

Helsingin yliopisto - Helsingfors universitet - University of Helsinki ID 2003-2086

Tiedekunta-Fakultet-Faculty Valtiotieteellinen tiedekunta		Laitos-Institution-Department Sosiaalipsykologian laitos	
Tekijä-Författare-Author Seppälä, Tuija			
Työn nimi-Arbetets titel-Title Kategorioinnin vaikutus uutuuselintarvikkeen hyväksyttävyyteen toistuvassa käytössä			
Oppiaine-Läroämne-Subject Sosiaalipsykologia			
Työn laji-Arbetets art-Level Pro gradu		Aika-Datum-Month and year 2003-03-26	Sivumäärä-Sidantal-Number of pages 62 s. , 28 liites.
<p>Tiivistelmä-Referat-Abstract</p> <p>Tutkimuksen tarkoituksena on ollut kokeellisen aselman avulla selvittää kategorioinnin vaikutusta uutuuselintarvikkeen hyväksyttävyyteen toistuvassa käytössä. Toistuvalla käytöllä tarkoitetaan tässä yhteydessä kuuden päivän mittaista kotikäyttöjaksoa. Lisäksi tuotetta kokeiltiin ja arvioitiin kahdessa koetilanteessa. Aineiston keruu toteutettiin Rovaniemellä ja koko aineiston keruun kävi läpi yhteensä 62 naista. Hyväksyttävyyttä mitattiin tuotteen aistittavien ominaisuuksien miellyttävyytenä, käyttöhalukkuutena, pitämisarviona, maksuhalukkuutena, tuotteen sopivuutena sekä kyllästymisenä. Kategorioinnin ohella uutuuselintarvikkeen hyväksyttävyyteen vaikuttavana tekijöinä tarkasteltiin ruoan sosiaalisia representaatioita, kuluttajaidenteettiä, uutuuteen suhtautumista, innovatiivisuutta, vaihtelunhalua sekä tuotteesta muodostettuja mielikuvia ja skeemakongruenssia.</p> <p>Tutkimuksen teoreettisena viitekehystenä toimi sosiaalisten representaatioiden teoria. Sosiaaliset representaatiot ymmärretään yksilöpositioita organisoiviksi periaatteiksi. Yksilöt voivat ottaa erilaisia positioita suhteessa yhteisössä jaettuihin käsityksiin. Yksilöpositiot pohjautuvat sosiaaliseen kokemushistoriaan, ja ne ovat olemassa vain suhteessa muihin mahdollisiin positioihin. Uutuusruokiin liittyviä sosiaalisia representaatioita tarkasteltiin Bäckströmin ym:n kehittämällä ruoan sosiaalisen representaation mittarilla. Uutuusruokiin otetuista positioista puhuttiin ruoan sosiaalisen representaation ulottuvuuksina.</p> <p>Faktorianalyysillä löydettiin viisi ulottuvuutta, jotka sisällöllisesti vastasivat mittarilla aiemmin saatuja tuloksia ja antoivat vahvistusta mittarin validiteetille.</p> <p>Ruokaan liittyvää tutkimusta on tehty pitkälti asenne- ja skeemateoreettisista viitekehyksistä. Tarkoituksena on ollut tuoda esiin asenne ja skeemateorioiden suhdetta sosiaalisten representaatioiden teoriaan. Tutkimuksessa on ollut tarkoitus selittää perinteisesti asenne ja skeemateorioihin liittyviä ilmiöitä ja saatuja tuloksia sosiaalisten representaatioiden teorian näkökulmasta. Saadut tulokset olivat kuitenkin vähäis@minkä vuoksi tälle tarkastelulle jäi varsin vähän mahdollisuuksia.</p> <p>Tulokset osoittavat, että uutuuselintarvikkeen kategorioinnilla on vaikutusta hyväksyttävyyteen yhdessä ruoan sosiaalisten representaatioiden, kuluttajaidenteetin ja tuotetta koskevien mielikuvien kanssa. Luonnollisena m hu-maitojuomana tuote koettiin tavalliseksi elintarvikkeeksi. Teknologinen tehojuoma ko@tiin poikkeavaksi, ja tuotteen ymmärtäminen tuotti enemmän vaivaa.</p>			
Avainsanat-Nyckelord-Keywords elintarvike - uutuus kategoriointi representaatiot - sosiaaliset			
Säilytyspaikka-Förvaringsställe-Where deposited			
Muita tietoja-Övriga uppgifter-Additional information			