



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

Oppiaine	Taloussosiologia	Päivämäärä	11.3.2011
Tekijä(t)	Juha-Pekka Partanen	Matrikkelinumero	
		Sivumäärä	61 s. + liitteet
Otsikko	Näkemyksiä teen kuluttamiseen		
Ohjaaja(t)	VTT Pekka Räsänen ja KTM Kaisa Saastamoinen		

Tiivistelmä

Teen kulutus on Suomessa alati kasvavaa ja mielenkiinto teenjuontia kohtaan on lisääntynyt edelleen. Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää tutkimukseen osallistuvilta näkemyksiä, joita teen kuluttajilla on omasta kulutustottumuksestaan. Tarkoituksena oli kerätä tietoa teen kulutukseen liittyvistä taustatekijöistä. Huomio kiinnittyi erityisesti eettisen kulutuksen ja sosiaalisen erottautumisen näkymiseen osana teenkulutusta. Samalla tuli ilmi runsaasti myös muita teenkuluttamisen tunnusmerkkejä ja ulottuvuuksia, joita tavallisesti ei välttämättä edes tule ajateltua.

Tutkimus on luonteeltaan laadullinen ja sen empiirisen aineiston muodostaa yhdeksän pääkaupunkiseudulla asuvan teenjuojan haastattelu. Aineisto kerättiin kevään 2010 aikana yksittäisinä haastatteluina teemahaastattelun keinoin. Haastateltavat kuluttajat oli valittu siten, että heidän ensisijainen nautintoaine kuumista juomista oli tee. Haastattelujen tuloksena saatujen tietojen perusteella jaettiin haastatellut kahteen erilliseen ryhmään: teen harrastajat ja tavalliset teenkuluttajat. Haastateltujen joukossa oli sekä miehiä että naisia. Sekundaarisena aineistona on tutkimuksessa käytetty pohjana tieteellistä kirjallisuutta, joka tukee tutkimuksen pääteemoja. Lisäksi aineistona on ollut tilastoja, selvityksiä ja artikkeleita.

Teenjuonti on monipuolinen ja laajuudessaan lähes loputon nautintoaine, josta voi löytää aina vain uusia ulottuvuuksia niin makujen kuin teelaatujenkin osalta. Tutkimustulosten mukaan teenkuluttajat ovat hyvin vaihtelunhaluisia. Teenjuojat suhtautuvat hyvin avoimesti uusiin teemakuihin ja uteliaasti myös niitä kokeilevat. Avoimuus oli havaittavissa niin maustettujen kuin maustamattomienkin teelaatujen osalta. Haastatelluille maku on nautinnon tärkeimpiä ulottuvuuksia. Maku menee usein myös brändin edelle arvioitaessa uusia teelaatujia ja elämyksiä. Näkemystä teenkulutuksen yhteydestä sosiaaliseen erottautumiseen tämä tutkimus ei tukenut. Pelkästään haastateltujen monipuolinen sosiaalinen asema ja koulutustausta osoittivat kuinka erityyppiset ihmiset teetä juovat. Teehetki oli kaikille haastatelluista tärkeä osa niin arkea kuin juhlaa. Tee antaa nauttijalleen mahdollisuuden hetkeksi irtautua arjen kiireestä ja rutiineista.

Asiasanat	Eettinen kulutus, kuluttajakäyttäytyminen, kuumat juomat, sosiaalinen erottautuminen, tee
Muita tietoja	