

**OPINNÄYTETYÖ**  
**EMMA ALILA JA MIIA VÄHÄMETSÄ**  
**2011**

**GLUTEENITTOMAN RUOKAVALION  
HUOMIOIMINEN OULUN KESKUSTAN  
KAHVILOISSA**



**Rovaniemen**  
**ammattikorkeakoulu**  
University of Applied Sciences

**HOTELLI JA RAVINTOLA-ALA**

ROVANIEMEN AMMATTIKORKEAKOULU  
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö

**GLUTEENITTOMAN RUOKAVALION HUOMIOIMINEN  
OULUN KESKUSTAN KAHVILOISSA**

Emma Alila ja Miia Vähämetsä  
2011

Toimeksiantaja Keliakialiitto

Ohjaaja Minna Sipponen

Hyväksytty \_\_\_\_\_ 2011 \_\_\_\_\_

---

<b>Tekijä</b>	Emma Alila ja Miia Vähämetsä	Vuosi	2011
<b>Toimeksiantaja</b>	Keliakialiitto		
<b>Työn nimi</b>	Gluteenittoman ruokavalion huomioiminen Oulun kes- kustan kahviloissa		
<b>Sivu- ja liitemäärä</b>	53 + 5		

---

Opinnäytetyö selvitti keliakia-asiakkaiden huomioimisen Oulun keskustan kahviloissa. Tutkimusongelmina työssä olivat: Miten keliakia-asiakas kokee palvelun ja tarjonnan kahviloissa ja mitä toiveita heillä on niistä? Mikä on tämänhetkinen gluteenittomien tuotteiden tarjonta ja kahvilatyöntekijöiden keliakiatietämys? Tutkimusongelmia tarkasteltiin asiakaspalvelun ja omavalvonnan kautta.

Opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Lähdekirjallisuutta luettiin keliakiasta, asiakaspalvelusta, omavalvonnasta sekä tutkimusmenetelmistä. Keliakia-asiakkaiden mielipiteet kahviloiden gluteenittomasta tuotevalikoimasta selvitettiin kyselylomakkeella, jossa kysyttiin myös heidän toiveita ja kehitysehdotuksia. Gluteenittomien tuotteiden valikoima havainnoitiin kaikissa keskustan kahviloissa. Työntekijöiden näkökulma tuli esille teemahaastatteluilla.

Työn tuloksista ilmeni, että keliakikot toivovat enemmän tuotevalikoimaa, erityisesti tuoretuotteita. Lisäksi he toivovat parannusta tuotteiden esillepanoon. Havainnointikierroksella huomattiin, että tuotevalikoima oli yllättävän hyvä, mutta siitä informoiminen on vähäistä. Teemahaastatteluista kävi ilmi, että kahviloiden työntekijöiden keliakiatietous on puutteellista.

Keliakikoiden mielipiteet tuotevalikoimasta olivat ristiriidassa havainnointikierrokselta saatujen tulosten kanssa. Tämä johtunee siitä, että kahvilat eivät tiedota tarpeeksi omasta gluteenittomasta tuotevalikoimasta asiakkaille. Tutkimuksen pohjalta ilmeni myös, että työntekijöiden keliakiatietoutta tulisi parantaa esimerkiksi koulutuksella tai sairautta käsittelevillä esitteillä. Yhdessä toimeksiantajan Keliakialiiton kanssa laadittiin tutkimustulosten analysointien pohjalta kehitysehdotuksia kahviloille. Kehitysehdotukset jaettiin Oulun keskustan kahviloille.

Avainsanat keliakia, asiakaspalvelu, omavalvonta, kahvila, gluteeniton

---

<b>Author</b>	Emma Alila ja Miia Vähämetsä	<b>Year</b>	2011
<b>Commissioned by</b>	The Finnish Coeliac Society		
<b>Subject of thesis</b>	The Consideration of Gluten-Free Diet in the City Centre of Oulu		
<b>Number of pages</b>	53 + 5		

---

The purpose of our thesis was to determine how people suffering from coeliac disease are taken into consideration in cafeterias located in the city centre of Oulu. The research questions were: How coeliac customers experience the service and gluten-free product offer in the cafeterias and what kind of development ideas they have regarding these matters. What is the current gluten-free product offer in the cafeterias like and what is the level of the employees' knowledge about the disease. The research questions were examined through customer service and the self supervision process.

The research was conducted by implementing both qualitative and quantitative methods. Literature of coeliac disease, customer service, self supervision and research methods were used to construct the theory base for the research. The hopes and development proposals of the coeliac customers were defined by using a questionnaire. The current offer of gluten-free products was defined by observing (all the cafeterias in the centre) and the employee's perceptions were defined by conducting thematic interviews.

The results showed that people with coeliac disease expected more variety and quantity to the gluten-free products and especially fresh products instead of frozen ones. They also expected some improvement to the presentation of the gluten free products. The observation proved that the variety in the (gluten-free) products was good but the information about the products was insufficient. Thematic interviews with the employees showed a lack in the knowledge about coeliac disease. There was a clear contradiction between the opinions of the people suffering from coeliac disease and the results from the observation. This may result from a lack in informing the customers about the gluten-free products. The research also showed a significant improvement need for teaching the employees about the disease. The knowledge could be improved for instance by educating the employees by using brochures about the disease. Based on the analyses of the research and with help of the Finnish Coeliac Society some development proposals were created for the cafeterias to improve the consideration of people with coeliac disease. The development proposals were delivered to all the cafeterias in the city centre of Oulu.

