

Gynna inhemskt och snåla inte i onödan

På olika håll i media har vi under den senaste tiden serverats nyheter om det önskvärda med att vi väljer finländska produkter när vi handlar. En nyhet av det här slaget var resultaten av en undersökning som Förbundet för Finländskt Arbete hade gjort, där det bl.a. konstateras att "om varje finländare köper finländska produkter och tjänster för 10 euro mer i månaden, så skapas tiotusen nya arbetsplatser på årsbasis". Föreningen Ruokatieto ry har gått ut med information om hur det ryska förbudet mot finska produkter kan kompenseras. Enligt föreningen är lösningen att "om varje finländare under ett år ökar sin konsumtion av finska livsmedel med 100 euro, så elimineras bortfallet av Rysslandsexporten".

Intressant var också resultatet av en enkät som gjorts av Förbundet för Finländskt Arbete. Där kom det fram att de tre saker som finländarna helst ville hålla kvar i Finland var produktionen av rågbröd, Fazers produkter och Valios produkter. I en annan undersökning efterfrågades vad som bäst kännetecknar det genuint finländska. Rågbröd placerade sig mycket högt på listan, bara finska flaggan och bastun kom högre.

Finländskhet, inhemskt arbete och finländska produkter uppskattas av finländska konsumenter. Men hur det inverkar på det verkliga konsumentbeteendet är sedan en helt annan sak. I enkäter och undersökningar talar konsumenterna varmt om att gynna inhemskt, men det de köper är utländska billigvaror, som exempelvis billigt utländskt bröd av halvfabrikat med hög salthalt, som gräddas färdigt i butikerna.

I somras läste jag en del intressanta artiklar i Helsingin Sanomat. En sådan (14.6.2014) gällde folks mani att springa efter erbjudanden och hur irrationellt konsumentbeteendet ofta är. Om någonting finns att köpa särskilt billigt så känner man sig tvungen att köpa det, också om det inte behövs. Eller hur en konsument sparar på mycket men i stället slösar okontrollerat i andra situationer. Det berättades också om hur konsumenter ränner efter bonuspoäng i olika affärer: "Hellre köper man en spade för 20 euro, eftersom köpet ger bonus till värdet 50 cent, i stället för att köpa spaden i en konkurrerande affär

för 15 euro". Vi har lätt att förena oss med synsättet i en artikel av professor **Jaakko Aspara**, Aaltouniversitetet, där han konstaterar att rationellt tänkande inte hör till de starka sidorna hos människan som konsument. Men om vi ser på allt det som för närvarande sker i världen, kan vi bara se att rationellt tänkande inte heller i andra avseenden tycks höra till mänsklighetens utmärkande egenskaper.

I en annan artikel i Helsingin Sanomat (5.7.2014) behandlades den mänskliga gnidigheten. Där berättades om en riksdagsledamot vars årsinkomst 2012 var över 2 300 000 euro. Riksdagsmannen berättade att han gör sina inköp på specialerbjudanden, alltid när det är möjligt. Han berättade också att han oftast köper kläderna på rea eller på loppmarknader. Med lågprisflyg reser han till USA och köper där på en gång flera kostymer, eftersom priserna där är hälften av våra. Riksdagsmannen säger också att prisnivån i Finland är så hög att han sällan äter på restaurang.

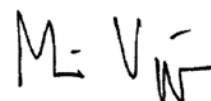
Det finns säkert många andra välbärgade personer i Finland som betar sig på det beskrivna sättet, inte bara den nämnde riksdagsmannen. Det är ett alldeles allmänt drag särskilt bland de äldre, som levde under och efter krigsåren, eftersom sparsamheten så att säga sitter i ryggmärgen hos dem. Om en människas inställning till användningen av pengar är av det här slaget, är det säkert svårt eller närapå omöjligt för henne att gynna inhemskt arbete och tjänster, eftersom de ofta är dyrare än billigimporten. Knappast kan vi tänka oss att en sådan person skulle köpa mer inhemskt för 10 euro i månaden eller för 100 euro om året. Men om nu förmöget folk betar sig på det här sättet, så hur kan vi då begära att mindre välbärgade ska konsumera på annat sätt? Å andra sidan, som jag redan nämnt, så betar sig konsumenterna ofta irrationellt och gör då av med pengar utan eftertanke. Vi kan bara hoppas att de i sådana situationer gör av med pengarna på inhemskt. Tyvärr är det vanligt att konsumenterna som slösat bort sina pengar i stället "sparar" när det gäller livsmedelsinköp, och då är det igen jagandet efter erbjudanden som gäller.

Vi borde ändå minnas att för 30 år se-

I enkäter och undersökningar talar konsumenterna varmt om att gynna inhemskt, men det de köper är utländska billigvaror

dan utgjorde livsmedlens andel av konsumtionen en femtedel, medan den nu är nere i drygt 12 procent. Sedan dess har konsumentpriserna stigit till inemot det dubbla, medan lönerna har stigit 3,5-falt.

"Man är så fiffig man är, men klokare kan man bli varje dag". Det hörde jag skådespelaren **Vesa Vierikko** säga i en tv-intervju. Om det är så, kan man alltså också slippa överdriven gnidighet.



Mika Väyrynen

