttamisen käytäntöjään, mikäli omat taloudelliset, henkiset tai aikaresurssit vähenevät. (Raijas 2003, 76)

Kulutus on osa kuluttajan itsehallinnan prosessia, jossa tehdään yksilöllisiä valintoja. Moderni kuluttaja toimii laskelmoivana hedonistina, joka asettaa kuluttamiselleen rajat turvatakseen kulutuksen jatkuvuuden. Yhteiskunnallisessa muutoksessa arkinen kulutus nähdään osana prosessia, jonka avulla yksilö vahvistuu ja suojautuu muutoksilta. Kuluttaminen voi olla luonteeltaan monimuotoista. Esimerkiksi autolla ajamiseen liittyy useita palveluita ja tuotteita kuten huoltoasemia ja renkaita. Teknisiä laitteita kuten kännykkää käytetään sosiaalisten suhteiden jäsentämiseen, jossa yhdistyy kontrolli ja vapaus. Kulutuslaitteiden kulutusmallin visiossa kontrollointitehtäviä siirretään ihmisiltä teknisille laitteille. Arkinen kulutus on monitahoinen ilmiökenttä ja arkipäiväiset kulutuskäytännöt ja -tavat voivat olla merkityksellisiä. (Raijas 2003, 77)

Kaikki taloudelliset päätökset liittyvät kuluttamiseen. Kuluttamista voidaan jaksottaa eri ajanjaksojen välillä. Suomessa yksityinen kokonaiskulutus on yli puolet bruttokansantuotteesta ja siksi kuluttamisen tekijöiden tunteminen on tärkeää. Kulutuksen ajallinen jaksottaminen vaikuttaa suhdannevaihteluihin, taloudenkasvuun ja talouspoliittisiin ratkaisuihin. Myös kuluttamatta jättäminen eli säästäminen on kulutus päätös. Säästäminen mahdollistaa suuremman kulutuksen tason tulevaisuudessa. Usein säästäminen kohdennetaan tuottoa tuoviin sijoituskohteisiin. Säästäminen vaikuttaa kulutuskysynnän pienentymistä, korkotason muutosta rahan tarjonnan vaikutuksesta sekä muutoksia investoinneissa ja taloudellisten instituutioiden tarpeellisuudessa. (Viitanen 2004, 489-490)

Odotetun hyödyn hypoteesi merkitsee kertakulutustavaroiden satunnaiskulkuprosessia. Sen mukaan ainoastaan yllättävät muutokset pysyväistulossa muuttavat kulutuksen tasoa. (Hall 1978) Kuluttaja karttaa riskejä kulutuksen suhteen esimerkiksi sijoituspäätöksiä tehdessään. Kuluttajien kuluttamisen ajalliseen keinotteluun ei kuitenkaan tarvitse liittyä riskin mahdollisuutta. (Viitanen 2004, 490)

Odotetun hyödyn hypoteesin vastaisia kulutuskäyttäytymiseen liittyviä asioita ovat kuluttajien kulutushistoria, tottumukset ja tavat sekä tuotteiden kestokulutusominaisuudet. Mennyt kuluttaminen vaikuttaa nykyisiin kulutuspäätöksiin (Ferson & Constantinides 1991). Kun kuluttaminen perustuu tuotteen kestävyYTEEN, sitä käytetään niin kauan, kuin se on toiminnan kannalta mahdollista. Kulutustottumusten vaikutuksesta vanha tuote, kuten kännykkä voidaan vaihtaa uuteen vuosittain, koska tuotteelta halutaan uusia ominaisuuksia. Kateustekijät voivat vaikuttaa yksityisiin kulutuspäätöksiin esimerkiksi niin, että halutaan omistaa ainakin yhtä hyvä auto kuin naapurilla on (Abel 1990). Kokonaiskulutukseen kateus ei vaikuta, koska se on kansallinen ilmiö. Toisin sanoen suomalaiset eivät kilpaile kulutuksessaan esimerkiksi ruotsalaisten kuluttajien kanssa. Ajan kanssa tuotteiden kestävyysominaisuuksien vaikutuksesta on siirrytty enemmän kulutustottumuksiin perustuvaan kuluttamiseen. (Viitanen 2004, 491)

Kuluttajat karttavat kulutukseen liittyviä riskejä entistä enemmän ja kuluttamiseen liittyvät epävarmuustekijät pyritään purkamaan nopeasti. Eräs riski on kestokulutushyödykkeiden osittainen arvon palautumattomuus, esimerkiksi auton arvon alentuminen välittömästi sen oston jälkeen. Tällaisia ovat myös vaivannäkö- ja informaatiokustannukset. Kestokulutushyödykkeen hankintaa myöhästyttää palautumattomuuskustannusten kasvu ja sen nopea kuluminen johtaa uuden tuotteen aikaiseen hankintaan. Taloudellisella epävarmuudella on tapana myöhästyttää kestokulutustavaroiden hankintaa ja vähentää hankinnan todennäköisyyttä. (Viitanen 2004, 492) Kuluttajien epävarmuus vaikuttaa kuluttamiseen, joka vaikuttaa edelleen suhdannevaihteluiden voimakkuuteen (Viitanen 2004, 493).

3 Tutkimus Laurea-ammattikorkeakouluopiskelijoiden kulutussuunnitelmista ja varojen hankinnasta

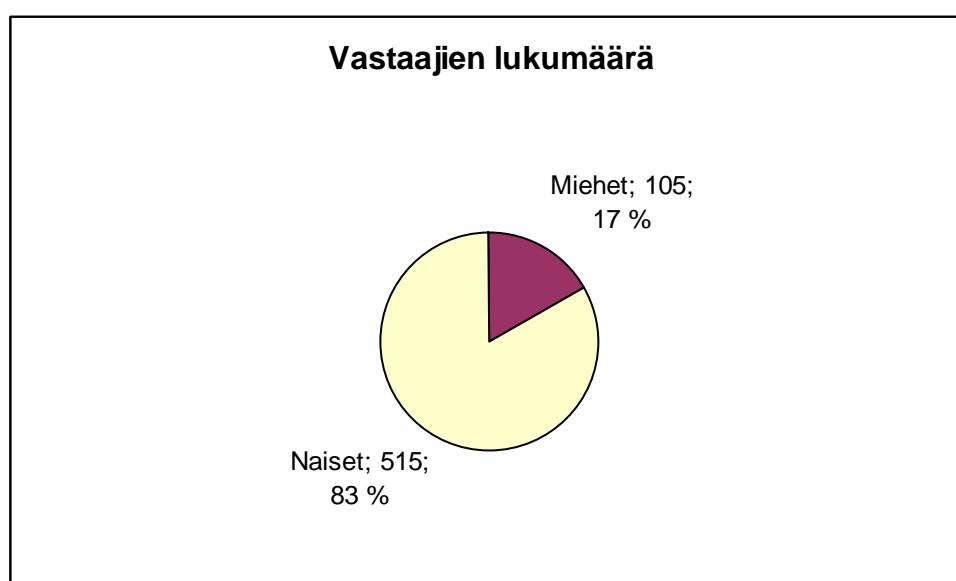
Laurean opiskelijoiden kulutussuunnitelmia mittaavaan tutkimukseen on tietoja kerätty e-lomakkeella 11.2.2009 - 15.4.2009 välisenä aikana. Lomakkeen kysymyksiin on haettu mallia Kuluttajabarometrista, joten tutkimukset ovat keskenään vertailukelpoisia. Lomake lähetettiin kaikille Laurean opiskelijoille. Saatujen vastausten perusteella kirjoitettiin tekstiä ja kuvia sisältävä raportti, joka selittää Laurean opiskelijoiden kuluttamista ja rahan hankintaa. Tutkimuksen teon jälkeen kirjoitettiin yksityistä kuluttamista selittävä osio, joka on tämän opinnäytetyön 2. luku.

3.1 Vastaajat

3.1.1 Vastaajien lukumäärä

Vastauksia kyselyyn tuli yhteensä 620 henkilöltä. Vastaajista miehiä oli 105 henkilöä ja heidän prosenttiosuutensa kaikista vastaajista oli 17 prosenttia. Vastaajista naisia oli 515 henkilöä ja

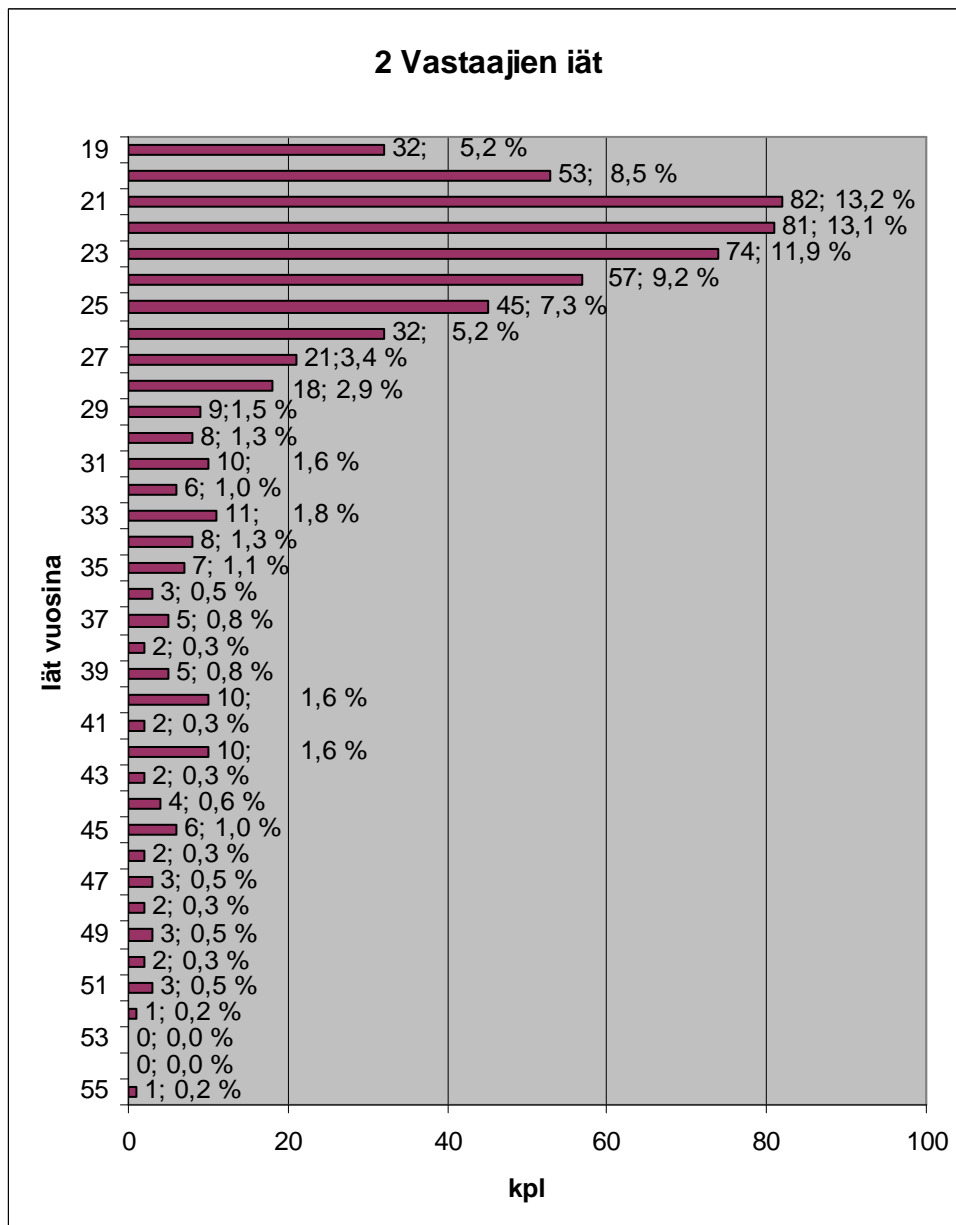
heidän prosenttiosuutensa kaikista vastaajista oli 83 prosenttia. Laurean 7324 oppilaan joukosta vastausprosentti oli 8,5 prosenttia. (Laurea Keravan opintotoimisto 22.4.2009) Lomakkeet oli suurimmaksi osaksi täytetty kaikilta osin oikein, mutta jonkin verran oli palautettu vain osittain täytettyjä lomakkeita. Vastaajille epäselvyyttä eniten aiheutti kysymys viiden kohdalla ollut järjestyslukujen suuruuden suunta. Suurin kuluttamisen arvo siis oli 1 ja pienin 10, näitä virheitä sitten korjailin raporttiin, jos niistä oli mainittu kommenttialueella. Toisinaan vastauksia oli kirjoitettu kommentti alueelle, vaikka olisi ollut mahdollista käyttää aiemmin annettuja valmiita vaihtoehtoja. Näin oli varsinkin työn vastikkeena olevan palkan saamisesta ja siitä säästämisen tapauksessa, josta vastaajat usein olivat kirjoittaneet kommentti alueelle. (Kuva 1: vastaajien lukumäärä)



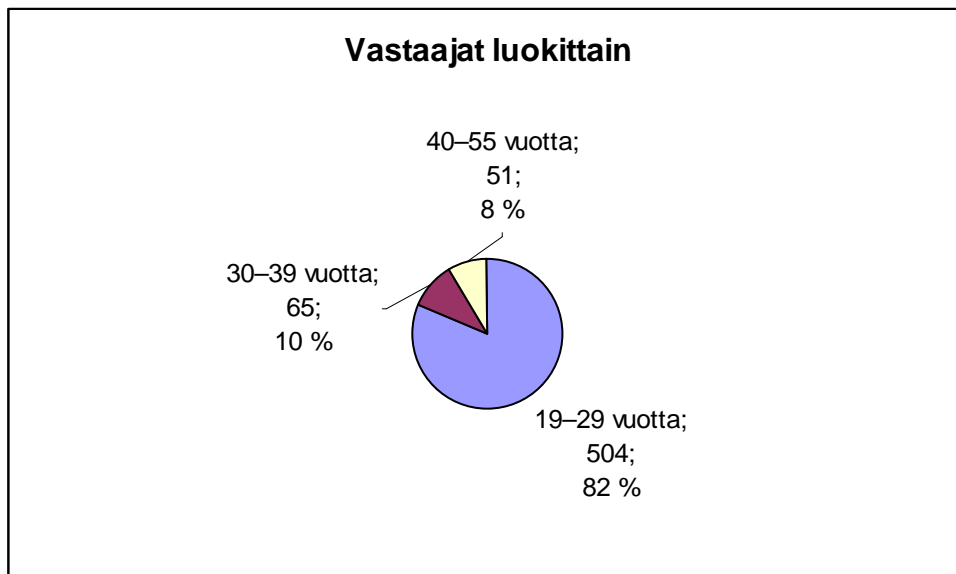
Kuva 1: Vastaajien lukumäärä.

3.1.2 Vastaajien iät

Vastaajien iät olivat 19 ja 55 vuoden välillä. Valtaosa vastaajista oli 19 - 29 - vuotiaita. Heitä oli yhteensä 504 henkilöä ja se on 82 prosenttia kaikista vastanneista. 30 - 39 -vuotiaita vastaajia oli 65 henkilöä ja se on 10 prosentin osuus kaikista vastanneista. 40 - 55 -vuotiaita vastaajia oli 51 henkilöä ja se on 8 prosenttia kaikista vastanneista. Vastaajien määrän kuvaajan huippuna olivat 21 -vuotiaat, joita oli 82 henkilöä ja se on 13,2 prosentin osuus kaikista vastanneista sekä 22 -vuotiaat, joita oli 81 henkilöä eli 13,1 prosentin osuus kaikista vastaajista. Jakauma on muodoltaan jyrkkä ja se on huipusta vanhempien suuntaan määrällisesti painotunut. Se on vuosittain laskeva 30 -vuotiaisiin asti, jonka jälkeen alkaa kuvaajan epämääräinen pitkä häntä. Yleisin vastaajan ikä oli 21 vuotta, keskiarvoikä oli 26 vuotta, iän mediaani oli 23 vuotta ja iän keskihajonta oli 7. (Kuva 2: vastaajien iät, kuva 3: vastaajat luokittain)



Kuva 2: Vastaajien iät.