**Key words** coeliac disease, customer service, self supervision

## SISÄLLYSLUETTELO

1 JOHDANTO.....	1
2 KELIAKIA .....	2
2.1 Määritelmä.....	2
2.2 Ruokavalio.....	2
2.3 Hygienia .....	4
2.4 Toimeksiantaja .....	5
3 ASIAKASPALVELU .....	6
3.1 Kahvilan asiakaspalvelu .....	6
3.2 Asiakkaana keliaakikko.....	8
3.3 Työntekijän asenne ja ammattitaito.....	11
4. OMAVALVONTA .....	16
4.1 Kahvilan omavalvonta.....	16
4.2 Gluteenittomien tuotteiden ja ateriapalvelujen omavalvonta .....	17
4.2.1. Omavalvonta ja sen seuranta .....	17
4.2.2 Gluteenittomien kahvilatuotteiden turvallisuuden huomioiminen .....	18
4.2.3 Työntekijöiden perehdytys, tietämys ja tuotetietous .....	19
4.3 Lainsäädäntö ravitsemisyriyksille .....	20
4.4 Lainsäädäntö gluteenittomille tuotteille .....	20
5 TUTKIMUSMENETELMÄT .....	22
5.1 Kyselytutkimus.....	22
5.2 Havainnointi .....	23
5.3 Tutkimushaastattelu.....	24
6 KELIAAKIKON TOIVEITA JA ODOTUKSIA KAHVILAPALVELUILTA ....	27
6.1 Kysely kahviloiden keliaakikko asiakkaille ja sen tavoite .....	27
6.2 Kyselyn tulokset .....	27
6.3 Analysointi .....	31
7 KAHVILOIDEN TUOTEVALIKOIMAN HAVAINNOINTI.....	33
7.1 Havainnointi ja sen tavoite .....	33
7.2 Toteutus .....	34
7.3 Tulokset .....	35
7.4 Analysointi .....	37
8 KAHVILATYÖNTEKIJÖIDEN TIETOISUUDEN KARTOITUS.....	40
8.1 Teemahaastattelu kahviloiden työntekijöille.....	40
8.2 Haastattelun tulokset .....	41
8.3. Haastattelun analyysi.....	45
9 KEHITYSEHDOTUKSET JA POHDINTA.....	47
LÄHTEET .....	52
LIITTEET.....	55

## KUVIO- JA KUVALUETTELO

Kuvio 1. Kahvilapalveluiden käytön ja iän jakauma.....	28
Kuvio 2. Tuotteiden ulkonäkö.....	28
Kuva 1. Gluteenittomia pakasteleivonnaisia .....	33
Kuva 2. Gluteenittomia leivonnaisia kahvilassa.....	34
Kuvio 4. Asiakkaiden kokema palvelu.....	29
Kuvio 5. Työntekijöiden gluteenittomien tuotteiden tuntemus.....	30
Kuvio 6. Asiakkaiden luottamus tuotteiden gluteenittomuuteen.....	30
Kuvio 7. Tuore- ja pakastetuotteiden jakautuminen.....	36
Kuvio 8. Gluteenittomien tuotteiden alkuperä Oulun keskustan kahviloissa ..	37



## 1 JOHDANTO

Keliakia on yleistynyt viime vuosina ja yhä useampi kahviloissa kävijä on keliakikko ja tarvitsee keliakikolle soveltuvia tuotteita. Keliakialiiton tekemän arvion mukaan yli satatuhatta suomalaista sairastaa keliakiaa. Kahviloiden gluteenittomien tuotteiden tarjonta ei usein kuitenkaan vastaa kysyntää. Omakohtaisen kokemuksen mukaan keliakikkoja ei ole huomioitu kahviloissa tarpeeksi hyvin. Gluteenittomat tuotteet ovat usein pienempiä, huonolaatuisempia verrattuna gluteenia sisältäviin tuotteisiin. Lisäksi gluteenittomat tuotteet ovat usein pakastetuotteita.

Halusimme opinnäytetyössämme selvittää Oulun keskustassa sijaitsevien kahviloiden tämänhetkisen gluteenittoman tarjonnan ja sen alkuperän, mitkä ovat keliakia-asiakkaiden toiveet ja odotukset kahvilapalveluilta sekä mikä on kahvilatyöntekijöiden keliakiatietämys. Selvitimme myös kuinka edellä mainittuja kohtia voitaisiin parantaa ja kehittää. Tutkimuksessamme käytimme sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusotetta. Tämänhetkisen gluteenittomien tuotteiden tarjonnan selvitimme havainnoiteina kahviloissa. Keliakia-asiakkaiden toiveet ja odotukset selvitimme kyselylomakkeilla, jotka jaoimme kahviloihin keliakia-asiakkaiden täytettäväksi. Kahvilatyöntekijöiden keliakiatietämystä selvitimme haastatteluiden avulla.

Havainnointien, kyselyiden ja haastatteluiden pohjalta ideoimme kehitysehdotuksia ja ohjeita kahviloiden työntekijöiden tiedon lisäämiseen. Yhdessä Keliakialiiton kanssa laadimme kirjeen näiden pohjalta, jonka jaoimme Oulun keskustan kahviloille.



## 2 KELIAKIA

### 2.1 Määritelmä

Keliakia on sairaus, jossa gluteeni aiheuttaa ohutsuolen limakalvolla tulehduksen ja suolinukan vaurion (Keliakialiitto 2010). Gluteenilla tarkoitetaan vehnäjyvän ydinosaa, josta on poistettu tärkkelys. Gluteenia sisältävät vehnä, ohra, ruis ja kaura. Kun suolinukka vaurioituu, ravintoaineiden imeytyminen kehoon häiriintyy. Keliakialle tyypillisiä oireita ovat vatsavaivat, rasvaripuli, ilmavaivat ja laihtuminen. On myös hyvin yleistä, että sairaus on täysin oireeton. Perimällä on suuri merkitys keliakian puhkeamiseen. (Vuoristo 2006, 18–19, 33.) Keliakia on elinikäinen sairaus, jota pystyy hoitamaan ainoastaan noudattamalla gluteenitonta ruokavaliota. Gluteeniton ruokavaliohoito aloitetaan vasta ohutsuolesta otetun näytteen jälkeen. (Keliakialiitto 2010.)

Keliakiataudin ihoilmentymää kutsutaan ihokeliakiaksi. Se ilmenee pienirakulaisena, voimakkaasti kutisevana ihottumana yleensä raajojen ojentajapinnoissa, pakaroissa, hiuspohjassa sekä hartioissa. Ihottuma paranee noudattamalla gluteenitonta ruokavaliota. (Reunala 2006, 49–51.)

Keliakian esiintyvyys vaihtelee eri maissa. Keliakan yleisyyteen vaikuttavat keliakian perintötekijöiden esiintyvyys väestössä ja ympäristötekijät, erityisesti viljatuotteiden käyttö. Esiintyvyys on myös kytköksissä diagnostiikkaan; keliakiaa löydetään sitä enemmän, mitä enemmän haetaan. Uusia tapauksia ilmenee noin 30 henkilöä 100 000 asukasta kohti vuosittain. (Collin 2006, 76–77.) Uusimman tiedon mukaan Suomessa on keliakiaa sairastavien, sisältäen ihokeliakian, osuus väestöstä jopa kaksi prosenttia (Keliakialiitto 2011)

### 2.2 Ruokavalio

Elinikäinen gluteeniton ruokavalio on keliakian ja ihokeliakian ainoa hoitokeino. Keliakiaa sairastavan on poistettava ruokavaliostaan kaikki mitkä sisältävät vehnää, ruista tai ohraa eli hänen on noudatettava gluteenitonta ruokavaliota. Tarkkaa ruokavaliota noudattamalla ehkäistään ohutsuolen limakalvovauriot ja estetään oireiden kuten vatsaoireiden, ihottuman ja laihtumisen ilmaantuminen. Hoitamattomana keliakia aiheuttaa lisäsairauksia kuten os-

teoporoosia, hedelmättömyyttä ja pahanlaatuisia kasvaimia. (Keliakialiitto 2010.)

