

## Kuluttajaviraston keinot

Kuluttajaviraston ylijohtaja Marita Wilska kertoi, että heidän keinonsa vaikuttaa ongelman ratkaisuun ovat enemmänkin ns. pehmeitä keinoja. "Monet asiat, joiden kanssa työskentelemme ovat sellaisia, joista on lainsäädäntö olemassa. Viranomaiset ovat tottuneet toimimaan asioissa, joissa nimenomaan lainsäädäntö antaa mahdollisuuden vaikuttaa ja puuttua asioihin kuten esim. tuotteen turvallisuuteen, terveellisyyteen, kuluttajille sopivuuteen jne. Pehmeämpi vaihtoehto on valistus- ja informaatiotoiminta. Toiminnassamme korostuukin kuluttajanäkökulman esille tuominen. Se voi olla vaikuttamista asenteisiin ja tottumuksiin tai jonkun toisen viraston toimintaan. Samoin se voi olla vaikuttamista elinkeinoelämän toimintaan ja usein myös julkisen keskustelun herättämistä. Tämän tehtäväalueen olemme ottaneet itsellemme. Yksi päätehtävämme on kuluttaja-informaatio, jonka avulla parannamme kuluttajien hinta- laatu ja ympäristötietoisuutta.

Eritysryhmien ongelmassa kuluttajaviraston keinot eivät riitä kovin pitkälle, ainakaan vielä tässä vaiheessa. "Kun teemme kuluttajatutkimusta, niin ne tehdään yleensä tuotteista ja palveluista, joita on saatavilla. Eritysryhmien kohdalla kohtaamme ongelman, ettei tuotteita ole saatavilla. Mielenkiintoista järjestetyssä keskustelutilaisuudessa oli edustettuna olevien yhdistysten toivomus, että viranomaisten pitäisi puuttua siihen enemmän. Siten se ei jäisi vapaaehtoisjärjestöjen varaan, mikäli markkinamekanismit eivät pystyisi sitä ratkaisemaan. Kysymys on vaikea ja sen takia tästä tulee ehkä suhtautumiskysymys siitä, onko virastolla mitään muuta mahdollisuutta kuin informaation lisääminen, jos lainsäädäntöä ei ole olemassa. Käydyssä keskustelutilaisuudessa tuli selkeästi esille kattavien selvitysten tekeminen. Pohtia tulee kuitenkin myös kysymystä, onko viranomaisten turvattava erityisryhmien tuotteiden saatavuus. Rajanveto asiassa on vaikeaa" sanoo Marita Wilska. Marita Wilska jatkaa "Mielestäni järjestetty keskustelu oli hyödyllinen, sillä se avasi uuden näkökulman asioihin. Monesti ongelmaa ei tiedosta, ellei asiasta ole käyty keskustelua laajemmin tai siitä ei ole muuten riittävästi tietoa. Kuluttaja-asiaainneuvottelukunnassa on asiasta kyllä keskusteltu, mutta ongelman laajuutta ei pystytty vielä hahmottamaan pelkän kirjallisen aineiston perusteella. Keskustelussa tuli esille eri tahojen kertomat kokemukset ongelmista, jotka konkretisoivat lisää ongelmakenttää. Viranomaisilla ei ole kuitenkaan resursseja palvella yksittäisiä ryhmiä. Tulemme kartoittamaan mahdollisuutta tehdä kuluttajatutkimus asiasta, jolloin ongelman laajuus selviäisi ja se antaisi mahdollisuuden analyttisempään asian tarkasteluun jatkossa. Tarkoituksena olisi selvittää, missä ovat keskeisemmät ongelmat. Sitä kautta tietäisimme, missä riittäisivät pehmeämmät keinot ja missä taas tarvittaisiin vaikuttamista toisiin viranomaisiin".