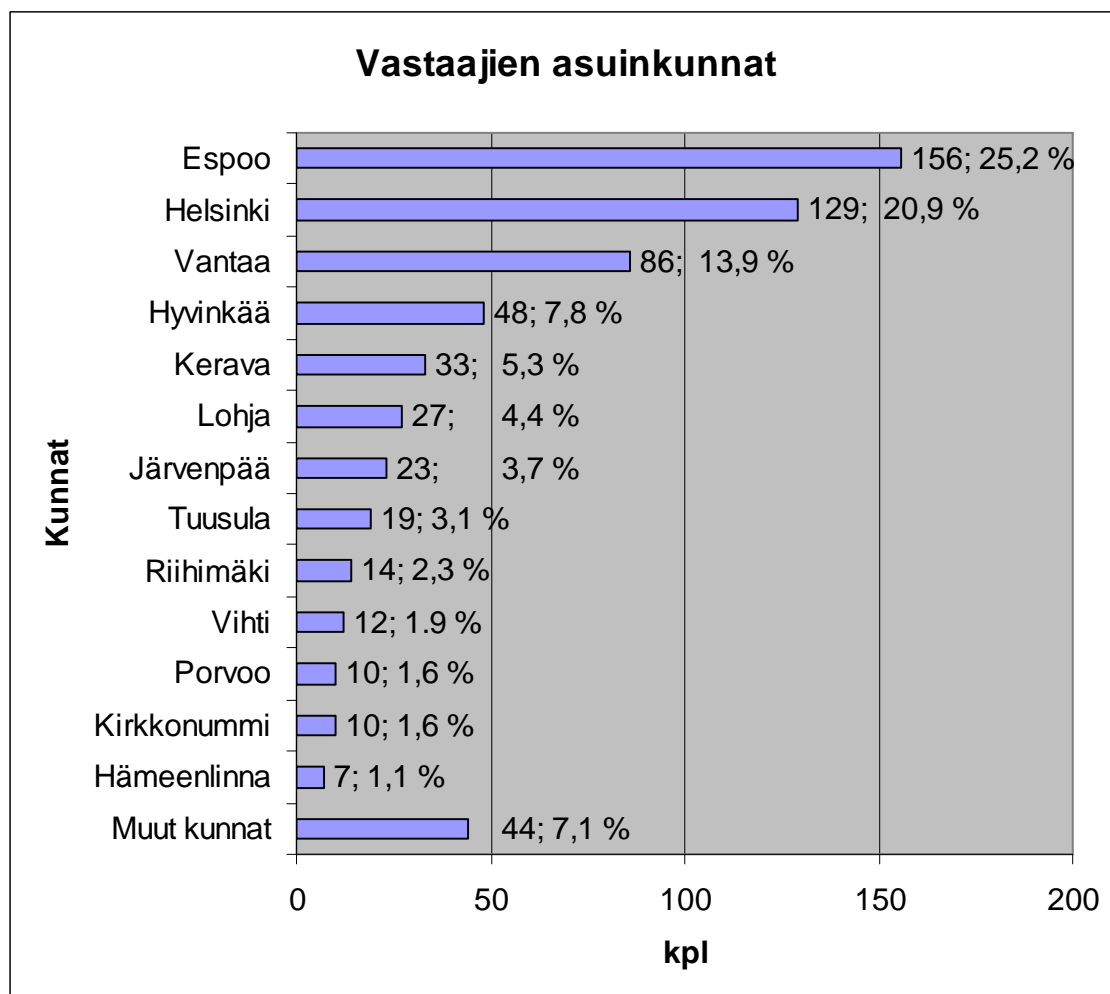


Kuva 3: Vastaajat luokittain.

3.1.3 Vastaajien asuinkunnat

Eniten vastauksia tuli espoolaisilta, joita oli 156 henkilöä ja se on 25 prosentin osuus kaikista vastaajista. Toiseksi eniten oli helsinkiläisiä vastaajia, joita oli 129 henkilöä ja se on 21 prosentin osuus kaikista vastaajista. Kolmanneksi eniten vastaajista oli vantaalaisia, joita oli 86 henkilöä ja se on 14 prosentin osuus kaikista vastaajista. Yhteensä noista kaupungeista tuli valtaosa vastauksista eli 371 kappaletta ja se on 60 prosentin osuus kaikista vastaajista. Pääkaupunkiseutu siis oli vahvasti edustettuna. Näiden jälkeen vastauksia kertyi enemmän niistä kaupungeista, joissa on Laurean toimipiste tai niiden naapurikaupungeista. Hyvinkääläisiä vastaajia oli 48 henkilöä ja se on 7,8 prosentin osuus kaikista vastaajista, keravalaisia oli 33 henkilöä ja se on 5,3 prosentin osuus kaikista vastaajista, lohjalaisia oli 27 henkilöä ja se on 4,4 prosentin osuus kaikista vastaajista, järvenpääläisiä oli 23 henkilöä ja se on 3,7 prosentin osuus kaikista vastaajista, tuusulalaisia oli 19 henkilöä ja se on 3,1 prosentin osuus kaikista vastaajista, riihimäkeläisiä oli 14 henkilöä ja se on 2,3 prosentin osuus kaikista vastaajista ja vihtiläisiä oli 12 henkilöä ja se on 1,9 prosentin osuus kaikista vastaajista. Porvoosta sekä Kirkkonummesta oli kummastakin kymmenen vastaajaa ja niillä molemmilla on 1,6 prosentin osuus kaikista vastaajista ja Hämeenlinnasta oli seitsemän vastaajaa ja se on 1,1 prosentin osuus kaikista vastaajista. Vähemmän kuin viiden vastaajan asuinkuntia oli 28 kappaletta ja niistä vastaajia kertyi yhteensä 44 henkilöä ja ne vastaavat 7,1 prosentin osuutta kaikista vastaajista. Nurmijärveltä oli neljä vastaajaa ja se on 0,6 prosentin osuus kaikista vastaajista, Askolasta sekä Kauniaisista oli molemmista kolme vastaajaa ja niillä molemmilla on 0,5 prosentin osuus kaikista vastaajista. Kahden vastaajan kuntia olivat Sipoo, Pornainen, Siuntio, Nummi-Pusula, Salo, Mäntsälä, Pukkila, Hanko sekä Tampere ja niillä on kullakin 0,3 prosentin osuus kaikista vastaajista. Yhden vastaajan kuntia olivat Kouvola, Tammela, Nastola, Hausjär-

vi, Karjalohja, Oulu, Loppi, Turku, Toivakka, Lempäälä, Sastamala, Nokia, Ruotsinpyhtää, Karjaa, Raasepori sekä Pieksämäki ja niillä on kullakin 0,2 prosentin osuus kaikista vastaajista. Yhteensä vastaajia oli 42 asuinkunnasta. Hajontaa oli vastaajissa Etelä-Suomen alueelle painottuen, mutta kuitenkin vähän vastauksia tuli miltei koko Suomen alueelta Lappia lukuun ottamatta. Vastaajista kaikkein kauimpana asui oululainen vastaaja. Kaksi vastaajaa ei osannut vastata oikein asuinkuntaa käsittävään pakolliseen kysymykseen. (Kuva 4: vastaajien asuinkunnat)

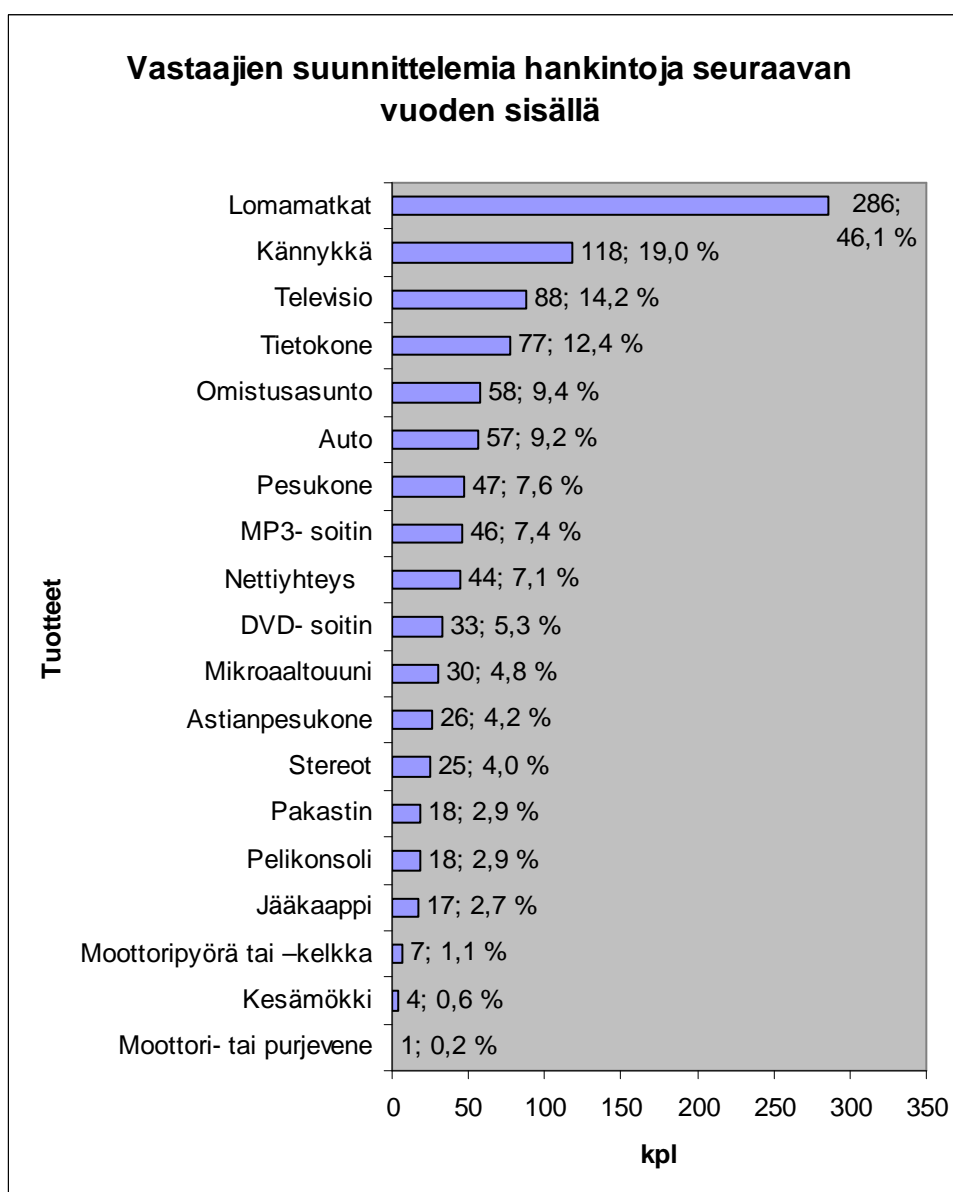


Kuva 4: Vastaajien asuinkunnat.

3.2 Vastaajien suunnittelemaa hankintoja seuraavan vuoden sisällä

Suosituin suunniteltu hankinta vastaajien keskuudessa oli lomamatka, jonka oli valinnut 286 henkilöä ja se on 46 prosentin osuus kaikista vastaajista. Toiseksi suosituin hankinta oli kännykkä 118 kappaleen ja 19 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Kolmanneksi suosituimman hankinnan eli television aikoo hankkia 88 henkilöä ja se on 14 prosentin osuus kaikista vastaajista. Neljänneksi suosituimman hankinnan eli tietokoneen aikoo hankkia 77 henkilöä ja

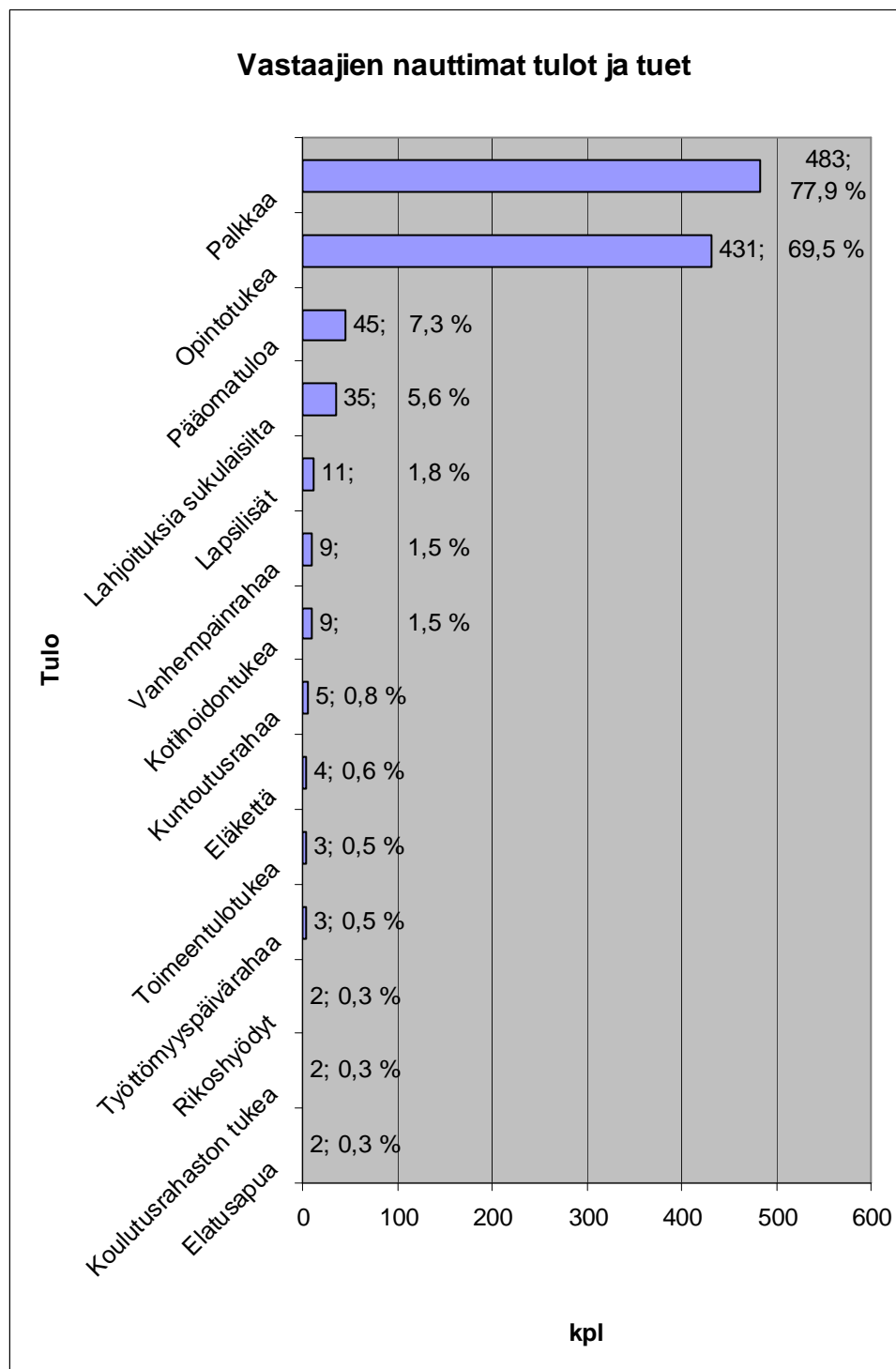
se on 12 prosentin osuus kaikista vastaajista. Kohtalaisen suosittuja ja kalliita hankintoja ovat viidenneksi suosituin hankinta eli omistusasunto, jonka aikoo hankkia 58 henkilöä ja kuudenneksi suosituin hankinta eli auto, jonka aikoo hankkia 57 henkilöä. Sekä asunnon että auton hankkijoita oli 9 prosentin osuus kaikista vastaajista. Seuraavat alle 50 kappaaleen ja alle 8 prosentin osuuteen jäävät hankinnat ovat lähinnä erilaisia kodinkoneita ja muita asuntoon hankintoja, joita on 10 kappaletta erilaisia tuotteita. Vähiten suosittuja hankintoja olivat moottoripyörä tai -kelkka, kesämökki ja moottori- tai purjevene. Nämä hankinnat ovat ilmeisen kalliita ja todennäköisesti myös kohtalaisen tarpeettomia hankintoja Laurean opiskelijoille. Vastaajat ovat suunnitelleet hankkivansa yhteensä 1 000 kappaletta hankintoja. Keskimäärin Laurean opiskelija on hankkimassa 1,6 taloudellisesti merkittävää hankintaa kuluvan vuoden aikana. (Kuva 5: vastaajien suunnittelemissa hankintoja seuraavan vuoden sisällä)



Kuva 5: Vastaajien suunnittelemissa hankintoja seuraavan vuoden sisällä.