Gluteenittomassa ruokavaliossa vehnä, ohra ja ruis korvataan gluteenittomilla viljoilla kuten riisillä, maissilla, tattarilla ja hirssillä sekä gluteenittomalla kauralla ja vehnätärkkelystä sisältävillä gluteenittomilla erityisruokavaliomisteilla. Vehnätärkkelyksestä on teollisesti poistettu gluteeni ja sitä käytetään muun muassa gluteenittomissa jauhoseoksissa. Osa keliakiaa sairastavista on herkistynyt myös vehnätärkkelyksen vähäisille gluteenijäämille, joten he siirtyvät noudattamaan luontaisesti gluteenitonta ruokavaliota. (Mäki 2006, 18–19.)

Uuden EU asetuksen myötä puhdasta kauraa eli gluteenitonta kauraa voidaan käyttää gluteenittomissa tuotteissa, kunhan kauran gluteenipitoisuus on alle 20mg/kg. Puhdas kaura tarkoittaa, että kaura on viljelty ja käsitelty siten, ettei se ole missään tuotantoprosessin vaiheessa kontaminoitunut eli saastunut vehnän, rukiin tai ohran kanssa. (Arnala 2009, 10.) Kaurasta saadaan gluteenittomaan ruokavalioon lisää tarpeellisia kuituja ja ravintoaineita. Kauran käyttöä ei ole rajoitettu, mutta jos se aiheuttaa oireita on syytä vähentää sen käyttöä.

Tarkan ruokavalion ansiosta suolinukkavaurio korjaantuu, ravintoaineiden imeytyminen palautuu normaaliksi ja oireet katoavat. Keliakiaa sairastavan on otettava uusi ruokavalio tosissaan ja noudatettava sitä läpi elämän, ei osa-aikaisesti. Pienikin määrä gluteenia vahingoittaa suolen limakalvoa ja on vaaraksi keliakikon terveydelle. Suolinukka korjaantuu vuodessa, mutta voi kestää kauemminkin. (Gluteenitonta ammattitaidolla 2008, 8.)

Gluteenittomia valmist tuotteita on saatavilla lähes joka kaupasta mutta valikoima vaihtelee. Tuoretuotteet kuten leivät ja leivonnaiset löytyvät useimmiten pakasteesta tai suojakaasupakattuina. Useat leipomot, kahvilat ja ravintolat tarjoavat myös gluteenittomia tuotteita ja annoksia. (Arffman–Kekkonen 2006, 83.) Monien ruokatuotteiden kanssa tulee olla tarkkana ja lukea tuoteselosteet tarkkaan. Asiakasta helpottaa Keliakialiiton hallinnoima gluteenitantomantutuotteen merkkijärjestelmä. Merkki myönnetään tiukkojen gluteeniana-

lyysien ja omavalvontasuunnitelmien perusteella luotettaviksi todetuille gluteenittomille tuotteille. Suomessa merkki on myönnetty 120 tuotteelle. Kaupoista löytää myös ulkomaalaisia tuotteita, joissa on vastaava merkki, tuotteet ovat myös turvallisia keliakikoille. Euroopan Keliakialiittojen kattojärjestöllä (AOECS) on suunnitteilla koko Euroopan kattava merkkijärjestelmä gluteenittomille tuotteille mutta se on vielä suunnittelu vaiheessa. (Ylönen 2009, 15.)

### 2.3 Hygienia

Gluteenittomia tuotteita tarjotessa ja valmistaessa on pidettävä huoli, etteivät gluteenittomat tuotteet pääse kontaminoitumaan gluteenia sisältävien raaka-aineiden tai tuotteiden kanssa. Valmiit gluteenittomat tuotteet tulee säilyttää erillään muista tavallisista tuotteista ja lisäksi suojata ne tarkoin. Esimerkiksi kahvilassa gluteenittomien tuotteiden tulee olla erillään muista tuotteista ja hyvin suojattuna, ettei kontaminoitumista pääse tapahtumaan. Elintarvikeviranomaiset valvovat gluteenittomien tuotteiden turvallisuutta. (Kekkonen 2006a, 142–143.) Ruokaillessa kodin ulkopuolella on aina hyvä mainita keliakiasta, jotta kyseinen ravitsemisliike voi valmistaa annoksen erityisellä huolellisuudella, vaikka vastuu erityisruokavalioista onkin ravitsemusliikkeellä.

Kauppa- ja teollisuusministeriön asetuksen (662/2000) mukaan gluteenittomat tuotteet kuuluvat erityisruokavalmisteisiin. Asetuksen mukaan erityisruokavalmisteella tarkoitetaan sellaisia elintarvikkeita, jotka eroavat koostumukseltaan tai valmistusmenetelmältään selvästi vastaavista tavanomaisista tuotteista siten, että ne soveltuvat henkilölle, jolla on imeytymis- tai aineenvaihduntahäiriöitä, tai henkilöille, jotka erityisesti fysiologisen tilansa vuoksi hyötyvät tiettyjen elintarvikkeiden sisältämien aineiden valvotusta saannista. (Kekkonen 2006b, 133.)

Gluteeniton-termin merkitys on muuttunut EU:n gluteeniasetuksen myötä (20.1.2009). Tähän asti keliakikot ovat noudattaneet joko gluteenitonta tai luontaisesti gluteenitonta ruokavaliota, jotka molemmat ovat saaneet sisältää gluteenia enintään 200 mg/kg. Uuden asetuksen myötä gluteenittomat tuotteet saavat sisältää gluteenia enintään 20 mg/kg. Erittäin vähägluteenisiksi

tuotteiksi saa kutsua tuotteita, joissa on gluteenia 20 – 100 mg/kg. Siirtymäaika uusiin termeihin on vuoden 2012 alkuun asti. (Keliakialiitto 2010.)

Gluteenittomat tuotteet on myytävä valmiiksi tiiviisti pakattuina. Poikkeuksena suoraan kuluttajalle myytävät tuotteet, joiden ei tarvitse olla pakattuja. Kuluttajan tulee kuitenkin saada pyydettäessä tuoteseloste ostamastaan tuotteesta. Yliherkkyyttä aiheuttavat ainesosat on aina ilmoitettava tuoteselosteessa. Tämä koskee myös vehnää, ohraa, ruista ja kauraa. (Kekkonen 2006c, 135.)