Paneelikeskustelussa esille tullut toimikunnan perustaminen selvittämään asiaa, ei ole Marita Wilskan mielestä ollenkaan huono ajatus. Toimikunnassa tulisikin olla eri viranomaisia, joiden tehtäväkentät määriteltäisiin kuten kuluttajaviranomaisen, terveydenhuollon, kaupunkisuunnittelun jne. Vapaaehtoisjärjestöjen näkökulman esilletuominen olisi olennaista, koska sieltä tulisi oikea kysymyksenasettelu ja ongelma esille. Marita Wilskan näkemys oli myös, että KTM suhtautuu myönteisesti tutkimuksen teettämiseen ja tulee jatkossa mahdollisesti luomaan yhteyksiä tutkimuskeskukseen. Kuluttajavirasto tulee silloin olemaan mukana tutkimuksessa.

"Standardoinnin osalta näkisin asioiden olevan vielä avoimia ja niiden kehittäminen on kesken. Keskustelussa tuli esille myös suomen markkinoiden pienuus. Elinkeinoelämä ei näe ehkä riittävästi kannattavuutta lähteä palvelemaan erityisryhmiä". Toisaalta tämä antaa mahdollisuuden erikoistumiseen. Tällöin verkottuminen suurien ja pienten yritysten kesken tulee korostumaan. Pienyrityksillä on usein vastassa myös pääomien puute sekä toimintaan kohdistuvat ympäristön asenteet ja ennakkoluulot, toteaa lopuksi kuluttajaviraston ylijohtaja Marita Wilska.

Margit Ansamaa

## "Pienyritysten työllistämiskyky Suomessa heikko"

Pohjalainen 12.11.1998 "Liike-elämä"

### Helsinki

Suomen kansantalouden keskeisiä ongelmia ovat yrittäjien vähyys ja pienyritysten heikko työllistämiskyky. Tämä ei ole yritysten vika, vaan syyt löytyvät taloudellisista rakenteista.

Näin todetaan tuoreessa professori Vesa Kanniaisen toimittamassa kirjassa Yritykset kansantalouden perustana.

Vaikka yrittäjyydestä on viime vuosina keskusteltu paljon, tekemistä riittää tilanteen parantamiseksi. Kanniaisen toimittamassa kirjassa arvellaan, ettei meillä ole riittävästi ymmärretty yritystoiminnan edellytyksiä ja niiden merkitystä kansantalouden suorituskyvylle. Syyt siihen, miksi pienyritysten työllistämiskyky on meillä heikko, löytyvät ennen kaikkea kolmesta lähteestä: suuresta julkisesta sektorista, raskaista veroista ja työmarkkinainstituutioista. Yritystoiminta Suomessa on melkoista riskipeliä. Tästä kertovat ennen kaikkea konkurssitilastot. Vaikka meillä aloittaa vuosittain runsaasti yrityksiä, niistä 20 prosenttia katoaa ensimmäisen ja 30 prosenttia kolmen vuoden sisällä.

### Lamakin kummittelee

Etelä-Suomen Sanomat 22.11.1998 Haastattelussa Finn Karelia Virkkeen toimitusjohtaja Jussi Karinen

Idänkaupan romahduksessa ja 90-luvun alun lamassa kaksi kolmannesta kotimaisista vaatevalmistajista kaatui. Samalla katosi tuhansia ompelutyöpaikkoja. Jäljelle jääneet ovat hioneet toimintaansa teräkuntoon. "On valitettavaa, että juuri nyt, kun olisi kulutustavaroiden, mm. vaatteiden, kysyntäpiikin vuoro, niin taantumasta varoittavia sormia nousee sieltä sun taältä".

Euroaika ei lupaa suomalaiselle vaateteollisuudelle kovin ruusuista tietä ja kukkurakaupalla kahisevaa, jos ensi vuodenvaihteessa syntyvä eurovaluutta noteerataan kovin vahvaksi verrattuna Yhdysvaltain dollariin, ja jos Ruotsi porskuttaa maailmankaupassa euroalueen ulkopuolella heikohkolla kruunulla.