3.3 Vastaajien nauttimat tulot ja tuet

Yleisin Laurean opiskelijoiden nauttima tulo on palkka. 483 henkilöä vastanneista saa palkkatuloja ja se vastaa 78 prosentin osuutta kaikista vastaajista. Palkkaan liittyvät kaikki työstä saadut palkkiot kuten provisiot. Työ voi olla koko- tai osapäivätyötä, jatkuvaa tai määräaikaista kuten kesätyö tai keikkaluonteista työtä. Opintotukea nauttii 431 henkilöä ja se vastaa 70 prosentin osuutta kaikista vastaajista. Opintotukeen kuuluvat opintoraha, asumislisä, opintolaina ja aikuisopintoraha. Palkka ja opintotuki ovat selvästi yleisimmät Laurean opiskelijoiden tulon lähteet ja niitä nautitaan usein molempia yhdessä. Osalla työssäkäyvien opiskelijoiden palkka on niin suuri, että he eivät tarvitse tai heille ei opintotukisäännösten perusteella myönnetä opintorahaa. Kolmanneksi yleisin mutta huomattavasti harvinaisempi tapa saada tuloa ovat pääomatulot, joita voi saada muun muassa osakkeiden omistamisen tai yrittämisen perusteella. Pääomatuloa saa 45 henkilöä ja se vastaa 7 prosentin osuutta kaikista vastaajista. Pääomatuloihin liittyvät muun muassa vuokrat, osingot ja perinnöt. Neljänneksi suosituin tapa saada tuloa on sukulaisten antama avustus. Lahjoitukset sukulaisilta ovat enimmäkseen omilta vanhemmilta saatua tukea, toiseksi eniten puolisolta ja sitten muilta. Tukeminen voi tarkoittaa myös perheen yhteisiä tuloja ja menoja. Yleensä lahjoitukset ovat rahaa, mutta ne voivat olla myös kodinkoneita tai muuta tavaraa. Lahjoituksia sukulaisilta sai 35 henkilöä ja se on 6 prosentin osuus kaikista vastaajista. Alle 2 prosentin osuuksia ovat 9 eri tuen lajia, joita Suomen kansalaisille eri perustein myönnetään. Laurean opiskelijoiden kuittaamat lapsilisät ovat heidän omien lapsien perusteella saatua avustusta, koska nuorin vastaaja on 19 vuotta vanha. Hännän huippuna ovat laittomat tavat hankkia eli niin sanotut rikoshyödyt, joita tunnustaa saavansa 2 henkilöä eli 3 promillea vastaajista. Yhteensä tuloja tai tukia vastaajat saivat 1044 kappaletta. Keskimäärin Laurean opiskelija saa 1,7 erilaista tuloa tai tukea. (Kuva 6: vastaajien nauttimat tulot ja tuet)

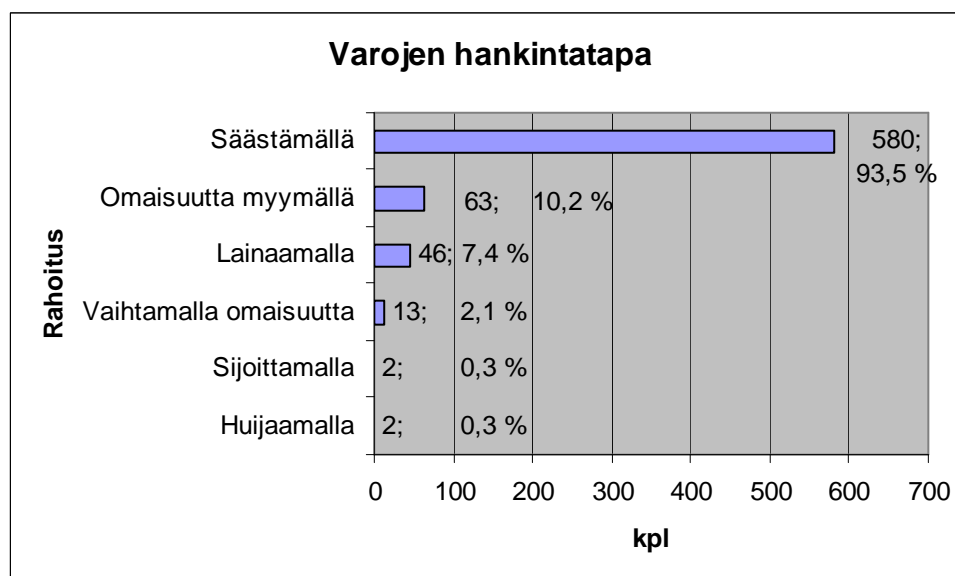


Kuva 6: Vastaajien nauttimat tulot ja tuet.

3.4 Varojen hankintatapa

Suurin osa Laurean opiskelijoista kerää kuluttamiseen tarvittavat varat säästämällä ja yleensä se tapahtuu palkkatuloista. Säästämistä harjoittaa 580 henkilöä ja se vastaa 94 prosentin osuutta kaikista vastaajista. Säästämisen jälkeen suosituin, mutta kuitenkin sitä huomattavas-

ti harvinaisempi tapa hankkia varoja on omaisuuden myynti. Omaisuutta myy 63 henkilöä ja se vastaa 10 prosentin osuutta kaikista vastaajista. Kuluttamista varten lainaa ottaa 46 henkilöä ja se on 7 prosentin osuus kaikista vastaajista. Lunaan sisältyvät normaalin lainaamisen ohessa myös opintolainat, osamaksut, luottokorttiosot, pikavipit ja leasing rahoitukset. Omaisuutta vaihtaa 13 henkilöä ja se on 2 prosentin osuus kaikista vastaajista. Tällaista vaihtamista voisi kuvitella käytettävän esimerkiksi entisen asunnon tai auton uuteen vaihtamisen yhteydessä. Sijoittamalla tuloja omaisuutta hankkii 2 henkilöä ja se on 3 promillen osuus kaikista vastaajista. Myös huijaamalla varoja hankkii 2 henkilöä ja se on 3 promillen osuus kaikista vastaajista. Huijaaminen voi olla mitä vain, paitsi rehellistä työntekoa. Siihen kuuluvat muun muassa ihmisten hyväksikäyttämiset, varastamiset ja osamaksun maksamatta jättämiset. Yhteensä hankintatapoja vastaajilla oli 706 kappaletta. Keskimäärin Laurean opiskelijalla on käytössään 1,1 erilaista hankintatapaa, joilla hän rahoittaa kuluttamisensa. (Kuva 7: varojen hankintatapa)

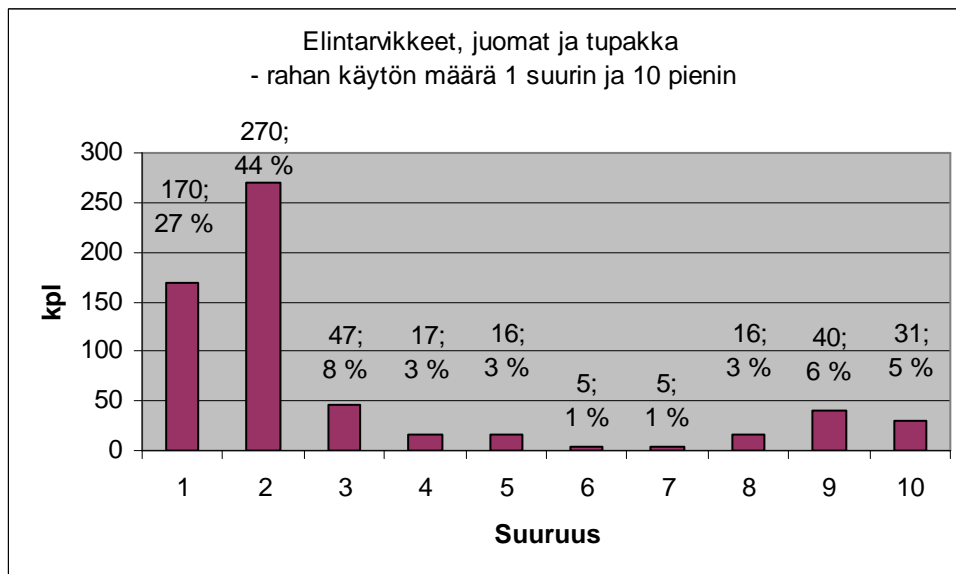


Kuva 7: Varojen hankintatapa.

3.5 Laurean opiskelijoiden kuluttaminen eri kulutusryhmissä

3.5.1 Elintarvikkeet, juomat ja tupakka

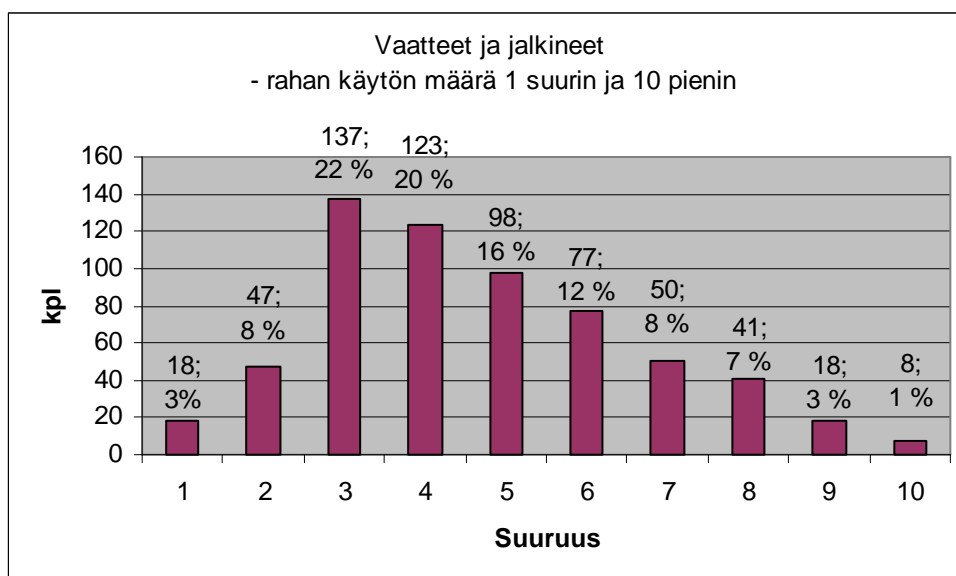
Elintarvikkeisiin, juomiin ja tupakkaan käyttää 270 henkilöä toiseksi eniten rahaa ja se vastaa 44 prosentin osuutta kaikista vastaajista. Vastaajista 170 henkilöä eli 27 prosenttia käyttää niihin eniten varojaan. Kolmanneksi eniten mutta huomattavasti vähemmän elintarvikkeisiin käyttää rahaa 47 henkilöä ja se on 8 prosentin osuus kaikista vastaajista. Loput järjestysluvut saavat alle 7 prosentin osuuksia kaikista vastaajista. Asumisen ja energian jälkeen Laurean opiskelijat kuluttavat toiseksi eniten varoja elintarvikkeisiin, juomiin ja tupakkaan. (Kuva 8: elintarvikkeet, juomat ja tupakka)



Kuva 8: Elintarvikkeet, juomat ja tupakka.

3.5.2 Vaatteet ja jalkineet

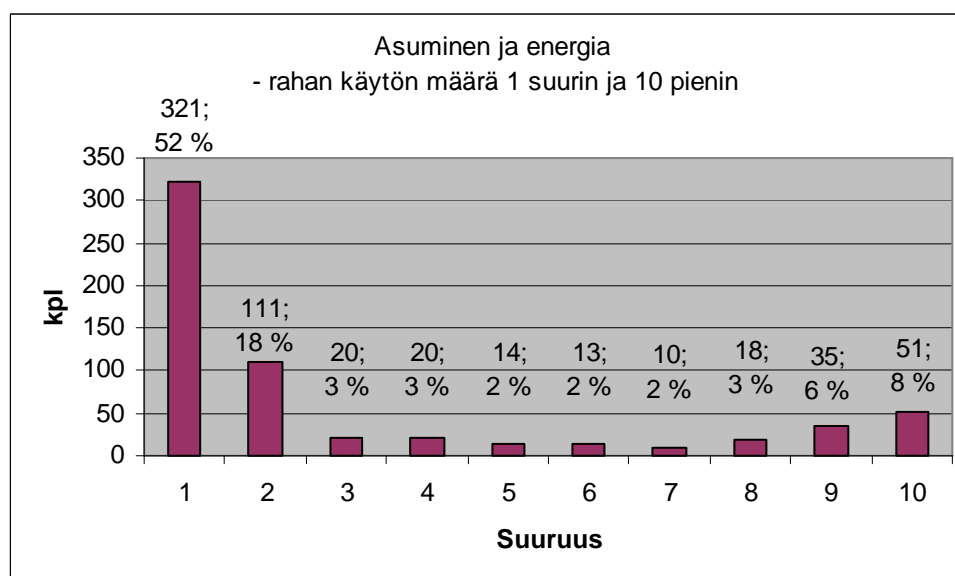
Vaatteisiin ja jalkineisiin käyttää 137 henkilöä eli 22 prosenttia vastaajista kolmanneksi eniten rahaa. Neljänneksi eniten niihin kuluttaa 123 henkilöä ja se on 20 prosentin osuus kaikista vastaajista. Viidenneksi eniten rahaa näihin käyttää 98 henkilöä ja se on 16 prosentin osuus kaikista vastaajista. Vaatteet ja jalkineet ovat ylempää keskiluokkaa oleva kulutuskohte Laurean opiskelijoille. Vaatteisiin ja jalkineisiin kulutetaan kolmanneksi eniten rahaa ja määrällisesti se on vain vähän enemmän kuin liikenteeseen kulutetaan. (Kuva 9: vaatteet ja jalkineet)



Kuva 9: Vaatteet ja jalkineet.