## **2.4 Toimeksiantaja**

Toimeksiantajana opinnäytetyössämme toimi Keliakialiitto ry, yhdyshenkilönä Minnaleena Ollanketo. Ollanketo toimii aluevastaavana Keliakialiiton Pohjois-Suomen aluetoimistossa. Aluetoimisto toimii yhteistyössä keliakiayhdistysten sekä eri alojen ammattilaisten kanssa. Keliakialiiton tarkoituksena on muun muassa järjestää neuvonta ja koulutuspalveluja, tukea keliakikoiden edunvalvontaa, tukea keliakiatutkimusta sekä järjestää kuntoutumistoimintaa. (Keliakialiitto 2010.)

Keliakialiitto ry on valtakunnallinen kansanterveys- ja potilasjärjestö. Liiton tavoitteena on parantaa ja helpottaa keliakikoiden ja heidän läheistensä elämää ja hyvinvointia. Suomen keliakiayhdistys on toiminut aina vuodesta 1975 asti. Keliakialiitto koostuu kolmestakymmenestä paikallisesta keliakiayhdistyksestä ja jäseniä sillä on yhteensä yli 20 000. Keliakiaa sairastavien lisäksi järjestöön kuuluu terveydenhuollon ja ravitsemisalalan ammattilaisia. Keliakialiiton keskustoimisto on Tampereella ja aluetoimistot löytyvät Oulusta, Helsingistä sekä Kuopiosta. (Keliakialiitto 2010.)

### 3 ASIAKASPALVELU

#### 3.1 Kahvilan asiakaspalvelu

Asiakaspalvelu on vuorovaikutustilanne, jossa asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä on välitön kontakti. Palvelu on aineetonta, joten sitä on vaikea vakioida eikä sitä voida varastoida. (Hemmi–Häkkinen–Lähdenkauppi 2008, 47.) Asiakaskohtaaminen on tilanne, jossa asiakkaan ja yrityksen välillä vaihdetaan tekoja, tietoa ja tunteita (Jokinen–Heinämaa–Heikkonen 2000, 220).

Asiakas on tärkein kohde yritykselle, ja siksi asiakaspalvelussa asiakkaan tarpeet ja toiveet ovat aina ensisijassa (Jokinen ym. 2000, 222). Asiakaspalvelu on tärkeä osa yrityksen toimintaa. Jokainen yrityksen asiakaspalvelija on vastuussa asiakkaan saamasta ja kokemasta palvelusta. (Hemmi ym. 2008, 48.)

Kahvilan asiakaspalvelijalta vaaditaan paljon erilaisia tietoja ja taitoja. Asiakaspalvelijan tulee tuntea tuotteet perin pohjin (Hemmi ym. 2008, 79). Kahvilan yleisimpiä tuotteita ovat erilaiset kahvit, teelajit, virvoitusjuomat, suolaiset sekä makeat leivonnaiset ja usein tarjolla on myös keittolounas. Kahvilantyöntekijän on tiedettävä hinnoitteluperiaatteista ja osattava toimia taloudellisesti. Työn tehokkuus perustuu ruuhkahuippujen ennakkointiin ja työn hyvään organisointiin. (Hemmi ym. 2008, 79.)

Kahvilan asiakaspalvelu koostuu sekä aineettomasta että aineellisesta osasta. Aineeton osa on asiakkaan ja asiakaspalvelijan keskinäistä vuorovaikutusta (Jokinen ym. 2000, 224). Vuorovaikutukseen liittyy olennaisesti asiakaspalvelijan ystävällisyys, tuotetuntemus, tehokkuus ja ongelmatilanteessa toimiminen. Palvelun aineellista osaa on helpompi mitata ja määrittää kuin aineetonta (Jokinen ym. 2000, 224). Aineellinen osa on kahvilan tuotevalikoima, tarjoiltavan tuotteen oikea lämpötila, tuoreus sekä maku. Aineellista palvelua on myös kahvilan siisteys, viihtyvyys ja ulkonäkö.

Jotta palvelu kokonaisuus toimii, tulee löytää tasapaino palvelun aineettoman ja aineellisen osan välille (Jokinen ym. 2000, 224). Vaikka kahvilassa tarjoiltu tuote olisi maukas ja virheetön, mutta asiakaspalvelijan käytös epäkohteliaista, asiakas kokisi todennäköisesti palvelun huonoksi.

Jokaisen työntekijän toiminnalla ja henkilökohtaisella panoksella on merkitystä asiakaspalvelussa. Jokaisen asiakaspalvelijan on ymmärrettävä koko palveluprosessi ja se, kuinka jokaisen asiakaspalvelijan työ on osa kokonaisuutta. (Jokinen ym. 2000, 225.) Kahvilan palveluketju koostuu eri osa-alueista: tuotteiden oikeaoppisesta valmistuksesta, asiakkaan ja asiakaspalvelijan keskisestä vuorovaikutuksesta sekä kahvilan ulkoisesta olemuksesta. Jokaisen osa-alueen tulee toimia ja vastata asiakkaan odotuksia.

Asiakaspalvelua voidaan mitata vertaamalla asiakkaan kokemuksia hänen aikaisempiin odotuksiinsa. Palvelutapahtumaa koskevat odotukset muodostuvat yhdessä imagon eli sen yrityskuvan kanssa, jonka kahvila haluaa itseltään antaa. Kahvilan imago suodattaa asiakkaan kokemuksia. Nämä kokemukset voidaan jakaa kahteen eri ryhmään: tekniseen ja toiminnalliseen palvelu laatuun. (Lehmus–Korkala 1996, 18.)

Teknistä asiakaspalvelua ovat esimerkiksi pitkät aukioloajat, ajanmukaiset tilat, laitteet ja kalusteet, hyvät opasteet, laadukkaat tuotteet ja osaava henkilökunta. Toiminnallista palvelua taas ovat asiakaspalvelijan ystävällisyys, nopeus, joustavuus sekä asiantuntemus. (Jokinen ym. 2000, 226.)

Asiakastyytyväisyys kertoo asiakaspalvelun laadusta. Asiakastyytyväisyyden muodostavat ennako-odotukset sekä kokemus. Ennako-odotuksia ovat imago eli mielikuva tai vaikutelma kahvilasta, lupaukset, kilpailijat, aikaisemmat kokemukset, arvostukset sekä toisten kokemukset ja mielipiteet. Kokemuksen kautta muodostuu käsitys teknisestä laadusta, palveluympäristöstä, tuotteista sekä vuorovaikutuksesta. Kun kahvila onnistuu saamaan asiakkaan odotukset ja palvelukokemukset tasapainoon, hän on tyytyväinen. (Jokinen ym. 2000, 228.)

