



<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>

Oppiaine	Ltt, Markkinointi	Päivämäärä	20.5.2008
Tekijä(t)	Satu Mäenpää	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	78
Otsikko	Asenteiden muodostuminen koirien laihdutuslääkettä kohtaan		
Ohjaaja(t)	KTT Leila Hurmerinta-Peltomäki		

#### Tiivistelmä

Lääkemarkkinoiden kiristynyt kilpailu on johtanut lääkkeiden lisääntyneeseen markkinointiin, uusien innovaatioiden kehittämiseen ja uusien markkinoiden etsimiseen. Ihmisille valmistetut elämäntapalääkkeet ovat varmasti kaikille tuttuja, mutta nykyään myös lemmikeille on lääkkeitä ahdistukseen, masennukseen ja liikalihavuuteen. Markkinoiden täytyessä lääkkeitä myös kuluttajan valta lääkemarkkinoilla lisääntyy. Sen vuoksi markkinoijan tulee tietää entistä tarkemmin, miten kuluttajat asennoituvat uuteen lääkevalmisteseen. *Tämä tutkielman tarkoituksena on analysoida asenteiden muodostumista ja siihen vaikuttavia tekijöitä, kun kyseessä on elämäntapasairauteen valmistettu lemmikkieläinlääke.*

Tutkielma suoritettiin kvalitatiivisena tapaustutkimuksena. Tutkittava tapaus oli koirille tarkoitettu laihdutuslääke. Tutkielman ensimmäisessä osiossa tarkasteltiin asenteiden rakennetta ja syntymekanismeja, sekä tutkittiin niitä tekijöitä, jotka asenteiden muodostumiseen vaikuttavat. Tutkielman ensimmäinen osio pohjautui aiempaan kirjallisuuteen. Tutkielman toisessa osiossa suoritettiin kahdeksan teemahaastattelua kirjallisuuden perusteella rakennetun haastattelupohjan avulla. Teemahaastattelujen tarkoituksena oli syventää ymmärrystä asenteiden muodostumisesta koirien laihdutuslääkettä kohtaan ja löytää niitä tekijöitä, jotka käytännössä vaikuttivat asenteiden muodostumiseen.

Teemahaastatteluissa kävi ilmi kulttuurin voimakas vaikutus asenteiden muodostumisessa koirien laihdutuslääkettä kohtaan. Etenkin, koska tietoa koirien laihdutuslääkkeestä ei ollut haastateltavien saatavilla, asenteita muodostettiin pitkälti tunnereaktioiden pohjalta. Ymmärrys koirien laihdutuslääkkeestä jäi hyvin pinnalliseksi, ja perustui joko muihin koirien lääkkeisiin tai ihmisten laihdutusvalmisteisiin. Tunteiden muodostumiseen vaikutti erityisesti konteksti, jossa tunnereaktiota kysyttiin. Tunteiden muodostuminen pohjautui haastateltavien arvomaailmaan, ja tunteiden ja asenteiden yhdenmukaisuus oli huomattava. Siihen, kumpi vaikutti enemmän asenteiden muodostumiseen, tunne vai tieto, näytti olevan hyvin yksilöllistä.

Asiasanat	Asenteet, arvot, eläinlääkkeet, uutuudet
Muita tietoja	