3.5.3 Asuminen ja energia

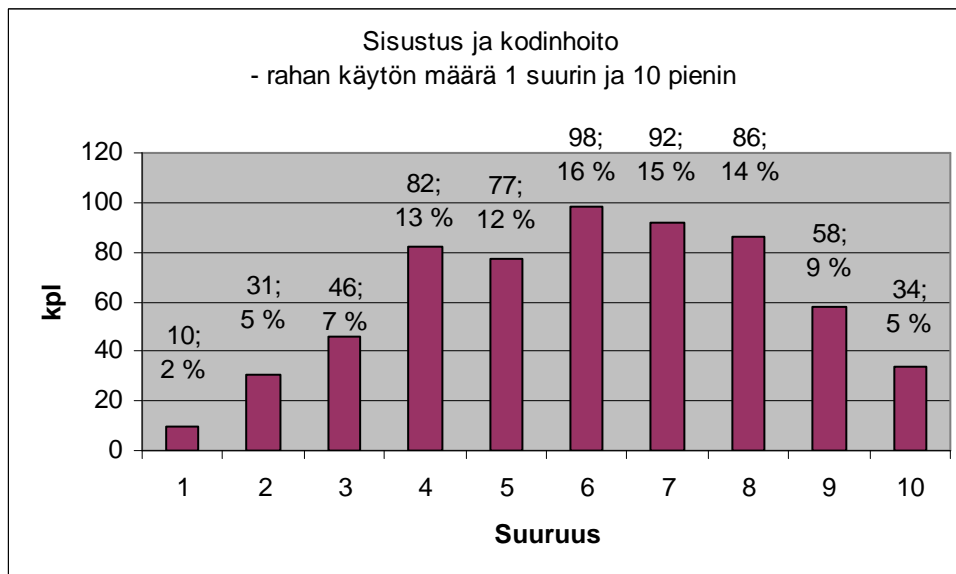
Asuminen ja energia ovat eniten Laurean opiskelijoilta rahaa vaativa alue. Monet heistä ovat juuri hankkineet tai ovat hankkimassa omaa asuntoa. Asunnot ovat kalliita ja monet rahoittavat hankintansa lainalla. Myös vuokralaisena olo syö paljon varoja, koska varsinkin Helsingin seudulla ja yleensä kaupunkien keskustoissa olevien asuntojen vuokrat ovat kalliita. Ilman vuokriin liittyviä säännöksiä olisivat vuokrat Suomessa vieläkin kalliimpia, kuin ne nyt ovat. Vastaaajista 321 henkilöä eli 52 prosenttia kulutti asumiseen ja energiaan eniten varojaan. Toiseksi eniten niihin kuluttivat 111 henkilöä ja se on 18 prosentin osuus kaikista vastaaajista. Kolmanneksi suurin ryhmä käytti niihin kuitenkin vähiten rahaa. Näitä oli 51 henkilöä ja se on 8 prosentin osuus kaikista vastaaajista. Luulen näiden Laurean opiskelijoiden olevan lähinnä niitä, jotka asuvat vielä vanhempiensa luona tai jostakin muusta syystä johtuen saavat asua ja kuluttaa energiaa ilmaiseksi. (Kuva 10: asuminen ja energia)



Kuva 10: Asuminen ja energia.

3.5.4 Sisustus ja kodinhoito

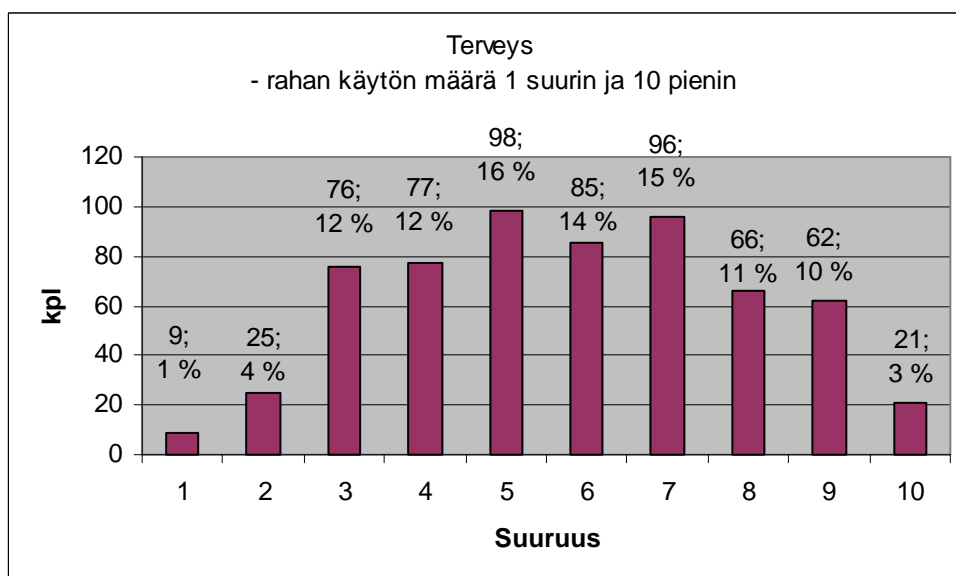
Suurin osa Laurean opiskelijoista aikoo käyttää sisustukseen ja kodinhoitoon kuudenneksi eniten varojaan. Sen valitsi 98 henkilöä ja se on 16 prosentin osuus kaikista vastaaajista. Toiseksi suurin ryhmä käyttää siihen seitsemänneksi eniten varojaan eli 92 henkilöä ja se on 15 prosentin osuus kaikista vastaaajista. Kolmanneksi suurin ryhmä käyttää siihen kahdeksanneksi eniten varojaan eli 86 henkilöä ja se on 14 prosentin osuus kaikista vastaaajista. Sisustukseen ja kodinhoitoon kuluttamisen hajonta on tasaista ja se on selvästi alempaa keskiluokkaa oleva kulutuskohte Laurean opiskelijoille. (Kuva 11: sisustus ja kodinhoito)



Kuva 11: Sisustus ja kodinhoito.

3.5.5 Terveys

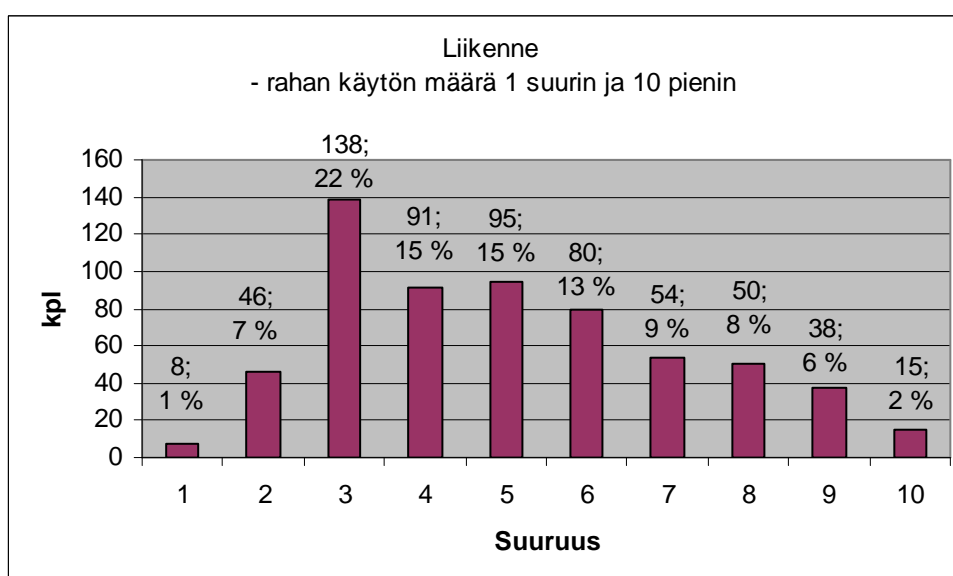
Suurin osa vastaajista eli 98 henkilöä käyttää terveyteen viidenneksi eniten varojaan ja se on 16 prosentin osuus kaikista vastaajista. Toiseksi suurin osa vastaajista eli 96 henkilöä kuluttaa siihen seitsemänneksi eniten ja se on 16 prosentin osuus kaikista vastaajista. Kolmanneksi suurin osa käyttää siihen kuudenneksi eniten varojaan 85 henkilön ja 14 prosentin osuudella. Terveysten kuluttamisen hajonta on tasaista ja se on hieman alempaan keskiluokkaan painotettava kulutuskohte Laurean opiskelijoille. (Kuva 12: terveys)



Kuva 12: Terveys.

3.5.6 Liikenne

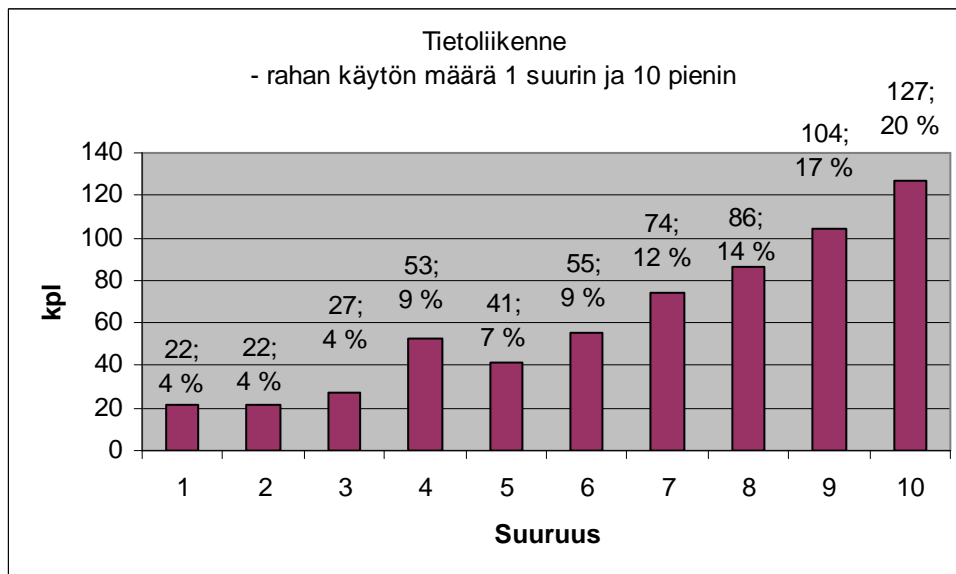
Liikenteeseen suurin osa vastaajista kuluttaa kolmanneksi eniten rahaa 138 henkilön ja 22 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Toiseksi suurin osa kuluttaa siihen viidenneksi eniten 95 henkilön ja 15 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Kolmanneksi suurin osa kuluttaa siihen neljänneksi eniten 91 henkilön ja 15 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Monet Laurean opiskelijat ovat hankkimassa omaa autoa ja myös julkisilla kulkuvälineillä liikkuminen on kallista. Liikenne on selvästi ylempään keskiluokkaan kuuluva kulutuskohde Laurean opiskelijoille ja liikkumiseen kulutetaan eniten ihmisen perustarpeisiin liittyvien kulutuskohteiden jälkeen. Liikenteeseen kulutetaan rahaa neljänneksi eniten ja siihen kulutetaan vain hiukan vähemmän kuin vaatteisiin ja jalkineisiin. (Kuva 13: liikenne)



Kuva 13: Liikenne.

3.5.7 Tietoliikenne

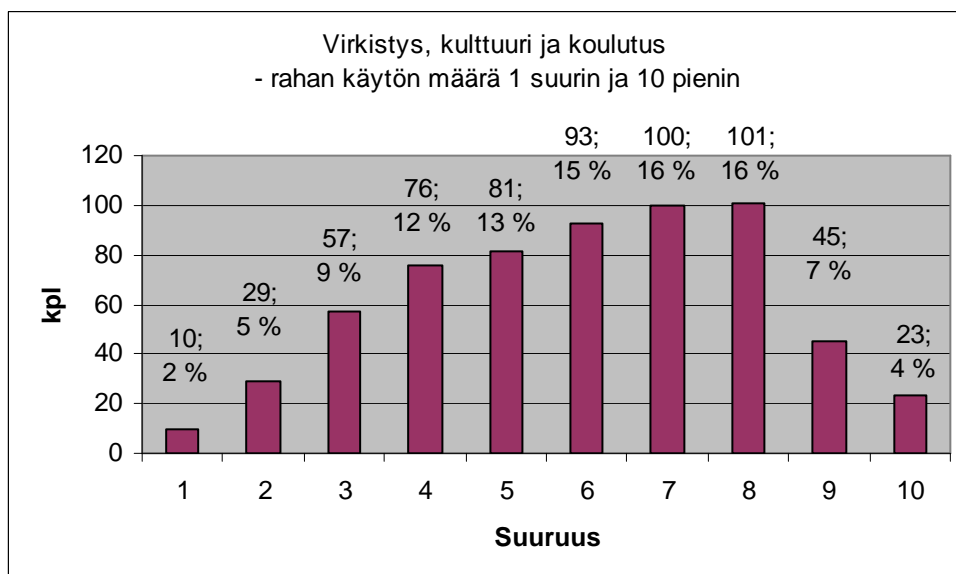
Suurin osa vastaajista kuluttaa vähiten varoja tietoliikenteeseen 127 henkilön ja 21 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Toiseksi suurin osa käyttää siihen toiseksi vähiten 104 henkilön ja 17 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Kolmanneksi suurin osa käyttää siihen kolmanneksi vähiten 86 henkilön ja 14 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Kuvaajan perusteella voi selvästi päätellä, että tietoliikenne on Laurean opiskelijoille vähäinen kulutuskohde siitäkin huolimatta, että tietoliikennetradenomeja oppilaitoksessa koulutetaan. Laurean opiskelijat kuluttavat tietoliikenteeseen toiseksi vähiten rahaa. Vain muihin tavaroihin ja palveluihin kulutetaan vähemmän varoja kuin tietoliikenteeseen. (Kuva 14: tietoliikenne)



Kuva 14: Tietoliikenne.

3.5.8 Virkistys, kulttuuri ja koulutus

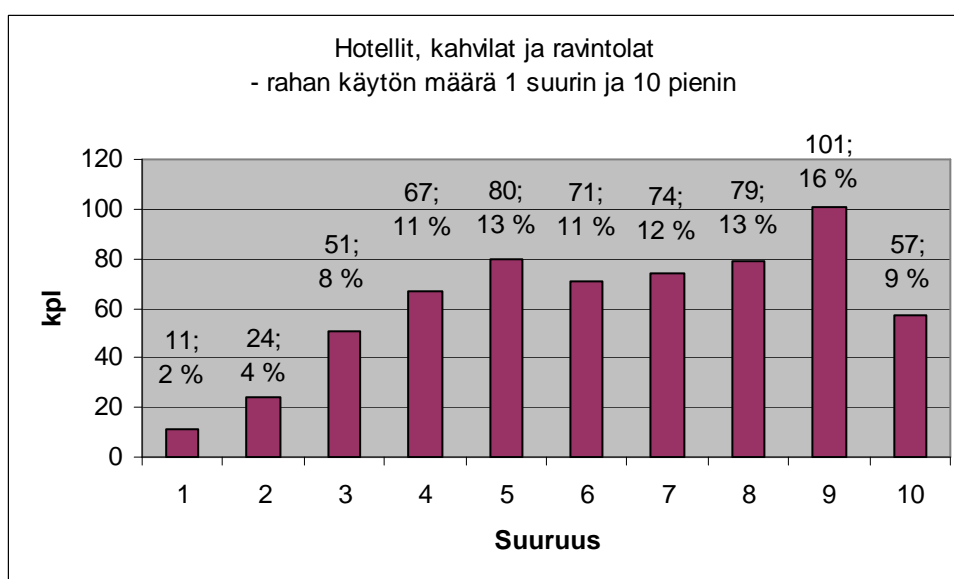
Suurin osa vastaajista kuluttaa virkistykseen, kulttuuriin ja koulutukseen kolmanneksi vähiten 101 henkilön ja toiseksi suurin osa neljänneksi vähiten 100 henkilön määrällä ja niiden kummankin osuus on 16 prosenttia kaikista vastaajista. Kolmanneksi suurin joukko eli 93 henkilöä ja 15 prosenttia kaikista vastaajista käyttää siihen viidenneksi vähiten rahaa. Kuvaajan huippu on tasaista tyyliä ja siitä voidaan päätellä, että virkistys, kulttuuri ja koulutus on Laurean opiskelijoille melko vähäinen kulutuskohte. (Kuva 15: virkistys, kulttuuri ja koulutus)



Kuva 15: Virkistys, kulttuuri ja koulutus.