Palvelun laadun taso on jokaiselle asiakkaalle henkilökohtainen. Asiakkaiden kokema laadun taso saattaa vaihdella suurestikin eri asiakkaiden välillä, sillä taso määräytyy jokaisen asiakkaan odotusten ja kokemusten vertailun pohjalta. (Lehmus–Korkala 1996, 14.) Asiakkaan käsitykset perustuvat hänen omiin mielipiteisiinsä, ja siksi jokaisen asiakkaan kokemukset ovat erilaisia ja myös samaa palvelua kohtaan erilaisia eri kerroilla (Jokinen ym. 2000, 229).

Palvelun laadun mittareina toimivat asiakkaiden vaihtelevat käsitykset. Palvelun tasalaatuisuuteen olisi hyvä kahviloissa kiinnittää huomiota, jotta asiakkaiden palvelukokemukset olisivat jokaiselle asiakkaalle miellyttävät. Erityisesti ensimmäinen kerta kahvilan asiakkaana on kriittinen. Jos asiakkaan saama palvelu ei häntä miellytä, asiakas tuskin tulee uudelleen. Jos asiakkaalla on jo ennestään hyviä kokemuksia kyseisestä kahvilasta, se nostaa asiakkaan vaatimustasoa, kuitenkin yksi huono kokemus ei välttämättä katkaise asiakassuhdetta kokonaan. Huonoja asiakaspalvelutilanteita tulisi kuitenkin aina välttää. Huonosta asiakaspalvelusta kerrotaan keskimäärin kolmelletoista muulle henkilölle, kun taas odotukset ylittävästä palvelusta asiakas kertoo vain parille lähipiirin ihmiselle. (Lehmus–Korkala 1996, 13.)

Jokisen, Heinämaan ja Heikkosen (2000, 229) mukaan ”Asiakkaiden palveluodotukset voidaan porrastaa asiakastyytyväisyyden näkökulmasta kuuteen eri tasoon: ihannepalvelu, paras koettu palvelu, odotettu palvelu, alalle tyypillinen palvelu, oikeudenmukainen palvelu, alin hyväksyty palvelu.” Ihannepalvelu tarkoittaa asiakkaan odotukset ylittävää palvelua, joka jää joskus pitkäksi aikaa mieleen. Paras koettu palvelu on sellaista, mitä asiakas on joskus saanut tietyssä palvelupaikassa. Esimerkiksi, jos kahvilan asiakaspalvelija on onnistunut antamaan asiakkaalle erityisen ystävällistä palvelua ja samalla ylittänyt asiakkaan odotukset, asiakkaan kokema palvelu on ollut parasta koettua palvelua. Kyseisen asiakkaan odotukset ovat korkeammalla ja hän odottaa jatkossa saavansa aina yhtä hyvää palvelua. Odotettu palvelu on sellaista, jota asiakas odottaa saavansa kyseisessä paikassa. Esimerkiksi lounaskahvilassa asiakas odottaa saavansa tehokasta ja nopeaa palvelua, kun taas viiden tähden ravintolassa odotukset ovat vaativammat. Alalle tyypillistä palvelua on se, kun eri toimialoilla on vakiintuneita tapoja hoitaa palvelu. (Jokinen ym. 2000, 229.)

### **3.2 Asiakkaana keliakikko**

Asiakaspalvelutapahtuma voidaan jakaa kolmeen eri vaiheeseen, jotka ovat asiakkaan saapuminen, asiointivaihe ja poistuminen. Asiakaspalvelijan tulisi kiinnittää huomiota kaikkiin näihin vaiheisiin voidakseen tuottaa asiakkailleen

myönteisiä palvelukokemuksia. Jokaisessa toimipaikassa saattaa olla kriittisiä pisteitä, jotka huonosti hoidettuina latistavat tai pilaavat palvelukokemuksen. (Jokinen ym. 2000, 243.) Keliakia-asiakkaan kohdalla näitä kriittisiä pisteitä ovat esimerkiksi gluteenittomien tuotteiden huono tai kokonaan puuttuva valikoima.

Asiakaspalvelutilanteessa sekä ensimmäiset että viimeiset hetket ovat kaikkein kriittisimpiä, koska juuri niillä hetkillä on suuri vaikutus asiakkaan mielikuvan muodostumisessa palvelutapahtumasta (Jokinen ym. 2000, 243). Sisään tullessa asiakas kiinnittää ensimmäisenä huomiotaan kahvilan ulkonäköön ja siisteyteen. Seuraava vaihe on kohdata asiakaspalvelija ja tutustua tuotevalikoimaan. Asiakaspalvelijan kohtaaminen on erityisen kriittinen hetki, sillä huonoa ja epäkohteliasta palvelua saadessaan, asiakas saattaa vaihtaa kahvilaa kesken kaiken. Asiakaspalvelijan tulisi erityisesti kiinnittää huomiota ystävälliseen tervehtimiseen ja katsekontaktiin. Yhdeksänkymmentä prosenttia ihmisen viestinnästä koostuu elekielestä ja ulkoisesta olemuksesta ja loput kymmenen sanoista (Jokinen ym. 2000, 244).

Asiakaspalvelutilanteessa on aina kaksi asiantuntijaa. Esimerkiksi keliakikkoasiakas on aina oman sairautensa asiantuntija ja myyjä taas kahvila-alan asiantuntija. Kun asiakaspalvelijalla on palvelussa tarvittavat perusedellytykset ja osaaminen, hän menestyy työssään ja saa arvostusta sekä työnantajalta että asiakkailta. (Jokinen ym. 2000, 234.) Kun asiakkaana on keliakikko, jokaisen kahvilassa työskentelevän tulisi tietää mitä tuotteita keliakikolle voidaan tarjota ja miten ne tulee valmistaa. Ihannetilanteessa keliakikkoasiakas voisi kahvilassa asioidessaan helposti löytää sopivat tuotteet itselleen. Niin, että tuotteet ovat näkyvillä, mutta kuitenkin turvallisuussyistä erikseen muista keliakikolle sopimattomista tuotteista. Asiakas voi kokea sen huonona puolena, jos gluteenittomista tuotteista joutuu erikseen kysymään. Jotta keliakikkoasiakas voi turvallisesti ja sujuvasti asioida kahvilassa, tulee kahvilassa olla osaava ja tietävä henkilökunta, turvallinen ja oikeaoppinen gluteenittomien tuotteiden valmistustapa, esilläpito sekä varastointi.

