



X

Oppiaine	Kansainvälinen liiketoiminta	Päivämäärä	20.5.2011
Tekijä(t)	Marina Laamonen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	79
Otsikko	Luksuskulutuksen kehitys Venäjällä		
Ohjaaja(t)	Prof. Esa Stenberg KTM Birgitta Sandberg		

Tiivistelmä

Tutkimuksen tarkoituksena oli tarkastella Venäjän luksusmarkkinoita, selvittää kuka ostaa luksusta Venäjällä, sekä mitkä arvot ja motiivit vaikuttavat venäläisten ostospäätöksiin. Monet kulutustavat ja arvot ovat muokkautuneet pysyväksi osaksi venäläisiä luksuskuluttajia viimeisen 20 vuoden aikana, mutta etenkin viime vuosina venäläiset kuluttajat ovat omaksuneet uusia kulutusmalleja sekä löytäneet oman kansallisen identiteettinsä, joka näkyy kulutuksen muutoksena. Tutkimuksen tarkoituksena on myös tarkastella näitä pysyviä malleja ja motiiveja, sekä muutoksia. Tutkimusta varten on suoritettu laadullinen teemapohjainen tutkimus, jossa on haastateltu useita venäläisiä luksusmarkkinoiden asiantuntijoita. Henkilöitä, jotka työnsä puolesta toimivat Venäjän luksusmarkkinoilla, ja joiden toimi-ala palvelee venäläistä luksussegmenttiä. Tämän lisäksi tutkimusta varten on analysoitu venäläisiä aikakauslehtiä, joiden kohderyhmänä ovat varakkaat venäläiset kuluttajat. Tutkimuksessa on hyödynnetty aineistotriangulaation etuja yhdistelemällä kahta aineistoa. Teoriapohjana on tutkimuksessa hyödynnetty kuluttajakäyttäytymisen analyysipyörää, arvoaltahakuisen kuluttajakäyttäytymisen viitekehystä, kansallisen kulttuurin ulottuvuuksien mallia, sekä kulttuurin välisen kuluttajakäyttäytymisen mallia.

Tutkimuksessa käy ilmi, että venäläisille luksusta on kaikki statusattribuutit, jotka korostavat henkilön sosiaalista asemaa ja menestystä. Luksuksen avulla haetaan ulkoista näkyvyyttä, sekä osoitetaan kuuluvansa tiettyyn sosiaaliseen statusryhmään. Kuuluvuus tiettyyn sosiaaliseen statusryhmään on asentanut jäsenilleen ryhmäpaineita ulkonäön ja elämäntyylin mukaan, mikä on tehnyt luksuskulutuksesta välttämättömyyden eikä niinkään ylellisyyden.

Vaikka kerskakulutus ja statuksen korostus tulee aina säilymään venäläisen luksuskulutuksen erottamattomana osana, tutkimuksen perusteella voitiin havaita myös kolme selkeää kehityssuuntaa Venäjän luksusmarkkinoilla. (1) Luksuskulutuksen uusi kehitys on minimalistinen luksuskuluttaminen, jolloin venäläiset kuluttajat siirtyvät räikeästä luksuksesta hillittyihin tuotteisiin. Luksusta on varsinaisten luksusattribuuttien vältteleminen ja kiertäminen. (2) Eurooppalaisen elämäntyylin ja tuotteiden ihailu näkyy venäläisten siirtymisessä yhä länsimaalaisempaan, diskreettiin kulutustyyliin, jossa luksus kuvastaa henkilökohtaisia asenteita ja makuja, eikä niinkään sosiaalisia normeja. (3) Venäläisistä on tullut entistä kansallismielisempiä ja ylpeämpiä omasta kulttuuristaan ja maastaan. Tämä näkyy kotimaisten tuotteiden ja brändien nousevana arvostuksena ja näkyvyytenä. Venäläiset luksuskuluttajat suosivat entistä enemmän venäläisiä tuotteita, muotia, kotimaan matkailua, ruokaa ja tapoja.

Asiasanat	Luksus, kuluttajakäyttäytyminen, arvovalta, Venäjä, kulttuuri, kehitys
Muita tietoja	