3.5.9 Hotellit, kahvilat ja ravintolat

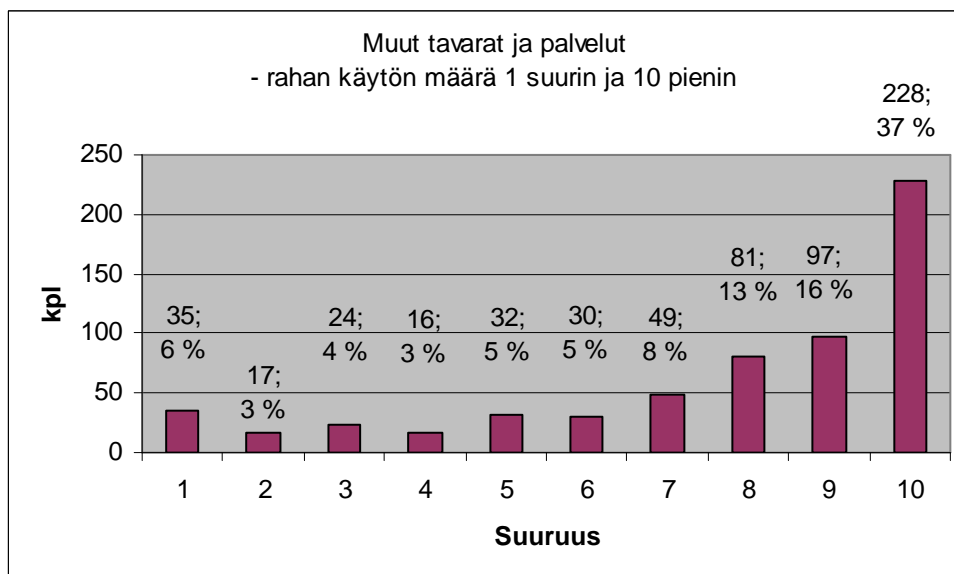
Suurin osa vastaajista kuluttaa hotelleihin, kahviloihin ja ravintoloihin toiseksi vähiten rahaa 101 henkilön ja 16 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Toiseksi suurin osa kuluttaa siihen viidenneksi eniten 80 henkilön ja 13 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Kolmanneksi suurin osa kulutti siihen kolmanneksi vähiten varoja 79 henkilön ja 13 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Laurean opiskelijat kuluttavat varojaan kohtalaisen vähän hotelleihin ja ravitsemusliikkeisiin, vaikka hajonta onkin kuvaajan perusteella tasaista laatua. (Kuva 16: hotellit, kahvilat ja ravintolat)



Kuva 16: Hotellit, kahvilat ja ravintolat.

3.5.10 Muut tavarat ja palvelut

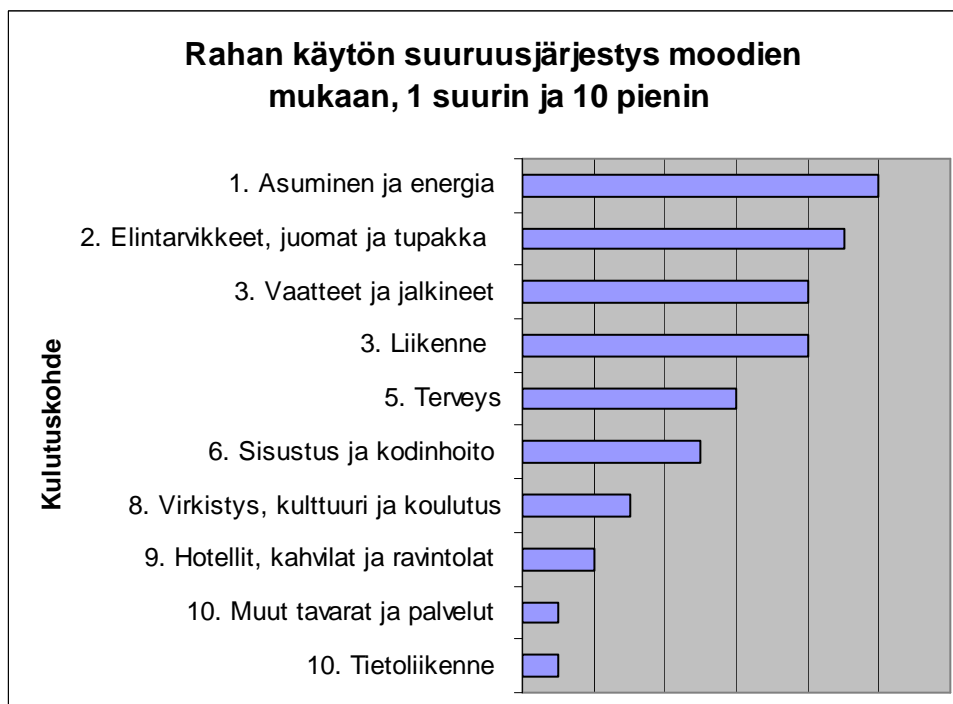
Muut tavarat ja palvelut ovat Laurean opiskelijoille selvästi vähäisin kulutuskohde. Suurin osa vastaajista kulutti siihen vähiten 228 henkilön ja 37 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Toiseksi suurin osa kulutti siihen toiseksi vähiten 97 henkilön ja 16 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Kolmanneksi suurin osa vastanneista kulutti siihen kolmanneksi vähiten 81 henkilön ja 13 prosentin osuudella kaikista vastaajista. Kuvaajan perusteella kuluttamisen vähäisyys muihin tavaroihin ja palveluihin on todella helppoa ja havainnollista todeta. (Kuva 17: muut tavarat ja palvelut)



Kuva 17: Muut tavarat ja palvelut.

3.6 Rahan käytön suuruusjärjestys

Kyselyn vastauksien moodien perusteella Laurean opiskelijat kuluttavat eniten rahaa asumiseen ja energiaan, toiseksi eniten elintarvikkeisiin; juomiin ja tupakkaan, kolmanneksi eniten liikenteeseen sekä vaatteisiin ja jalkineisiin, viidenneksi eniten terveyteen, kuudenneksi eniten sisustukseen ja kodinhoitoon, kahdeksanneksi eniten virkistykseen; kulttuuriin ja koulutukseen, yhdeksänneksi eniten hotelleihin; ravintoloihin ja kahviloihin, kymmenenneksi eniten tietoliikenteeseen sekä muihin tavaroihin ja palveluihin. (Kuva 18: rahan käytön suuruusjärjestys moodien mukaan)



Kuva 18: Rahan käytön suuruusjärjestys moodien mukaan.

4 Tutkimuksen reliabiliteetin ja validiteetin arviointi

”Validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan perinteisesti tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä, mitä sillä on tarkoitus mitata. Validiteetin arviointi kohdistaa huomionsa kysymykseen, kuinka hyvin tutkimusmenetelmä ja siinä käytetyt mittarit vastaavat sitä ilmiötä, jota halutaan tutkia. Kielitoimisto (1999) suosittelee validiteetille sanaa luotettavuus, mikä hyvin kuvaa sen lopullista tarkoitusta.” (Heinonen)

”Reliabiliteetilla eli luotettavuudella viitataan perinteisesti käytetyn tutkimusmenetelmän kykyyn antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia, toisin sanoen käsitteellä tarkoitetaan tutkimusmenetelmän ja käytettyjen mittareiden kykyä saavuttaa tarkoitettuja tuloksia. Kielitoimiston mukaan reliabiliteetista suositellaan käytettäväksi sanaa riippumattomuus. Voidaan puhua, että mittari tai mittaustoimitus on reliaabeli, jolloin tarkoitetaan, että se on pysyvä, antaa samoja tuloksia eri kerroilla.” (Heinonen)

Tutkimuksella tutkittavat ominaisuudet ovat tarkkaan mitatut. Kyselylomakkeen kysymykset ovat tutkittavaa asiaa mittaavia, yksinkertaisia sekä helposti ymmärrettäviä ja niillä saadut vastaukset ovat selkeitä ja yksiselitteisiä. Kvantitatiivinen tutkimuksen osio on täysin objektiivinen, koska siinä ei ole lainkaan tutkijan omaa tulkintaa mukana. Avoimissa kysymyksissä vastaajat pysyivät aiheessa ja heidän vastauksiensa pohjalta oli helppoa tehdä johdonmukaisia päätelmiä. Vastausten suuri määrä ja niiden sisällön samankaltaisuus lisäävät tutkimuksen

johtopäätösten luotettavuutta. Tutkimuksen tulokset ovat pysyviä niin kauan, kuin opiskelijoiden kulutuksellinen asema suhteessa markkinoiden tarjontaan pysyy ennallaan.

Tutkimuksen validiteettia lisää se, että tutkimuksen tulokset vastaavat muiden tuoreiden kulutustutkimusten kuten nuorisobarometrin tuloksia. Lisäksi tutkimuksen päätelmät vastaavat sitä yleistä mielikuvaa, jota median uutiset ja muut aihetta käsittelevät ajankohtaiset asiaohjelmat, blogit ja artikkelit viestivät. Kaikki tutkimuksen vaiheet on tehty huolellisesti ja johdonmukaisesti, jotta tutkimuksella tuotettu tieto olisi mahdollisimman tarkasti tutkittavaa aihetta vastaava. Tutkimuksen reliabiliteettia lisää tietojen muokausvaiheessa tehdyt tarkastuslaskelmat mahdollisten virheiden korjaamiseksi. Kyselyn lyhytaikaisuudesta johtuen tutkimuskohteessa ei ole ehtinyt tapahtua muutoksia mittauksen aikana.

Tutkimuksen teoriaosuus on sisällöllisesti laaja-alaista mutta silti tarkasti aiheeseen osuvaa yksityisen kulutuksen selitystä. Osa tutkimuksessa käytetyistä artikkeleista on peräisin luotettaviksi tiedetyistä sanoma ja aikakauslehdistä. Käytetty kirjallisuus on kulutuksen asiantuntijoiden kirjoittamia tai toimittamia kirjoja ja artikkeleita, jotka kuvaavat aihetta kattavasti ja yhdenmukaisesti. Kuluttamisen teorian selittämisessä käytetty tuore kirjallisuus takaa ajankohtaisen kuvauksen vuoden 2010 kulutustilanteesta. Kuluttamisen tutkiminen ja selittäminen on korkeatasoinen ja kriittisesti analysoitu tieteenlaji. Tutkimuksessa käytetyt kuluttamisen teoriat ja mallit ovat usein onnistuneesti liike-elämässä käytäntöön sovellettuja.

5 Yhteenveto ja johtopäätökset

Eniten Laurean opiskelijat kuluttavat asumiseen ja energiaan, elintarvikkeisiin; juomiin ja tupakkaan, vaatteisiin ja jalkineisiin sekä liikenteeseen. Nämä ovat niitä välttämättömyyksiä, joita nykyajan ihminen eniten tarvitsee elämässään. Palkka ja opintotuki ovat selvästi yleisimmät Laurean opiskelijoiden tulon lähteet ja niitä nautitaan usein molempia yhdessä. Suurin osa Laurean opiskelijoista kerää kuluttamiseen tarvittavat varat säästämällä ja yleensä se tapahtuu palkkatuloista. Yleensä Laurean opiskelijoilla ei ole liikaa rahaa. He joutuvat kuluttamaan harkiten ja miettimään, mitkä hankinnoista ovat heille todella tarpeellista.

Pienellä osalla Laurean opiskelijoista on talous niin hyvällä tolalla, että he voivat hankkia kalliita ylellisyyksiä kuten kesämökkejä. Isoja hankintoja kuten omistusasuntoa varten Laurean opiskelijat tarvitsevat lainaa, mutta niinhän on asian laita yleisesti koko väestön kohdalla. Kuluissa yritetään säästää esimerkiksi niin, että hankitaan uuden auton sijasta käytetty. Osalle Laurean opiskelijoista toimeentulo on todella vaikeaa ja he joutuvat turvautumaan sosiaalihuollon puoleen, jotta jokapäiväinen elämä ylipäänsä olisi heidän kohdallaan mahdollista. Lisää väriä ja kuluja elämään tuovat lapset, joita on osalla Laurean opiskelijoista. Lapsista aiheutuvien kulujen kustannuksien maksamiseen osallistuvat usein opiskelijoiden puoliset.

Joissakin tapauksissa Laurean opiskelijat saavat lapsiensa toisen vanhemman maksamaa elatusapua. Suosituin seuraavan vuoden aikana suoritettava suuri hankinta Laurean opiskelijoiden joukossa on lomamatka, jonka aikoo hankkia vajaa puolet kaikista vastaajista. Toiseksi suosituin hankinta on kännykkä, jonka aikoo hankkia vajaa viidennes vastaajista.

Laurean nuorten opiskelijoiden valmistumisajat ovat hiukan suositteluja aikoja pidemmät. Se voi johtua osaltaan siitä, että suurin osa Laurean opiskelijoista käy samanaikaisesti työssä kun suorittaa opintoja. Ehkä työn ja opiskelun yhdistäminen syö toinen toistaan niin, että kummassakaan ei voi saavuttaa parasta mahdollista suoritusta. Pitkien työpäivien ja haastavien opintojen yhdistäminen voi myös vaikuttaa ihmisen väsymistä ja stressin lisääntymistä. Muiden ammattikorkeakoulujen ohella myös Laurean opiskelijoiden kohdalla opintojen keskeyttäminen on harmillisen yleistä. (Laurea numeroin)

Yleensä Laurean opiskelijoilla on varaa kaikkeen tarpeelliseen, mutta ylellisyyteen heillä ei kuitenkaan ole varaa. He eivät yleensä voi tehdä kaikkia haluamiaan hankintoja kerralla, vaan he joutuvat siirtämään osan hankinnoista myöhempään ajankohtaan. Julkisia kulkuvälineitä ei pidetä käytännöllisenä tapana liikkua, jos niiden käytössä joutuu tekemään useita vaihtoja. Toisaalta omalla autolla liikkuminen on käytännöllistä mutta kallista. Edullisuutta autolla liikkumiseen saadaan, kun harrastetaan niin sanottua kimppekyytiä. Osa Laurean opiskelijoista on juuri tehnyt useita merkittäviä hankintoja ja siksi he ovat lopettaneet suurimman kuluttamisen. Opintojen jälkeen taloudellisen tilanteen oletetaan kohentuvan, koska silloin voidaan keskittyä täysin työntekoon. Siksi monia suuria hankintoja siirretäänkin opintojen jälkeiseen aikaan ja ne suunnitellaan harkiten. Kulut ja menot tasataan tekemällä kulutussuunnitelmia pitkälle eteenpäin.

Joillakin on tapana kuluttaa kuukauden alussa liikaa ja sen seurauksena he joutuvat elämään niukasti kuukauden loppuun. Laurean opiskelijat pitävät asunnon hankkimista riskinä markkinoiden epävakaudesta johtuen. Nykyinen taantuma ei vaikuta Laurean opiskelijoiden kulutukseen, koska he ovat aina eläneet niukasti. Kaikkea turhaa kuluttamista kuten heräteostoksien tekoa vältetään. Säästäväisyydestä huolimatta suurella osalla Laurean opiskelijoista on tapana hankkia vuosittain lomamatka. Elämisen kustannukset ja tuotteiden hintatason Laurean opiskelijat mieltävät kalliiksi. Laurean opiskelijoiden joukossa on joitakin harvoja yksilöitä, joiden ei tarvitse kuluttamisessa pihistellä. Toisaalta osa Laurean opiskelijoista kierrättää ja käy kirpputoreilla. Monet elävät niin sanotusti kädestä suuhun eli säästöön ei jää yhtään. Toisin sanoen usein käytetään koko palkka kuukausittain velan ottoa välttämällä. (Kommentteja kuluttamisesta ja kulutussuunnitelmista)

Erikoisuutena suomalaisissa kulutushyödykkeiden hinnoissa on se, että kauppojen hinnat eivät useinkaan seuraa maailman markkinahintoja. Kun hyödykkeet muualla kallistuvat; niin kallis-

tuvat hinnat Suomessakin, mutta kun ulkomaanmarkkinahinnat laskevat; pysyvät Suomessa hinnat ennallaan. Kotimaiset kauppiaat siis ottavat pitkällä aikavälillä jatkuvasti suurempaa myynnin katetta. Nyt epäillään, että suunniteltu ruoan hinnan arvonlisäveron alennus ei alennaisikaan kuluttajahintoja, vaan entisestään rikastuttaisi kauppiaita.