Ongelmana kahviloissa on usein erittäin yksipuolinen tai kokonaan puuttuva gluteeniton tuotevalikoima. Usein kahvilan gluteenittomat tuotteet ovat pakas-



tetuotteita, kun taas vastaavat gluteenia sisältävät tuotteet ovat vastavalmistettuja joko leipomossa tai paikanpäällä kahvilassa. Tuoreet ja monipuoliset gluteenittomat tuotteet voivat olla kilpailuvaltti muihin kahviloihin verratessa. Jos esimerkiksi viisihenkinen perhe, jonka äiti sairastaa keliakiaa on päättänyt asioida kahvilassa, perhe todennäköisesti valitsee kahvilan sen gluteenittomien tuotteiden laadukkuuden perusteella, jotta jokainen perheenjäsen saisi mieluista purtavaa. Näin ollen kyseinen kahvila, jonka gluteenittomiin tuotteisiin on eniten panostettu, saa viisi uutta asiakasta.

Ennen asiakkaan poistumista, tulee asiakaspalvelijan pyrkiä saamaan aikaiseksi miellyttävä loppuvaikutelma kahvilassa asiomisesta. Asiakaspalvelija voi kysellä keliakikolta oliko gluteeniton tuote maukas. Tämä auttaa kahvilaa parantamaan tuotevalikoimaansa entisestään ja mahdollisesti vaihtamaan joidenkin gluteenittomien tuotteiden tilalle uusia parempia tuotteita. Pysyviä asiakassuhteita luodessa, asiakasta ei koskaan tulisi päästää poistumaan kahvilasta tyytymättömänä. Asiakkaan poistuessa on tärkeää toivottaa asiakas uudelleen tervetulleeksi kahvilaan. Asiakaspalvelutilanteen lopuksi olisi hyvä saada aikaan miellyttävä loppuhuipennus, jonka myötä asiakas palaa mieluusti uudelleen kahvilaan ja suosittelee kyseistä kahvilaa myös lähipiirilleen. (Jokinen ym. 2000, 243, 248.)

Asiakas tulisi nähdä kahvilan tärkeänä yhteistyökumppanina. Asiakasta ei tulisi pitää itsestäänselvyytenä, vaan sellaisena kumppanina, johon luotua suhdetta tulee hoitaa. Kahvilan ei tulisi olla liian tuote- tai markkinointikeskeinen, vaan sen tulisi keskittyä asiakkaaseen, jolle kaikki tuotteet ja markkinointi on suunnattu. (Pekkarinen–Pekkarinen–Vornanen 2006, 125.) Asiakkuuden hallinta ei ole vain myyntitoiminnan organisointia, vaan myös tärkeä osa kilpailukyvyn ylläpitämisessä. Myyjän tulee tietää, miten arvokas asiakas on yritykselle, esimerkiksi millainen tuotto myynnistä saadaan tai miten paljon asiakkaan tavoittamiseen kannattaa käyttää aikaa ja resursseja. (Pekkarinen ym. 2006, 126.) Välttämättä kaikilla kahviloilla ei ole resursseja satsata gluteenittomiin tuotteisiin yhtä paljon. Keliakikot yleensä suosivat niitä kahviloi- ta, joissa heihin on satsattu resursseja ja aikaa. On hyvä huomioda, että suomalaisten keliakikkojen potentiaalinen kulutus ravintola- ja kahvilapalveluihin vuodessa on yli viisi miljoonaa euroa, puhumattakaan heidän muka-

naan asiakkaiksi tulevista ystävistä ja perheenjäsenistä (Would you like to have us as your customers? 2006, 2).

Sairaus on monelle keliaakikkoasiakkaalle vaikea asia. Se luo epävarmuutta, eikä keliaakikkoasiakas välttämättä uskalla vieraila ravintoloissa. Epävarmuutta luo tietämättömyys tarjolla olevista tuotteista ja niiden luotettavuudesta. Ravintola-alan henkilökunta voi omalla osaamisellaan ja asiakaspalvelullaan luoda keliaakikkoasiakkaalle turvallisuudentunteen. Kiitollinen keliaakikko tulee uudestaan asiakkaaksi, kun hän saa hyvää palvelua ja turvallisen tunteen kahvilasta. Kahvila-alan ammattilainen on se, joka luo turvallisuudentunteen keliaakikolle. (Ollanketo 2009, 24–25.)

### **3.3 Työntekijän asenne ja ammattitaito**

Ihmisen toimintaa selittää hänen asenteensa kutakin tilannetta ja asiaa kohtaan. Asenne on suhtautumista johonkin asiaan ja asiantilaan. Asenteita on vaikea muuttaa eivätkä ne muutu ihmisellä tiettyyn asiaan olennaisesti liittyvän tilanteen myötä. (Havunen 2000, 15,17,21.) Asenne voidaan luokitella kolmeen eri osaan: tunne, tieto ja toiminta. Ihminen reagoi tunteillaan ilman tiedollista harkintaa ja käsittelyä. Ihmisen tiedollinen järjestelmä taas perustuu vertauskuviin sekä yksilön mielikuviin ympäristöstä. Asiakaspalvelussa on hyvä pohtia, minkälaista tietoa asiakas haluaa vastaanottaa ja minkälainen tieto on hänelle tarpeetonta. Toiminta osaan liittyä ihmisen aikomus toimia tietyllä tavalla. Toimintaa voidaan tarkastella motivaation kautta, eli mikä motivoi meitä ja saa toiminnan, mielipiteet tai asenteet muuttumaan. Asenne-käsite liittyy hyvin läheisesti motivaatioon; asenteet motivoivat meitä käyttäytymään eri tavoin eri tilanteissa. (Havunen 2000, 35, 37, 41–42, 47.)

Asenteen avulla osaamme ja voimme reagoida ympäristössä tapahtuviin tilanteisiin. Oma reagointitapa liittyy siis omaan asenteeseen tiettyä tilannetta kohtaan. Vuorovaikutustilanteet, jotka ovat meille miellyttäviä, kehittävät hyväksyviä asenteita, kun taas epämiellyttävät tilanteet kehittävät negatiivisia asenteita. Asenteisiin liittyy aina hyväksyminen tai hylkääminen, ja ne ovat muilta ihmisiltä opittuja arviointeja. (Havunen 2000, 57–58.)

Asiakaspalvelijan asenteen tulee olla asiakkaat, heidän tarpeensa ja arvonsa huomioonottava. Asiakaspalvelutilanne ei voi onnistua molempia osapuolia tyydyttävästi, jos asiakaspalvelija ei osaa huomioida asiakkaan tarpeita ja arvoja. (Lehmus–Korkala 1996, 23.) Havusen (2000, 22) mukaan ”Arvot vaikuttavat asenteisiin” ja ne määrittävät ihmisen toiminnan suuntaa. Asiakaspalvelijan asenteet ja ajatukset kohdistavat toiminnan näkyväksi käyttäytymiseksi, josta asiakas voi helposti huomata olevansa joko hyväksytty tai ei. (Lehmus–Korkala 1996, 23.)

