

Koulutusala Sosiaali-, terveys- ja liikunta-ala			
Koulutusohjelma Suun terveydenhuollon koulutusohjelma			
Työn tekijä Juha Alastalo			
Työn nimi Hammastahnan ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä - Tutkimus Kuopion Niiralan apteekin asiakkaiden hammastahnan valintaan vaikuttavista tekijöistä			
Päiväys	24.10.2014	Sivumäärä/Liitteet	37/1
Ohjaaja Lehtori Tarja Ruokokoski			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani Niiralan apteekki, Kuopio			
<p>Tiivistelmä</p> <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli tehdä tutkimus, jolla selvitettiin Kuopion Niiralan apteekin asiakkaiden hammastahnan ostopäätökseen vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksen tarkoituksena oli myös selvittää onko asiakkaiden mielestä Niiralan apteekin hammastahnavalikoima tarpeeksi laaja, ovatko asiakkaat saaneet asiantuntevaa palvelua hammastahnan valinnassa ja ovatko asiakkaat saaneet koskaan opastusta hammastahnan valinnassa suun terveydenhoidon ammattilaiselta. Opinnäytetyön tavoitteena oli kerätä tutkimuksella tietoa toimeksiantajalle, jota se voi hyödyntää oman liiketoimintansa kehittämiseen.</p> <p>Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu kahdesta osiosta. Ensimmäinen osio käsittelee hammastahnoja ja niiden tärkeimpiä ainesosia. Eri ainesosilla haetaan hammastahnalta haluttuja ominaisuuksia. Hammastahnoilla voi olla terapeuttisia vaikutuksia kuten kariuksen, plakin, ientulehduksen, hammaskiven, hampaiden vihlonnan, eroosion ja halitoosin ehkäisyyn. Lisäksi hammastahnoilla voidaan hakea kosmeettisia etuja kuten hampaiden valkaisua, hengityksen raikastamista, värjäymien poistoa ja hyvää makua. Viitekehysten toisessa osiossa keskitytään ostoprosessiin ja ostokäyttäytymiseen vaikuttaviin tekijöihin. Ostoprosessiin kuuluvat tarpeen tunnistus, tiedonhaku, vaihtoehtojen arviointi, ostopäätös ja oston jälkeinen käyttäytyminen. Ostokäyttäytymisosiassa syvennytään ostajan taustatekijöihin, sisäisiin tekijöihin ja ulkoisiin tekijöihin. Lähteinä työssä käytettiin kirjallisuutta ja tieteellisiä tutkimuksia.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusta. Aineisto kerättiin lomakehaastattelulla, joka suoritettiin henkilökohtaisesti haastatteleamalla Niiralan apteekin asiakkaita. Vastauksia saatiin 109 kappaletta. Tutkimusaineisto analysoitiin ja havainnollistettiin Excel-taulukkolaskentaohjelmalla. Tulosten perusteella kaksi vaikuttavinta tekijää hammastahnan ostopäätökseen olivat hyvä aikaisempi kokemus ja ammattilaisen suositus. Tulosten perusteella hinnan merkitys jäi alle keskitason. Tuotteen ulkonäöllä ja mainonnalla oli vain vähäistä merkitystä haastateltavien ostopäätökseen. Niiralan apteekin hammastahnavalikoima oli vastaajien mielestä riittävän laaja, eikä siitä löytynyt puutteita. Tutkimuksesta ilmeni myös, että lähes 80 % vastaajista oli joskus saanut neuvontaa hammastahnan valinnassa suun terveydenhoidon ammattilaiselta.</p> <p>Tutkimus antoi uutta tietoa siitä, millä perusteella Niiralan apteekin asiakkaat ostavat hammastahnoja. Toimeksiantaja ja muut hammastahnojen myyjät pystyvät käyttämään tietoa hyväkseen liiketoiminnassaan. Tutkimusta voisi jatkossa kehittää siten, että haastattelu tehtäisiin päivittäistavarakauppojen asiakkaille, jolloin voitaisiin vertailla vaikuttaako erilainen asiakaskunta tutkimustuloksiin.</p>			
Avainsanat Hammastahna, ostokäyttäytyminen, ostoprosessi, kvantitatiivinen tutkimus			

Field of Study Social Services, Health and Sports			
Degree Programme Degree Programme of Dental Hygiene			
Author Juha Alastalo			
Title of Thesis The factors that affect toothpaste selection			
Date	24.10.2014	Pages/Appendices	37/1
Supervisor Senior lecturer Tarja Ruokokoski			
Client Organisation /Partners Niiralan apteekki, Kuopio			
<p>Abstract</p> <p>The purpose of this thesis was to study the factors affecting toothpaste purchase at Niirala pharmacy. The research also tried to answer the following questions: is toothpaste selection wide enough, are consumers happy with the service they have received and have they ever got advice from a dental professional with regard to toothpaste selection. The research data can help the Niirala pharmacy to develop their business activity.</p> <p>The theory section of this bachelor's thesis is divided into two main sections. In the first section, toothpastes and the most common ingredients will be examined. Toothpastes include therapeutic agents that can prevent and reduce caries, plaque, gingivitis, calculus, dentin hypersensitivity, erosion and halitosis. Toothpastes also include agents that provide cosmetic benefits. The second section includes buyers' decision-making process and factors of buying behaviour. The following areas are included in the buyers' decision-making process: need recognition, information search, problem solving, evaluation of alternatives, buying decisions and behavior after the purchase. Factors of buying behaviour cover buyer background factors, internal factors and external factors. The information for this study was gathered from literature and earlier researches.</p> <p>The study was made by using the quantitative research method. Research information was gathered by using a questionnaire form. 109 answers were received. The data was recorded as files in Microsoft Excel format and analysed by utilising the features of the Excel format. According to the results good earlier experience and professional advice were the most decisive factors in toothpaste purchase. The appearance of the product and advertising have only minor effects on the purchase. According to the results toothpaste selection was wide enough and 80% of the respondents had received advice from a dental professional with regard to toothpaste selection.</p> <p>The research brought new information on what the Niirala pharmacy consumers' most significant reasons are to buy toothpaste. Client organisation and others who sell toothpastes can take advantage of the research results and develop their business activity.</p>			
Keywords Toothpaste, buying behaviour, buying process, quantitative research			