Lisäksi veropolitiikka on Suomessa väärin toteutettu siltä osin, että pienituloisten verotus on suhteellisesti korkealla tasolla verrattuna suurituloisiin. Pienituloisilla ei siten ole juuri varaa kuluttaa, vaan heidän varansa hupenevat palkasta perittäviin veroihin ja välttämättömyksien kuten ruoan arvonlisäveroihin. Suomessa rikkaat palkansaajat pyrkivät lisäämään tulojansa muuttamalla palkkatulonsa pääomatuloiksi. Suomalaisen kulutuksen edistämiseksi pääomatulojen verotusta tulee heti korottaa vähintään 10 % yksikköä, jotta palkka ja pääomatuloveron välinen suhde tulee tasatuksi. Pienituloisten verotusta tulee keventää ja kauppiaiden katteet on kohtuullistettava, vaikka se vaatisi uutta lainsäädäntöä. Suomalaisten pörssiyhtiöiden johtajien kohtuuttoman suuria palkkoja ja bonuksia on alennettava ja yhtiöiden voittojen tulisi vaikuttaa tavallisten työntekijöiden palkkojen korotuksia.

Verovarojen käytöstä on tehtävä täysin läpinäkyvää ja valvottua, jotta vaalirahoitukseen liittyvien sotkujen kaltaiset ongelmat saadaan selvitettyä. Yleistä suomalaisessa politiikassa on se, että verorahoja siirrellään ja kierrätetään salassa. Lopputuloksena on se, että rahat päätyvät yksityisten ihmisten intressejä varten järjestettyihin hankkeisiin tai jopa suoraan yksityisille pankkitileille. Suomen kansa ei saa minkäänlaista vastiketta tällaisesta ahneesta ja itsekkästä rahankäytöstä. Korruptio täytyy saada pois kitketyksi sekä politiikan että liiketalouden saralta.

Suomen kansan toimeentulon ja työttömyyden vähentämisen nimissä tulisi opiskelijoiden tukia korottaa ja kaikin tavoin edistää aikuisopiskelun kannattavuutta. Ulkomaalaisten toteuttamaa suomalaisen korkeatasoisen koulutusjärjestelmän hyväksikäyttöä ja sitä kautta verovarojen tuhlausta tulee ehkäistä. Tämä toteutetaan siten, että Suomeen otettavien vaihtoopilaiden määrä pidetään samana kuin Suomesta on ulkomaanvaihto-oppilaita.

6 Oma arvio opinnäytetyöstä

Aloin suunnittelemaan opinnäytetyötä vuoden 2008 syksyllä opinnäytetyöhön liittyvien kurssien puitteissa. Koska liiketaloutta opiskelin, oli luonnollista valita tutkimuksen kohteeksi yksityinen kuluttaminen. Kun olin saanut opinnäytetyön käsikirjoituksen valmiiksi, lähetin sähköpostilla vuoden 2009 kevään aikana e-kyselylomakkeen linkin kaikille Laurean opiskelijoille. Kyselylomakkeen vastausten perusteella tuotetun raportin tietoja sitten koodasin ymmärrettävämpään muotoon, eli tein taulukoita ja kuvaajia sekä tuotin tekstiä. Sitten tein analyysia ja johtopäätöksiä Laurean opiskelijoiden kuluttamiseen liittyen. Opinnäytetyön teon loppu-

vaiheessa kirjoitin yksityisen kuluttamisen teoriaa aihetta käsittelevän kirjallisuuden ja artikkeleiden pohjalta. Opinnäytetyöprojektin sain päätökseen vuoden 2009 syksyllä.

Opinnäytetyötä tehdessäni toteutin tutkimusprojektin, jonka aikana opin suunnittelemaan ja toteuttamaan kyselytutkimuksen. Projektin aikana opin käyttämään E-kyselylomake - ohjelmaa ja Microsoft Office -ohjelmien käyttötaitoni kohentui. Kun luin alan kirjallisuutta, opin lisää yksityisen kuluttamisen teoriasta, jonka opillinen laajuus teki minuun vaikutuksen. Opinnäytetyön teko oli minulle mainio tilaisuus osoittaa liiketalouden alan lukeneisuutta ja osaamista. Opinnäytetyön laajuuden ja korkeatasoisuuden vaativuuden haaste motivoi laadukkaaseen työskentelyyn. Tutkimuksen onnistumisen mahdollisti tutkimukseen osallistujien runsas määrä. Opinnäytetyötä tehdessäni sain varsin kattavan kuvan nykyisestä ammattikorkeakouluopiskelijoiden kulutustilanteesta.

Kulutuskäyttäytymisen teorian osuudesta voidaan oppia ihmisen kulutuskäyttäytymistä, eli sitä miksi, miten ja milloin ostotapahtumia suoritetaan. Lisäksi opitaan kuinka kuluttamiseen liittyvä päätöksentekoprosessi tapahtuu ja mitkä tekijät vaikuttavat kulutus päätösten toteutumiseen. Kuluttamisen teoriaosuus maalaa kokonaiskuvan kuluttamisen tärkeydestä ja monilotteisuudesta tämän päivän ihmisen elämässä. Se sisältää useita eri aiheita kuluttamiseen liittyen kuten itsensä ilmaisemista kuluttamisen keinoin tai kulutusluottojen maksuvaikeuksia. Luku ”Nuoret kuluttajat” sisältää nuorisobarometrasta peräisin olevaa tutkimustietoa, jota voi käyttää tutkimusten tulosten väliseen vertailuun. Varsinkin luku ”Kuluttaminen osana kaupunkikulttuuria” sisältää tutkinnallisen näkökulman ohella kevyttä kaunokirjallisuuden omaista viihdyttävää luettavaa.

Tutkimus vastaa hyvin kysymyksiin: millaiset ovat Laurean opiskelijoiden tulevan vuoden kulu- tussuunnitelmat ja kuinka heidän varojen hankintansa tapahtuu. Tutkimuksen tulosten pohjalta ainakin lomamatkoja järjestävien ja kännyköitä myyvien yritysten kannattaa huomioida nuorten aikuisten opiskelijoiden kohderyhmä markkinoinnissa ja tuotteiden tarjonnassa. Pankkien kannattaa miettiä tarkkaan tarjolla pitämiensä asuntolainojen ehdot, jotta he pysyisivät vastaamaan ammattikorkeakouluopiskelijoiden tarpeisiin mahdollisimman hyvin. Tutkimuksella saatiin tietoa muun muassa Laurean opiskelijoiden suunnittelemissa hankinnoista ja heidän kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavista asioista kuten väestötieteellisestä asemasta. Ammattikorkeakouluopiskelijoiden sisäisten kuluttamisen tarpeiden ja kulutustrendien tietämisen pohjalta markkinoijat voivat muokata markkinointi strategiansa ja luoda kyseiselle markkinointisegmentille oman strategian.

Laurean opiskelijoiden suunnittelemissa hankintojen ja kuluttamisen vaikuttimien tietäminen mahdollistavat tuotteiden ja palvelujen muokkaamisen paremmin kuluttavien opiskelijoiden tarpeita vastaaviksi, jolloin luodaan lisäarvoa brandille ja asiakasmääriä saadaan kasvatettua.

Tutkimuksen kvalitatiivisesta osasta saadaan eriteltyä Laurean opiskelijoiden motiiveja, käsityksiä, tietämyksiä, arvoja, asenteita ja elämäntyynejä, jotka vaikuttavat ostopäätöksiin. Näiden piilevien tekijöiden vaikutuksen tiedostaminen kuluttajaryhmän ostopäätöksenteossa on markkinoijille tarpeellista tietoa. Ne vaikuttavat siihen, kuinka kuluttajat hahmottavat ostoon liittyviä asioita kuten kuvia, mainontaa, tuotteita ja kauppoja. Kun markkinoija on tietoinen kuluttajissa vaikuttavista tiedostamattomista tekijöistä, voi hän pyrkiä vaikuttamaan niihin mainonnan keinoin muuttaakseen kuluttajien ostokäyttäytymistä.

Lähteet

Kirjalliset

Autio, M. 2006. Kuluttajuuden rakentuminen nuorten kertomuksissa. Helsinki: Hakapaino.

Autio, M. & Paju, P. (toim.) 2005. Kuluttava nuoruus. Helsinki: Yliopistopaino.

Avoranta, A. 2003. ”Oho mä lähden taas täältä kassi kädes!” - tutkimus nuorista naisista hi-moshoppailijoina. Turku: Turun ammattikorkeakoulu.

Falk, P. 1994. *The Consuming Body*. London: Sage.

Gunter, B. & Furnham, A. 1998. *Children as Consumers - A Psychological Analysis of the Young peoples Market*. London: Routledge.

Hämäläinen, U. 2004. Nuorten tulojen ja toimeentulon palapeli. Helsinki: Palkansaajien tutkimuslaitos.

Kaartinen, R. & Lähteenmaa, L. 2006. Miten ja mihin nuoret käyttävät pikavippejä ja muita kulutusluottoja? Helsinki: Kauppa- ja teollisuusministeriö.

Klein, N. 2001. *No Logo - Tähtäimessä brändivaltiaat*. Juva: WS Bookwell.

Kuluttajan käsikirja 2005. Helsinki: Suomen kuluttajaliitto.

Lehtonen, T.-K. 1999. *Rahan vallassa. Ostoksilla käyminen ja markkinatalouden arki*. Helsinki: Tutkijaliitto.

Lindstrom, M. & Seybold, P. 2003. *Brand Child - Remarkable Insights into Minds of Today's Global Kids and Their Relationship with Brands*. London: Kogan Page.

Mattila, P. 2002. *Elämän merkit - tutkielma merkkituotteiden sosiaalisista tehtävistä*. Helsinki: Helsingin yliopisto.

McCracken, G. 1988. *Culture and Consumption*. Bloomington: Indiana University Press.

McNeal, J. 1987. *Children of Consumers - Insights and Implications*. Lexington: Lexington Books.

Moisander, J. 2001. *Representation of Green Consumerism: A Constructionist Critique*. Helsinki: Helsinki School of Economics and Business Administration.

Moschis, G. 1987. *Consumer Socialization - Lifestyle Perspective*. Lexington: Lexington Books.

Mäenpää, P. 2005. *Narkissos kaupungissa*. Helsinki: Tammi.

Nuorisobarometri 2005: Työn ja tasa-arvon merkitys nuorille lisääntynyt. Helsinki: Opetusministeriö.

Peter, J.P. & Olson, J.C. 2008. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. 8 painos. New York: McGraw-Hill / Irwin.

Smith, P.R. & Taylor, J. 2004. *Marketing Communications, An Integrated Approach*. 4. painos. London: Kogan Page.

Solomon, R.M. 2006. *Consumer Behavior, Buying, Having and Being*. 7. painos. New Jersey: Pearson Education.

Artikkelit

Abel, A.B. 1990. "Asset Prices under Habit Formation and Catching up with the Joneses". *American Economic Review* 80, 38-42.

Aledin, S. 2005. Brändit varhaisteinien elämässä. Teoksessa Autio, M. & Paju, P. (toim.) *Kuluttava nuoruus*. Helsinki: Yliopistopaino, 56-65.

Autio, M. 2004. Young Finnish People's Narrative Construction of Consumer Identity. *International Journal of Consumer Studies*, 28, 388-398.

Autio, M. & Heinonen, V. 2002. Nuorten kulutuksen moraali ja moraalitalous. Teoksessa Autio, M., Eresmaa, I., Heinonen, V., Koljonen, V., Paju, P. & Wilska, T.-A. *Pakko riittää. Näkökulmia nuorten maksuhäiriöihin ja kulutukseen*. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto / Nuorisotutkimusseura.

Chrisholm, L. & Hurrelmann, K. 1995. Adolescence in Modern Europe: Pluralized Transition Patterns and Their Implications for Personal and Social Risks. *Journal of Adolescence*, 18, 129-158.

Eräranta, K. & Moisander, J. 2005. Miten kuluttajaa hallitaan ympäristöpoliittisena toimijana? *Arkielämän ympäristöpolitiikka*.

Ferson, W.E. & Constantinides G.M. 1991. "Habit Persistence and Durability in Aggregate Consumption". *Journal of Financial Economics* 29, 199-240.

Groepel, A. & Bloch, B. 1990. An investigation of Experience-orientated Consumers in Retailing. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol 1. no. 1, lokakuu, 101-118.

Hall, R.E. 1978. "Stochastic Implications of the Cycle-Permanent Income Hypothesis: Theory and Evidence". *Journal of Political Economy* 86, 971-987.

Iivari, J. 200. Ylivelkaisuus ja köyhyys - erottamattomat kaksoset? Teoksessa Heikkilä, M. & Karjalainen, J. "Köyhyys ja hyvinvointivaltion murros." Helsinki: Gaudeamus.

Juntto, A. 2004. Erotteleeko asumisura suomalaisia? Asumiskulutuksen menestyjät ja syrjäytyjät. Teoksessa Ahlqvist, K. & Raijas, A. (toim.) *Ihanne ja todellisuus. Näkökulmia kulutuksen muutokseen*. Helsinki: Tilastokeskus, 91-112.

Karismo, A. 2009. Kuluttajavirasto: Kauppojen bonuskortit hämärtävät hintoja. *Helsingin Sanomat*, talous 9.1.2009.

Lachance, M., Beaudoin, P. & Robitaille, J. 2003. Adolescents' Brand Sensitivity in Apparel: Influence of Three Socialization Agents. *International Journal of Consumer Studies*, 27, 47-57.

Lehtinen, A.-R. 2005. Young Consumers' Credit Based Lifestyles and Payment Problems. *Nordiska Ministerrådet. TemaNord 2005: 512*.

Muniz, A. & O'Guinn, T. 2001. Brand Community. *Journal of Consumer Research*, 11, 412-432.

Myllyniemi, S. 2004. Nuorisobarometri 2004: Oman elämänsä yrittäjät. Helsinki: Opetusministeriö.

Nieminen, R. 2007. Suomalaiset tuhlaavat rahansa joka vuosi saman kaavan mukaan. *Turun Sanomat* 5.11.2007.

Peura-Kapanen, L. 2005. Kuluttajien rahatalouden hallinta. Rahoitetut tutkimukset 1/2005. Helsinki: Kauppa ja teollisuusministeriö, 20.

Prus, R. & Dawson, L. 1991. Shop 'til you drop: Shopping as Recreational and Laborious Activity. Canadian Journal of Sociology, Vol. 16, No 2.

Raijas, A. 2003. Arkipäivän kulutuksen tutkimista. Sosiologia 1/2003, 76-77.

Ruuskanen-Parrukoski P. 2005. Nuoret perheet kuluttajina. Teoksessa Autio, M. & Paju, P. (toim.) Kuluttava nuoruus. Helsinki: Yliopistopaino.

Sauli, H. 2004. Lapsiperheetkin ikääntyvät. Hyvinvointikatsaus 4/2004. Helsinki: Tilastokeskus, 4-9.

Sinerkari, K. 2008. Tuore liha ja leipä ovat kestoosukkeja. Helsingin Sanomat Hinta & Laatu 1.10.2008.

Stenius, T. 1998. Shoppailu on tunteiden teatteria. Kotiliesi 6/1998, 10-12; 140-141.

Viitanen, J. 2004. Esseitä intertemporaalisesta kulutuskäyttäytymisestä Suomessa. Kansantaloudellinen aikakauskirja - 100. vsk. 4/2004, 489-494.

Wilska, T.-A. 2002. Me - a Consumer? Consumption, Identities and Lifestyles in Today's Finland. Acta Sociologica, 45, 195-210.

Wilska, T.-A. 2004. Yksilöllisyyttä vai pakkovalintaa? Teoksessa Ahlqvist, K. & Raijas, A. (toim.) Erilaisia kulutusuria Suomessa. Helsinki: Tilastokeskus, 67-89.

Wilska, T. & Virtanen, T. 2002. Tyylittelyä ja tiukkaa taloutta. Teoksessa Silvennoinen, H. (toim.) Nuorisopolitiikka Suomessa. Nuorisotutkimusverkosto / Nuorisotutkimusseura, julkaisuja 29. Helsinki: Nuorisosiain neuvottelukunta Nuora, 86-104.