Kahvilan toiminta tehostuu, jos sillä on voimakkaat ja kaikkien työntekijöiden sisäistämät arvot. Jokaiselle kahvilassa työskentelevälle on tärkeää, että yrityksellä on yhteisiä arvoja, joihin yrityksen toiminta perustuu. Yhteiset arvot luovat yhtenäisempää työilmapiiriä ja tällöin työskentely on tehokkaampaa ja motivoituneempaa. (Lehmus–Korkala 1996, 32.) Esimerkkejä arvoista ovat tuottavuus, jatkuva kahvilan kehittäminen, asiakkaiden odotuksia vastaavat korkeatasoiset palvelut ja toimiva yhteistyö.

Asiakkaan ja asiakaspalvelijan kohtaamistilannetta nimitetään totuuden hetkeksi. Se on ainutkertainen tapahtuma, jota ei voida uusida. (Jokinen ym. 2000, 225.) Hyvän kohtaamistilanteen luomiseen tulee kahvilatyöntekijän paneutua. Kohtaamistilanteessa tulee olla kohtelias, kuunnella asiakkaan tarpeita ja toiveita ja auttaa asiakasta saamaan tarvitsemansa.

Totuuden hetkessä asiakaspalvelija on yksin. Tämän vuoksi työilmapiiriin tulee olla yhteistyöhön kannustava ja työkavereita tukeva. Kun kahvilan työntekijöiden yhteistyö pelaa ja jokainen työntekijä auttaa toisiaan myös totuuden hetket asiakkaan kanssa toimivat paremmin haasteellisissakin tilanteissa. Tärkeää on myös, että asiakaspalvelijoilla on mahdollisuus kehittää osaamistaan ja henkilökohtaisia taitojaan. (Lehmus–Korkala 1996, 14.)

Hyvällä palvelulla tarkoitetaan kahden ihmisen välillä muodostuvaa positiivista vuorovaikusta. Palvelutilanteessa vaihdetaan tavaraa tai tietoa sekä tunteita. Sekä asiakaspalvelijan että asiakkaan asenne ovat tärkeitä, sillä toimiva yhteistyö ja vuorovaikutus vaikuttavat positiivisesti jokaiseen palvelutilanteeseen. Asiakkaan tunne vaikuttaa suurena tekijänä hänen ostopäätökseensä.

(Jokinen ym. 2000, 226.) Asiakaspalvelijan vuorovaikutustaidot ovat tärkeä osa myynnin onnistumista. Jos kahvilan asiakas kokee, ettei saa tarpeeksi hyvää palvelua, hän saattaa vaihtaa kahvilaa toiseen, jossa hänen tarpeet otetaan huomioon. Hyvään palveluun liittyy muun muassa asiakaspalvelijan asenne, motivaatio, asiantuntemus, ystävällisyys ja tehokkuus. Asiakkaan vuorovaikutustaidot ovat tärkeitä, jotta hän pystyy kommunikoimaan erilaisten ihmisten kanssa ja hyväksymään, ymmärtämään ja auttamaan heitä (Jokinen ym. 2000, 226).

Ammattitaidon perustan luovat asiakaspalvelijan asenne, tieto sekä harjoittelu (Jokinen ym. 2000, 234). Kahvilatyöntekijän ammattitaito rakentuu muun muassa tiimityötaitoista, asiantuntevuudesta, tuotetuntemuksesta, maltillisuudesta sekä erikoisruokavalio tietämyksestä. Asiakaspalvelu on usein tiimityötä, jolloin työyhteisön tuki on tärkeää. Työnantaja, esimies ja työkaverit ovat asiakaspalvelijan toiminnalle tärkeitä. He ovat avuksi silloin, kun asiakaspalvelijan asiantuntemus ei riitä tai kun työtä on enemmän kuin yksin kerkeää tekemään. (Kannisto–Kannisto 2008, 84.) Työilmapiirin merkitys on suuri, sillä hyvä työilmapiiri välittyy myös asiakkaalle. Palveluhenkilökunnan tapa puhutella toisiaan tai asiakkaita, liikkeiden ripeys töitä tehtäessä tai se miten asiakas huomataan välittävät asiakkaalle kuvan kahvilan ilmapiiristä. (Jokinen ym. 2000, 242.) Työyhteisössä hyvä henki rakentuu samojen periaatteiden varaan kuin hyvä asiakaspalvelukin. Näitä periaatteita ovat kollegojen kuunteleminen, kunnioittaminen, rehellisyys ja tasavertainen kohtelu. (Kannisto–Kannisto 2008, 85.)

Kahvilan työntekijän tulee olla kahvila-alan asiantuntija. Hänen tulee tietää kahvila-asiakkaan tarpeista ja odotuksista, nykyisistä kahvilatrendeistä sekä miten tarjota muista kahviloista eroavaa parempaa palvelua. Asiantuntijuuteen liittyy yrityksen tuntemus. Jotta voidaan määrittää mikä kyseisessä kahvilassa on mahdollista ja toiminnan kannattavuuden kannalta järkevää, kahvilassa työskentelevän tulee tuntea kahvilan resurssit ja liikeidea. Asiakastuntemus on myös olennainen osa asiantuntijuutta. Asiakaspalvelijan tulee tuntea kahvilan asiakassegmentti ja sille suunnatut palvelut (Jokinen ym. 2000, 236). Kahvilan työntekijän tulee tuntea keliakikön ruokavalio sekä muut eri-

laiset erityisruokavaliot, jotta voi taata turvallisia ja monipuolisia tuotteita kaikille asiakkailleen.

Tuotetuntemus on erittäin tärkeää kahvilantyöntekijälle. Hänen täytyy osata valmistaa ja tarjoilla tuotteet oikein. Kahvilatyöntekijän tulee myös osata kertoa miten ja mistä raaka-aineista tuotteet on valmistettu. Erityisesti erikoisruokavalioiden yleistyessä on tärkeää tietää tarkasti mitä tuotteet sisältävät. Kahvilatyöntekijän ammattimaisuudesta kertoo myös hänen maltillinen työtäpansa. Hän toimii aina asiakkaan ehdoilla. Hän ei lähde inttämään asiakkaan kanssa, vaikka kokisikin asiakkaan olevan väärässä. Hän selvittää ristiriitallanteet maltillisesti, rakentavasti ja sovittelevasti yhdessä asiakkaan ja mahdollisesti myös esimiehen kanssa.

