



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

Oppiaine	Liiketaloustiede, markkinointi	Päivämäärä	21.4.2008
Tekijä(t)	Martta Leppänen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	148
Otsikko	Terveysvaikutteisten lastenruokien sosiaalinen hyväksyttävyyys.		
Ohjaaja(t)	KTT Aino Halinen-Kaila, KTM Hannu Makkonen		

Tiivistelmä

Terveysvaikutteisten elintarvikkeiden hyväksyttävyyden voidaan katsoa olevan edellytys sille, että yrityksen innovatiivisen tuotteen investointeja vaatinut lisäarvo välittyy loppukäyttäjälle.

Tutkimuksen tarkoitus on tarkastella lapsille tarkoitettujen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden sosiaalista hyväksyttävyyttä. Tarkoitus pyritään selvittämään kolmen osaongelman avulla: 1) miten terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tunnettuus muodostuu 2) miten asenteet terveysvaikutteisia elintarvikkeita kohtaan muodostuvat ja 3) miten tunnettuus ja asenteet vaikuttavat lapsille tarkoitettujen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden hyväksyttävyyteen.

Tutkimusongelmiin pyrittiin vastaamaan teorian ja empirian avulla; tutkimuksen teoriassa määritellään terveysvaikutteiset elintarvikkeet ja niiden erityispiirteet ja käsitellään hyväksyttävyyden rakentumista sosiaalisesta näkökulmasta. Hyväksyttävyyden osatekijät ovat tässä tutkimuksessa terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tunnettuus ja edelleen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden kontekstissa erottuva tuotehyödyn ja tuoteominaisuuden tunnettuus. Lisäksi käsitellään tiedon, kommunikaation ja tiedon lähteiden roolia terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tunnettuuden kontekstissa. Toinen hyväksyttävyyden osatekijä ovat asenteet terveysvaikutteisia elintarvikkeita kohtaan, joita tarkastellaan neljän eri asenneulottuvuuden, palkitsevuuden, tarpeellisuuden, luottamuksen ja turvallisuuden suhteen.

Tutkimus on luonteeltaan kvantitatiivinen kyselytutkimus ja se toteutettiin yhteistyöyrittäjä Nutricia Baby Oy:n kotisivuilla Internet-kyselynä Webropol-ohjelman avulla. Vastauksia saatiin kahden viikon aikana 369. Aineisto analysoitiin SPSS for Windows -tilasto-ohjelmalla. Analysointimenetelminä käytettiin suorien jakaumien lisäksi ristiintaulukointia, T-testiä, varianssianalyysiä sekä faktorianalyysiä.

Tutkimuksen tulokseksi saatiin, että sekä tuotehyödyn että tuoteominaisuuden tunnettuus vaikuttaa positiivisesti lapsille tarkoitettujen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden hyväksyttävyyteen. Palkitsevuus lapsille tarkoitettujen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden käytöstä sekä lapsille tarkoitettujen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden tarpeellisuus ja turvallisuus vaikuttavat positiivisesti lapsille tarkoitettujen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden hyväksyttävyyteen, kun taas neljäs löydetty ulottuvuus, lapsille tarkoitettujen terveysvaikutteisten elintarvikkeiden haitallisuus, vaikuttaa hyväksyttävyyteen enemmänkin negatiivisesti.

Asiasanat	Terveysvaikutteiset elintarvikkeet, tunnettuus, asenteet
Muita tietoja	