Wilska, T. & Eresmaa, I. 2002. Nuorten toimeentulon subjektiivinen kokeminen - arjen realismia vai tulevaisuuden kuvitelmia? Teoksessa Autio, M., Eresmaa, I., Heinonen, V., Koljonen, V., Paju, P. & Wilska, T.-A. Pakko riittää. Näkökulmia nuorten maksuhäiriöihin ja kulu- tukseen. Helsinki: Nuorisotutkimusverkosto / Nuorisotutkimusseura, 176-202.

Sähköiset

Heinonen, J. Tutkimussuunnitelma/Ohje. Viitattu 13.10.2009.

http://opko.laurea.fi/~jarhein/Tutkimussuunnitelma/Ohje/uusi_sivu_7.htm

Kielitoimisto, 1999. Viitattu 13.10.2009. <http://www.kotus.fi/kielitoimisto/>

Vanhatalo, S. Tikkurila viestintä 2008. Laurea numeroin. Viitattu 17.4.2009.

http://www.laurea.fi/internet/fi/03_tietoa_laureasta/01/04_Laurea_numeroin/index.jsp

Julkaisemattomat lähteet

Kakkonen, K. 2009. Tokmanni-konsernin toimitusjohtaja. Artikkelissa Karismo, A. Kuluttajavirasto: Kauppojen bonuskortit hämärtävät hintoja. Helsinki: Kuluttajavirasto.

Koljonen, V. 2001. "Se menee, mikä tulee". Ylivelkaantuminen nuorena selvinneiden näkökulmasta. Kuluttajaekonomian julkaisematon pro gradu tutkielma. Helsinki: Helsingin yliopisto, taloustieteen laitos.

Lehtonen, T.K. 1992. Shoppailun elämys ja kokemus. Julkaisematon luku luonnoksesta pro gradu - työksi. Helsinki: Helsingin yliopisto, sosiologian laitos.

Lehtonen, T.-K. 1993. Shoppailun mieli. Yksityisyys, sosiaalisuus ja turismi kolmena näkökulmana shoppailuun itsetarkoituksellisena toimintana. Julkaisematon käsikirjoitus. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.

Liimatainen, H. 2009. Laurea Keravan opintotoimisto 22.4.2009.

Pantxer, M. 2007. Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimusprofessori. Artikkelissa Nieminen, R. Suomalaiset tuhlaavat rahansa joka vuosi saman kaavan mukaan.

Peltonen, A. 2009. Artikkelissa Karismo, A. Kuluttajavirasto: Kauppojen bonuskortit hämärtävät hintoja. Helsinki: Kuluttajavirasto.

Räisänen, M. 2007. Suomen kaupan liiton asiamies. Artikkelissa Nieminen, R. Suomalaiset tuhlaavat rahansa joka vuosi saman kaavan mukaan.

Kuvaluettelo

Kuva 1: Vastaajien lukumäärä.	24
Kuva 2: Vastaajien iät.	25
Kuva 3: Vastaajat luokittain.	26
Kuva 4: Vastaajien asuinkunnat.	27
Kuva 5: Vastaajien suunnittelemaa hankintoja seuraavan vuoden sisällä.	28
Kuva 6: Vastaajien nauttimat tulot ja tuet.	30
Kuva 7: Varojen hankintatapa.	31
Kuva 8: Elintarvikkeet, juomat ja tupakka.	32
Kuva 9: Vaatteet ja jalkineet.	32
Kuva 10: Asuminen ja energia.	33
Kuva 11: Sisustus ja kodinhoito.	34
Kuva 12: Terveys.	34
Kuva 13: Liikenne.	35
Kuva 14: Tietoliikenne.	36
Kuva 15: Virkistys, kulttuuri ja koulutus.	36
Kuva 16: Hotellit, kahvilat ja ravintolat.	37
Kuva 17: Muut tavarat ja palvelut.	38
Kuva 18: Rahan käytön suuruusjärjestys moodien mukaan.	39

Liitteet

Liite 1 E-lomakkeen malli	51
Liite 2 Kommentteja kuluttamisesta ja kulutussuunnitelmista	53

Liite 1 E-lomakkeen malli

Pyydän teitä osallistumaan liiketalouden ammattikorkeakouluopintoihin liittyvään opinnäyte-työtutkimukseen. Tutkimuksen tarkoituksena on vastata kysymyksiin: millaiset ovat Laurea-ammattikorkeakouluopiskelijoiden kulutussuunnitelmat seuraavan vuoden sisällä ja kuinka he hankkivat kuluttamiseen tarvittavat varat? Pyydän teitä ystävällisesti vastaamaan seuraaviin kysymyksiin.

<https://elomake.laurea.fi/v2/lomakkeet/3871/lomake.html>

Taustatiedot

1. Sukupuoleni on? mies
 nainen

2. Ikä? _____

3. Mikä on asuinkuntanne?

4. Aiotko kuluttaa johonkin seuraaviin tuotteisiin tai palveluihin seuraavan vuoden sisällä?
Valitse hiirellä ctrl pohjassa haluamasi vaihtoehdot.

- | | |
|--------------------------------------|--------------------------|
| Televisio | <input type="checkbox"/> |
| DVD -soitin | <input type="checkbox"/> |
| Tietokone | <input type="checkbox"/> |
| Pelikonsoli | <input type="checkbox"/> |
| Mp3 -soitin | <input type="checkbox"/> |
| Stereot | <input type="checkbox"/> |
| Pakastin | <input type="checkbox"/> |
| Jääkaappi | <input type="checkbox"/> |
| Mikroaaltouuni | <input type="checkbox"/> |
| Pesukone | <input type="checkbox"/> |
| Astianpesukone | <input type="checkbox"/> |
| Kännykkä | <input type="checkbox"/> |
| Internetin käyttömahdollisuus kotona | <input type="checkbox"/> |
| Auto | <input type="checkbox"/> |
| Matkailuvaunu tai - auto | <input type="checkbox"/> |
| Moottori- tai purjeverne | <input type="checkbox"/> |
| Moottoripyörä tai - kelkka | <input type="checkbox"/> |
| Lomamatkat | <input type="checkbox"/> |
| Omistusasunto | <input type="checkbox"/> |
| Kesämökki | <input type="checkbox"/> |

5. Missä suuruus järjestyksessä aiotte käyttää rahaa seuraavista ryhmistä? Numeroikaa 1.-10.

	Järjestysluku
Elintarvikkeet, juomat ja tupakka	<input type="checkbox"/>
Vaatteet ja jalkineet	<input type="checkbox"/>
Asuminen ja energia	<input type="checkbox"/>
Sisustus ja kodinhoito	<input type="checkbox"/>
Terveys	<input type="checkbox"/>
Liikenne	<input type="checkbox"/>
Tietoliikenne	<input type="checkbox"/>
Virkistys, kulttuuri ja koulutus	<input type="checkbox"/>
Hotellit, kahvilat ja ravintolat	<input type="checkbox"/>
Muut tavarat ja palvelut	<input type="checkbox"/>

6. Mitä tuloja tai tukia seuraavista vaihtoehdoista te nautitte? Valitse hiirellä ctrl pohjassa haluamasi vaihtoehdot.

Palkkaa	<input type="checkbox"/>
Pääomatuloa	<input type="checkbox"/>
Eläkettä	<input type="checkbox"/>
Opinto tukea	<input type="checkbox"/>
Työttömyyspäivärahaa	<input type="checkbox"/>
Jotain muuta, mitä?	<input type="checkbox"/>
-	

7. Kuinka aiotte hankkia kuluttamiseen tarvittavat varat? Valitse hiirellä ctrl pohjassa haluamasi vaihtoehdot.

Säästämällä	<input type="checkbox"/>
Lainaamalla	<input type="checkbox"/>
Vaihtamalla omaisuutta	<input type="checkbox"/>
Omaisuutta myymällä	<input type="checkbox"/>
Jotenkin muuten, miten?	<input type="checkbox"/>

8. Onko teillä jokin kommentti kuluttamiseen liittyen, jos on niin mikä?

Kiitos vastauksistanne.

Täytettyänne lomakkeen klikatkaa tästä, niin vastauksenne lähetetään.

Liite 2 Kommentteja kuluttamisesta ja kulutussuunnitelmista

Alla on Laurean opiskelijoiden kommentteja kuluttamiseen ja kulutussuunnitelmiin liittyen:

Opiskelijan tulot eivät riitä läheskään kaikkeen tarvittavaan, jolloin on pakko käydä töissä vaikka koulu siitä vähän kärsisikin.

Kuluttaminen on arjen pakollisten menojen hoitamista: ruoka, asuminen, vaatteet ja lasten harrastusmenot. Ylellisyyteen ei keskituloisessa perheessä jää resursseja, ei kerry niin sanotusti ylimääräistä.

Opiskelujeni takia olen suunnitellut minimoida kulutukseni. Tietenkin kaikki pakolliset menot syövät rahaa, mutta osa-aikatyöläisenä ja opiskelijana raha ei juuri mihinkään muuhun riitä. Tietenkin rahaa menee eniten autooni ja sillä liikkumiseen. Koen kuitenkin tämän pakolliseksi, sillä työmatkani yhteen suuntaan on noin 60 kilometriä. Tämä on tietenkin mukavuuskysymys, mutta siitä en tingi: julkiset eivät toimi, kun pitäisi olla monta onnistunutta siirtoa. Aion myös säästää lomamatkaa varten, mikä on myös yksi iso rahareikä.

Lähitulevaisuudessa on suunnitelmissa hankkia koira, ostaa oma asunto sekä mahdollisesti oma auto. Kaikkia ei kuitenkaan hankita vuoden sisällä, aloitetaan koirasta.

Yleinen ohjenuorani itsellä on, että kulutetaan sen verran kun itseltä löytyy. Erinäköisten lainojen ottoa en todellakaan ymmärrä. Säästäminen on omasta halusta kiinni, jokaisella on siihen halutessaan mahdollisuus.

Pienelläkin pärjää.

Opintotuki on aivan liian pieni nykyisillä päivittäistavaroiden hinnoille. Siinä ei kovasti ole kuluttamista.

Kuluttaminen on hyvä asia, mutta hyvissä rajoissa tietenkin.

Viimeisen puolen vuoden aikana on hankittu paljon tavaraa, joten nyt isompia hankintoja ei ole näkyvissä. Omistuksessa on omakotitalo, kesämökki ja autot ynnä muut.

Palaan työelämään opiskelun jälkeen 1.3.09 jolloin opintotuki muuttuu palkaksi.

Suunnitelmissa ei ole lisätä kuluttamista eikä vähentää sitä, lainaa ei kuluttamiseen oteta vaan se, minkä työstä tulee palkkaa ja opintotukea voidaan käyttää peruselämään (ruoka, asuminen, auto, sähkö, netti ja puhelin). Jos jotain jää, se menee ylimääräisiin sekundääriin kulutukseen (ravintolat, vaatteet, herkut, harrastukset ja niin edelleen).

Kulutustavat ovat muuttuneet lapsen saannin jälkeen. Työssäkäynti opintojen ohella ei ole vaihtoehto, jotta ehtii viettää lapsen kanssa aikaa. Suurempia hankintoja voi tehdä vasta valmistumisen jälkeen, jolloin toivottavasti taloustilanne on parempi.

Ei paina lama meikäläisen kulutussuunnitelmissa.

Koska opintotuki menee vuokraan, tulee eläminen kustantaa palkasta ja mitään niin kallista ei osteta mihin ei suoraan ole varaa. Luottoa en käytä.

Normaali kulutus jatkuu.

En juuri tee ostoksia hetken mielijohteesta vaan niihin liittyy yleensä aina suunnitelmallisuutta. Olen luonteeltani ”pihi”, joten turhia ostoksia ei juuri synny. Pysin kuitenkin ostamaan aina laadukasta tavaraa sekä ruokaa. Kulutusluottoja en aio ikinä ottaa. Mietin kuluttamisessa usein myös ympäristöön liittyviä tekijöitä, esimerkiksi käytän joukkoliikennettä ja polkupyöräilän paljon. Autolla ajan vain välttämättömimmät ja erityisen pitkät matkat.

Itse ainakin ostan yleensä sen mitä haluan ja käyn ulkona. Sitten loppukuusta elän pihisti.

Asuntovelallisen arkea.

Elän pääasiassa opintotuella vaikka epäsäännöllisesti saan muitakin tuloja, jonka vuoksi joudun suunnittelemaan elämäni pahimmillaan puolella vuodella eteenpäin. Tämän takia mihinkään yllättäviin menoihin ei ole varaa. Jos haluan ostaa jotain peruselintarvikkeiden lisäksi, tulee tähän ostokseen säästää rahat.

Olen tosi huono säästämään ja kulutan usein asioihin joihin ei pitäisi. Ostelen siis huolettomasti kaikkea kivaa silloin kun rahaa on ja siksi loppukuusta saattaa mennä joskus tosi tiukille. Silloin vanhemmat auttavat.

Asuntojen hinnat eivät ole laskeneet pääkaupunkiseudulla juurikaan, mutta muualla ovat. Asuntojen hinnat ja lainakorkojen muutokset ovat vaikeasti ennakoitavissa ja tilanne on hyvin epävarma.

Koska olen opiskelija, taantuma ei ole vaikuttanut kulutukseeni. Aivan yhtä vähän rahaa minulla on nyt kuin ennenkin. En asu omistusasunnossa, minulla ei ole lainaa, enkä ole vielä ainakaan vuoteen siirtymässä oman alan ansiotyöhön.

Olen mielestäni järkevä kuluttaja. Teen harvoin heräteostoksia. Rahat ovat riittäneet hyvin vaikka olen opiskelija ja olen saanut säästöön jonkin verran.

Kuluttamista pitäisi vähentää tai ainakin vaihtaa tuotteita palveluihin. Kulutusta pitäisi suunnitella eteenpäin, jotta ei tekisi turhia kulutus päätöksiä.

Opintotuki ja asumislisä ovat niin pieniä, että eipä tässä opiskellessa paljon herkutella. Jostain sen rahan kuitenkin säästää tai lainaa pankista, että kerran vuodessa pääsee matkustamaan.

Opintojen aikana ei ole suunnitelmia suuriin hankintoihin ja kuluttaminen on mahdollisimman vähäistä.

En ainakaan aio säästää minkään taantumien tai tulevan laman takia.

Menot sovitan aina tulojen mukaan ja osa tuloista säästöön. Koskaan en velaksi elä.

En osta mitään, mihin itselläni ei ole varaa. Mietin tarkkaan mitä voin ja mitä kannattaa ostaa, sillä saan ainoastaan opintotukea ja muuten elän viime kesän säästöilläni.

Kulutuskäyttäytymiseni muuttuu täysin, kun aloitan työt valmistumisen jälkeen. Yritän myydä auton pois ja en välttämättä voi enää pitää useita lomia. Toivottavasti muuttaisin yhteen poikaystäväni kanssa, jolloin tietyt menot kasvavat.

Jos opiskelija hankkii lapsia, niin tulot laskevat ja kulutus pienenee. Asumislisä loppuu ja töissä ei voi käydä samalla kun nostaa opintotukea. Kaikki rahat on mennyt, eikä meidän perheessä tuhlata mihinkään. Tein viimevuonna yli 3000 € tappiota, koska kahden opiskelijan rahat eivät vain riitä lapsen elättämiseen.

Hirveen kivaa puuhaa.

Suurimmat hankinnat teen vuoden lopussa veronpalautusrahoista. Olen jo vuosia suunnitellut verotusprosenttini siten, että saan palautusta vuosittain 1 300-1 700 €.

Olen yrittänyt nyt uhkaavinakin aikoina pitää kuluttamiseni samalla tasolla kuin normaalisti.

Kaikki tulevat tulot menevät pääasiassa vuokraan, laskuihin ja sen jälkeen ruokaan ja liikkumiseen. Kenellä opiskelijalla on varaa sijoittaa suuriin hankintoihin, kuten kesämökkiin ja purjeveneeseen?

