



<input checked="" type="checkbox"/>	Pro gradu -tutkielma
<input type="checkbox"/>	Lisensiaatintutkielma
<input type="checkbox"/>	Väitöskirja

Aine	Markkinointi	Päivämäärä	30.4.2003
Tekijä(t)	Susanna Ikäheimonen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	139
Otsikko	Eettiset arvot kuluttajan päivittäistavaravalinnassa		
Ohjaaja(t)	KTT Leila Hurmerinta-Peltomäki, KTM Leena Haanpää		

### Tiivistelmä

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten eettisen näkökulman huomioiva kuluttaja voi ilmaista eettisiä arvojaan päivittäistavaravalinnan kautta. Tämän laajemman tutkimusongelman ratkaisemista lähestyttiin neljän osaongelman avulla. Ensinnäkin perehdyttiin siihen, millainen käsitys kuluttajalla on eettisyydestä ja omista eettisistä arvoistaan sekä niiden ilmenemisestä. Sen jälkeen selvitettiin, millainen kuluttajan mielestä on eettinen yritys tai tuote ja mille tiedolle arviot yritysten tai tuotteiden eettisyydestä perustuvat. Kolmanneksi tutkittiin, miten kuluttajan eettiset arvot ilmenevät päivittäistavaravalinnan yhteydessä. Viimeiseksi tarkasteltiin sitä, mikä mahdollistaa ja edistää eettisten arvojen mukaisten kulutus päätösten tekemistä ja mikä puolestaan estää tai hankaloittaa sitä.

Tutkimusongelman ratkaisemisessa käytettiin kvalitatiivista lähestymistapaa. Tutkimuksen aineisto koostui yhdeksästä teemahaastattelusta, jotka suoritettiin 19.7.–27.8.2002 välisenä aikana. Haastatellut olivat 22–26-vuotiaita opiskelijoita, joiden oli todettu pyrkivän ottamaan huomioon myös eettiset arvot päivittäistavaravalintojen yhteydessä. Tuloksia analysoitiin teemoittelua ja tyypittelyä apuna käyttäen.

Eettisyys voidaan kuluttajan mukaan määritellä esimerkiksi oikeudenmukaisuudeksi, muiden huomioimiseksi ja kunnioittamiseksi, sekä tekojen ja niiden seurauksien pohtimiseksi. Kuluttaja voi ilmaista eettisiä arvojaan kieltäytymällä ostamasta epäeettisenä pitämiään tuotteita ja ostamalla eettisiä tuotteita. Tuotteen eettisyyden arvioinnissa kiinnitetään huomiota itse tuotteeseen, sen markkinointiin, maantieteelliseen alkuperään ja sitä valmistavan tai markkinoivan yrityksen eettisyyteen. Yleisesti ottaen voidaan sanoa, että eettisen tuotteen käyttö ja valmistus eivät vahingoita ihmisiä, luontoa tai eläimiä. Tuote voidaan tunnistaa eettiseksi erilaisten merkkien ja merkintöjen sekä hinnan perusteella. Tuotteiden ja yritysten eettisyyden arvioinnissa käytettävää tietoa saadaan muun muassa tiedotusvälineistä, järjestöistä ja ystäviltä.

Päivittäistavaravalinnan yhteydessä kuluttaja pyrkii yleensä minimoimaan yhteen valintaan käyttämänsä aikaa ja vaivaa. Usein valinta on automaattinen ja kuluttajat tietävät jo ennen varsinaista ostotilannetta, mitä tuotteita ja tuotemerkkejä he ostavat. Mitä useamman kuluttajan kohdalla eettiset tuotteet ovat automaattisesti valittavia vaihtoehtoja, sitä turvatumpi asema niillä on. Vaikka kuluttaja pyrkisikin ottamaan huomioon eettiset arvonsa valintapäätöstä tehdessään, ei tuotteen eettisyys yksin takaa valituksi tulemistä. Tuotteen eettisiä ominaisuuksia verrataan muihin ominaisuuksiin, muun muassa laatuun, makuun, terveellisyyteen, tuoreuteen, hintaan, säilyvyyteen, pakkaustapaan ja käytännöllisyyteen. Eettisten ostopäätösten tekemistä haittaavat muun muassa eettisten tuotteiden korkeampi hinta, yritysten ja tuotteiden eettisyyttä koskevan tiedon vähäisyys, eettisten tuotteiden huono saatavuus, muiden kuluttajien ostokäyttäytymisen vaikutukset, vastuun siirtäminen yrityksille ja yhteiskunnallisille päättäjille, eettiselle kuluttamiselle haitallinen ilmapiiri, sekä eettisten tuotteiden valitsemisen vaatima aika ja vaiva. Kuluttajan eettistä ostopäätöksentekoa puolestaan edistävät muun muassa usko omiin vaikutusmahdollisuuksiin ostopäätösten kautta, eettisestä kuluttamisesta saatu parempi omatunto, eettisten tuotteiden parempi laatu sekä tuotteiden hyvä esillepano kaupassa. Vähentämällä eettistä ostopäätöksiä haittaavien tekijöiden vaikutusta, voidaan lisätä kuluttajan motivaatiota ja mahdollisuuksia valita eettisempiä tuotteita.

Asiasanat	Etiikka, ostopäätöksenteko, eettinen kuluttaminen, eettinen liiketoiminta
Muita tietoja	