Olemme asunnonrakentajia ja uuteen taloon tulee uusia tuotteita. Suurimmat kulut ovat rakentaminen, jossa pääosin työ on tehty omin käsivoimin, jolle ei arvoa lasketa. Materiaalitarvikkeet on hankittu lainarahalla.

Ok. Tavarat ovat liian kalliita.

Olen juuri oikeissa ostaa ensiasunnon avopuolisoni kanssa. Asuntoon aiomme hankkia tänä vuonna joitakin suuria hankintoja, kuten sohvan, sängyn ja astianpesukoneen. Auton käyttö syö taloudestamme mielestäni liian suuren osan ja siksi aionkin panostaa enemmän julkisen liikenteen käyttöön. Kuluttajana teen melko paljon heräteostoja, mutta suurempien asioiden ostamiseen käytän paljon harkinta-aikaa. Suurimman osan vaatteistani ostan internetin välityksellä.

Itse pyrin säästämään kaikessa ja kulutan rahaa vain pakollisiin asioihin.

Työssäkäyvänä opiskelijana talouteni on kunnossa. Ilman työssäkäyntiä en kuitenkaan pärjäisi taloudellisesti. Joskus, jos olen voinut kouluni takia käydä vähemmän töissä, olen ottanut opintotukeen kuuluvaa opintolainaa, mutta onneksi minun ei ole tarvinnut nostaa sitä usein.

Jäin työttömäksi, joten mahdollisuuksia kuluttaa ei juuri ole.

Lisätienestettä saa hakeutumalla osa-aikatyöhön (olen aikuisopiskelijana kokopäiväinen opiskelija ilman pysyvää työpaikkaa).

Talouden taantuma ei ole vielä vaikuttanut kuluttamiseeni mielestäni. Rahatilanteeni on jopa parempi kuin viime vuonna vastaavana aikana, sillä olen nyt töissä. Minulla ei ole tiedossa isoja hankintoja (kodinkoneita, autoa ja asuntoa ynnä muuta sellaista), joten kulutan lähinnä asumiseen, liikuntaan, matkailuun ja palveluihin.

Ei ole lama ainakaan puraissut. On tullut nyt alkuvuoden aikana kulutettua yhtä paljon esimerkiksi kodin elektroniikkaan kuin viime vuonna yhteensä.

Käytän julkisen liikenteen palveluja. Yritän suosia enemmän palveluja ja tehdä vähemmän tavarastoja. Ruokaostoja en laske tavaroihin.

Kulutus on järkevää, muttei liian pihä.

Ennen koulutusohjelmani alkua säästin rahaa palkoistani, että voisin keskittyä enemmän opiskeluun. Keikkatöitä on varmaan silti alettava tekemään.

En ole ajatellut hankkia mitään annetuista vaihtoehdoista, kun en kerran tienaakaan.

Kaikessa on säästettävä. ”Ylimääräinen” raha menee lapsen kustannuksiin.

Tarkennetaan vielä, että tuleva auto ei ole uusi vaan käytetty ja korkeintaan 8000 € maksava.

Vaikea on arvioida, mitä tulee ensi vuoden aikana hankittua, kun ei ole tullut tuollaista yhtään mietittyä. Hankinnat tulee kuitenkin tehtyä ihan tilanteen ja tarpeen mukaan.

Pienen tuen takia ei tule juurikaan kulutettua mihinkään muuhun kuin pakollisiin asioihin.

Kohtaan neljä valitsin omistusasunnon. Olemme mieheni kanssa harkitsemassa sen ostoa, sillä asuntojen hinnat ovat tippuneet. Se voi tarkoittaa sitä, että opinnot keskeytyvät ainakin tois-
taiseksi.

Opiskeluaikana olen käyttänyt rahani pääasiassa ruokaan, asumiseen ja koulukirjoihin. Uudet vaatteet ja tavarat ostan alennusmyynneistä.

Tällä hetkellä en näe lähitulevaisuudessa tarvetta suurempaan kulutuksen suunnitteluun, suuria hankintoja ei ole tiedossa.

Pyrin kuluttamaan mahdollisimman vähän ja vihreiden periaatteiden mukaisesti.

Rahat menevät tällä hetkellä pitkälti kädestä suuhun. Kun ei ole ketään ketä joutuisi elättämään, käyttää rahaa niin ettei sitä paljon säästöön jää. Pitäisi opetella säästämään tulevaisuuden varalle.

Olen ollut työelämässä 6 kuukautta. Olen maksanut opiskelijavaihdosta sekä Kansan eläkelaitoksen tuista aiheutuneita kuluja viime kesäkuusta saakka. Maaliskuu 2009 tulee olemaan ensimmäinen kuukausi kun minulta jää rahaa säästöön ja kulutukseen enemmän.

Elän yhdessä avopuolisoni kanssa jolloin isoimmat ostokset hommataan yhdessä tai puolisoni ostaa suurempien tulojensa vuoksi.

Aion kuluttaa rahani normaaliin tapaan, painottaen lähinnä kestäviä sijoituskohteita kuten rahastot, obligaatiot ja asunto.

Kulutus on selvästi laskenut viimeisten kahden vuoden aikana ja tärkeysjärjestyksessä käytännön syistä terveys ja ruokamenot ovat nostaneet sijaintiaan kulutuksessa.

Ekakohdassa olisin valinnut omakotitalon, jos sellainen vaihtoehto olisi ollut. Suuremmat hankinnat tietenkin riippuvat siitä, kuinka nopeasti saan riittävät vakiotulot valmistumisen jälkeen. Maslowin tarvehierarkia toteutuu hyvin meidän osalta: jos rahaa ei ole, niin vain välttämätön kuten ruoka, vuokra ja vaatteet ostetaan. Ei niin välttämättömiin hankintoihin rahat säästetään ensin. Isommat hankinnat kuten asunto hankitaan velkarahalla.

Olen säästänyt rahaa opiskelujä varten. Olen myös hyvin suunnitelmallinen rahankäyttäjä.

Viisasta ja järkipäistä.

Tänä vuonna ei tehdä suuria investointeja, vaan maksetaan asuntolainaa pois ja odotellaan taloustilanteen kohentumista.

Tarkoitus on kuluttaa vain sen verran kuin on tarpeellista. Säästöön pitäisi laittaa mahdollisimman paljon rahaa.

Tarkoituksena on maksaa luottokorttilaskut ja osamaksulainat pois ja sen jälkeen alkaa lyhentää asuntolainaa.

Tiukkaa tekee!

Kaikki rahat menevät asuntolainaan, vakuutuksiin, asumiskuluihin ja ruokaan sekä auton polttoaineeseen ynnä muihin auton käyttö kuluihin.

Opiskelijana palkka ja opintotuki menevät melkein saman tien välttämättömyyksiin ja sitten kituutetaan loppukuu parillasadalla eurolla, joka ei nykypäivänä riitä mihinkään.

Pienet ovat tulot ja suuret menot. Yritän kuitenkin säästää koko ajan.

Vaikeaa on opiskellessa elää normaalia ja mielekästä elämää rahan käytön suhteen, kun on pienet tuet ja töitä on tehtävä. Jokaista euroa on mietittävä minkä kuluttaa.

Omalla rahalla, ei lainaa.

Kulutustottumukseni olisi luultavasti hieman erilaiset, jos olisin pelkästään työelämässä. Aion kuitenkin heti valmistuttuani matkustella (töihin Australiaan), joten en säästä niihin ”normaaleihin” kohteisiin, asuntoon, autoon ja niin edelleen. Toki nämä asiat ovat tulevaisuuteni hankintoja heti palattuani takaisin Suomeen. Koen oman elämän rakentamisen (rahallisesti) vakaalle pohjalle äärimmäisen tärkeänä.

Niukkana aikana ei voi kuluttaa.

Rahat ovat lopussa ja mastercard piipussa, mutta onneksi keväällä koittaa valmistuminen. Rahaa on ollut välillä tosi niukasti, onneksi mies on auttanut esimerkiksi maksamalla yhteisiä laskuja ja niin edelleen.

Kuluttaminen on hyväksi, kunhan vain osaa käyttää rahansa oikein. Liika säästäminen syventää lamaa, koska käytettävissä oleva raha jää piiloon pankkitileille.

Töissä on pakko käydä opiskelun ohella, muuten ei tule toimeen!

Tällä hetkellä mietin menojaani paljon tarkemmin kuin esimerkiksi puolitoista vuotta sitten. Minun on päivittäisissä valinnoissani huomioitava huono rahatilanteeni ja se, että se tulee entisestään huonontumaan samalla, kun se toisilla entisestään paranee.

Aion kuluttaa seuraavan vuoden aikana kuten edellisinäkin vuosina. Toisaalta mikäli tulen saamaan suurempaa palkkaa, kulutan todennäköisesti vielä enemmän.

Olen pihi ja tarkka rahoistani. Ostan tavaroita vain tarpeeseeni.

Muutto on ehkä edessä, sen takia ostoslistalla ovat pesukone ja televisio. Emme kyllä selviäisi, jos emme kävisi opiskelujen ohella töissä!

Opiskelun loppupuolella uskaltaa ostaa oman asunnon, koska on vakituinen työpaikka.

Kulutan rahaa vaatteisiin kuukaudessa monta sataa euroa.

Valmistun pian ja aloitan säännöllisen palkkatyön, minkä takia aion säästää loppuvuonna rahaa.

www.kulutusjuhla.com

Asun toistaiseksi opiskelija-asunnossa, joten edullisen vuokran takia rahaa jää palkasta muuhunkin. Puolisollani ja minulla on yhteiset rahat, joten kahden tuloilla jää rahaa hauskanpitoon. Aiomme matkustaa ulkomaille ainakin kahdesti, käydä ulkona syömässä ja kuluttaa kulttuuriin, urheiluun ja viihteeseen. Molemmilla on kuitenkin tiedossa tämän vuoden aikana palkannousut valmistumisen myötä. Kaikki raha joka tulee, myös menee mutta velaksi emme ole vielä mitään ostaneet.

Yleensä säästän asioita ostaakseni, mutta aion rakentaa omakotitalon, joka on pakko rahoittaa lainalla.

Terveysteen ei tarvitse penniäkään rahaa, sillä itsensä hoitaminen, venyttely, liikkuminen ja henkinen hyvinvointi on ilmaista.

Kun kuluttaa fiksusti ja ostaa esimerkiksi käytettyjä vaatteita ja tavaroita voi pienestäkin palkasta jäädä säästöön isoja hankintoja varten. Kierrätys kunniaan!

Käytän kuukausi budjettia, johon lisänsä tuovat satunnaiset keikkatyöt opiskelun ohella.

Kulutustani säätelee kolmen lapsen yksinhuoltajuus. Heidän perustarpeiden turvaaminen on ensimmäinen asia elämässäni. Tiukkaa on ollut ja tiukkaa tulee olemaan. Päiväbudjetin pitää olla tiukka ja siitä on pidettävä kiinni, että rahat riittävät kuukauden jokaiselle päivälle. Yksinhuoltajuus ei ole helppoa.

Aion tienata kesätyöllä, jotta pärjään seuraavan vuoden.

Ei kannata elää yli omien varojen eli töihin siitä ja sitten vasta kuluttamaan!

Teen kuluttamisen suunnitelmallisesti. Kulutustavaroista suurin osa on ruokatarvikkeita. Pieni määrä menee isompiin ostokohteisiin.

Tulevat ”huonot” näkymät eivät kummemmin vaikuta kuluttamiseeni. Niin kuin mainoksessa sanotaan ”älä ruoki lamaa”.

Ostan tavaraa jota tarvitsen, enkä sitä mitä himoitsen. Laatu on tärkeää ja sen jälkeen hinta.

Omaisuuksien myyminen tarkoittaa tässä tapauksessa sijoitusten myymistä.

Normaalista ”pienkulutuksesta” ei ole tarvinnut säästää, mutta ei ole liioin haluja suuriin lainanottoihin tai hankintoihin.

Avomieheni on työelämässä ja hoitaa taloutemme suurimmat kulut, omien pakollisten menojeni (kouluruoka, lasten hoitomaksut ja puhelinlasku) jälkeen itselläni on varaa vain pieniin hankintoihin (meikit, vaatteet tai lastenvaatteet sekä kahvila tai muu kulttuuri) tai säästämällä hiukan isompiin hankintoihin. Hankintalistalla on lähinnä huonekaluja, seuraavaksi uusi ruokapöytä. (Aika moni asia listasta on jo hankittu, mukaan lukien omistusasunto, vaikka en tietenkään ole itse vielä voinut osallistua lainanlyhennyksiin kun en ole työelämässä).

Mies ostaa elintarvikkeet, minun osuus menee vaatteisiin ja lapsen tarvikkeisiin sekä oman auton ylläpitoon ja terveydenhoitoon sekä kampaaja ja kosmetologipalveluihin.

Kulutuskäyttäytyminen kuukausien välillä on erilaista. Välillä ostaa enemmän tavaroita, välillä ei osta mitään.

En käytä kulutusluottoja vaan säästän ja ostan vasta sitten. Korkeintaan joskus käytän luottokorttia, kun tiedän että rahaa on varmasti tulossa ensi kuussa enemmän kuin normaalisti (veronpalautukset ja yritysbonus ynnä muut).

Visa ja Master Card on hyviä olemassa, kun haluaa tasata kuluja per kuukausi.

En kuluta turhaan, ostan silloin kun jotain tarvitsen tai lapset tarvitsevat.

Mitä vähemmän kuluttaa, sitä isomman palveluksen tekee luonnolle ja itselleen. Ei pidä uskoa poliitikkoja jotka sanovat, että kaikki pysyy pystyssä kuluttamalla. Ostamalla ja kuluttamalla autat jeesaa maailmaa hallitsevia jättiyrityksiä. Olemme pelinappuloita sinänsä.

Olen perheellinen, opiskelen työn ohella ja saan säännöllistä kuukausipalkkaa. Minulla on jonkin verran asuntolainaa. Rahat eivät ikinä riitä mihinkään ylimääräiseen ”kuluttamiseen”, vaan voisin sanoa eläväni ”kädestä suuhun” -mentaliteetilla.

Rahaa kuluu normaaliin elämään, ruokaan, vaatteisiin ja asuntoon. Myös auton omistaminen on kallista ja tulevaisuudessa olisi toive pärjätä ilman sitä.

Tuhlaan sen mukaan mitä jaksan tehdä töitä ja saan siitä rahaa.

Opiskelijana joskus huomaa, että halvemaksi tulee ostaa laatua, vaikkakin kalliimpaa tavaraa. Opiskelija-asuntola on oiva tapa säästää rahaa. Haaveena on omistusasunto.

Minulla on tällä hetkellä ongelmia kulutusluoton kanssa.

Kaikki mikä tulee, myös menee. En pysty juuri säästämään vaikka haluaisin. En voi tehdä isoja hankintoja.

Kuluttamisen ohella tulisi pystyä myös säästämään. Säästöistä on suuri hyöty siinä vaiheessa kun jotain ennalta arvaamatonta tapahtuu.

Valmistumisen jälkeiset suunnitelmat ovat vielä hiukan avoimina, joten en tarkasti osannut arvioida kuluttamiseen liittyviä asioita.

Kaikki hankinnat ja matkasuunnitelmat ynnä muut sellaiset on tarkoitus tehdä normaalisti, vaikka työpaikka tulevaisuudessa onkin epävarma.

Kulutan ainoastaan sen verran, mitä minulla on varaa kuluttaa. Kovin paljon ylimääräistä ei opintotuesta jää käteen.

En usko muuttavani kulutustapojani laman uhasta huolimatta.

Näillä tuloilla on hiukan huono kuluttaa, hyvä kun saa vuokran maksettua ja ruokaa jääkaappiin.

Olen juuri ostanut oman asunnon, muutoin se olisi ollut ykkösenä hankintalistalla. Televisiot ynnä muut kodinkoneet minulla jo on. Osa on saatu perintönä. Seuraavaksi aion hankkia uuden kännykän. Se rahoitetaan osin Soneran antamilla lahjakorteilla.