Hyvän asiakaspalvelijan on sitouduttava bisneksen tekemiseen. Täyspainoisen panoksen antaminen edellyttää aina vankkaa osaamista. Asiakaspalvelu- ja myyntitaito ovat opittavia taitoja. Jokainen on itse henkilökohtaisesti vastuussa omien tietojensa ja taitojensa kehittämisestä, joten myönteinen oppimisasenne on hyvä pohja oman osaamisen ja monitaitoisuuden kehittämiseksi. Jokaisen asiakaspalvelijan on hyvä selvittää omat kehitystarpeensa ja ryhtyä niitä sitten pala palalta korjaamaan. (Jokinen ym. 2000, 234.) Lisäksi kahvilan omistajan ja työilmapiiriin tulee tukea ja kannustaa työntekijän kehittymistä.

Esimiehen ammattitaito vaikuttaa myös hänen työntekijöidensä ammattitaitoon. Kahvilan tulos syntyy yhteistyöllä. Ammattitaitoinen esimies jakaa avoimesti tietoa kahvilasta, sen tuotteista ja kulloisestakin tilanteesta. Hänen tulee osoittaa jokaisen asiakaspalvelijan merkitys kahvilan menestymiselle ja menestymisen yhteys asiakaspalvelijoille maksettuihin palkkoihin. Näin asiakaspalvelijat saadaan ymmärtämään, että kollegojen ja asiakkaiden etu on myös heidän etunsa. (Kannisto–Kannisto 2008, 85.)

Hyvällä esimiehellä on aikaa alaisilleen. Esimiehen tulee auttaa aina tarpeen vaatiessa asiakaspalvelijoitaan. Apu tulee saada viivytyksettä, jotta voidaan varmistua, ettei asiakas kärsi tilanteesta. Esimiehen on myös oltava itse asiakkaiden tavoitettavissa, jos palvelutilanteessa syntyy ylitsepääsemättömiä

ristiriitoja, joita asiakaspalvelija ei pysty ratkaisemaan yksin. (Kannisto–Kannisto 2008, 85.)

Ammattitaitoisen kahvilan henkilökunta ja työnantajan välinen toiminta on vaihtokauppaa, jossa työnantaja maksaa työntekijälle palkkaa, ja työntekijä puolestaan antaa kaiken taitonsa ja innostuksensa hoitaakseen kahvilan asiakkaat parhaalla mahdollisella tavalla, jotta kahvilan toiminta parantuisi ja kahvila menestyisi. Kahvilan tulee onnistua myymään tuotteitaan ja palvelujaan sekä saamaan niistä toiminnan jatkumisen mahdollistava tulos, jotta se voisi menestyä. Kahvilan asiakkaalla on oikeus odottaa, että myyjät osaavat myydä heille sitä, mitä he tarvitsevat. (Jokinen ym. 2000, 233, 238.) Keliakikkoasiakas kokee myönteisenä, kun kahvilatyöntekijä osaa suositella hänelle tuotteita ja osaa kertoa niistä tärkeitä ja oleellisia tietoja. Kahvilatyöntekijän myönteinen asenne keliakikkoasiakkaan kysymyksiin ja tarpeisiin vastaamisessa on asiakassuhteen kannalta tärkeää. Kun kahvilantyöntekijä osaa myydä hänelle oikean tuotteen, asiakas palaa kahvilaan takuuvarmasti uudelleen.

## 4. OMAVALVONTA

### 4.1 Kahvilan omavalvonta

Omavalvonta pohjautuu elintarvikehuoneiston riskienhallintaan. Omavalvonnassa varmistetaan, että elintarvikkeet ovat turvallisia ja määräystenmukaisia. Vaarakohdat havaitaan ajoissa ja ne pidetään hallinnassa. (Korkeala 2007, 467.) Elintarvikelain mukaan elintarvikealan toimijan tulee laatia omavalvontasuunnitelma ja suorittaa sen mukaista omavalvontaa. Elintarvikealan toimijan on tunnettava elintarvikkeiden käsittelyyn liittyvät terveysvaarat sekä elintarviketurvallisuuden ja – määräysten kannalta kriittiset kohdat elintarvikerytyksessään (kirjallinen omavalvontasuunnitelma). Toimivassa omavalvontasuunnitelmassa käydään läpi käytännönläheisesti olennaiset riskien valvontakohdat. (Välikylä 2009, 4,6.) Kahvilassa näitä valvontakohtia ovat esimerkiksi raaka-aineiden tuoreuden varmistaminen ja niiden käsittely, elintarvikkeiden säilyttäminen, laitteiden ja välineiden puhdistus sekä henkilökunnan työtavat.

Omavalvonta perustuu HACCP järjestelmään, jossa HA tarkoittaa vaaratekijöiden tunnistamista ja riskien suuruuden arvioimista ja CCP kriittisten valvontakohtien määrittämistä. Yritys arvioi järjestelmässä oman toiminnan vaaratekijät, vaaratekijöiden riskin suuruutta, vaaratekijöiden hallintaa ja valvontasuunnitelmaa sekä toimintaohjeita riskitilanteessa. (Hatakka ym. 2004, 105.) Esimerkiksi kahvilassa arvioidaan gluteenittomien tuotteiden vaaraa kontaminoitua gluteenia sisältävien tuotteiden kanssa.

Yrityksen tulee tehdä omavalvontasuunnitelma itse. Valvontaviranomaiset hyväksyvät omavalvontasuunnitelman samalla kun elintarvikehuoneiston toiminta hyväksytään. Yrityksen tulee pohtia oman toimintapisteen ongelmakohtia ja niiden ennaltaehkäisyä. Omavalvontasuunnitelmasta selviää kuinka toimitaan ongelmatilanteessa. Terveysturvallisuusviranomaisilta saa neuvoja omavalvontasuunnitelmaa tehdessä ja ongelmakohtien ratkaisussa. Yritys maksaa itse omavalvontaan kuuluvat näytteidenotot ja tutkimukset. (Välikylä 2009, 4.)

## 4.2 Gluteenittomien tuotteiden ja ateriapalvelujen omavalvonta

### 4.2.1. Omavalvonta ja sen seuranta

Elintarvikkeen, samoin kuin valvontakohteen riskit kuluttajalle, ovat fysikaalisia, kemiallisia ja biologisia (mikrobit ja tuhoeläimet). Fysikaalisesti tuotteen hygieniaa vaarantavat tuotteeseen kuulumattomat aineet ja esineet kuten laitteista irronneet osat, lika, pöly, tuhoeläimet. (Syyrikki 2009, 5.) Vaara syntyy kun jauhonpöly pääsee kontaminoitumaan gluteenittomien tuotteiden kanssa.

Tuotetta haittaavia kemiallisia vaaroja ovat annosteluvirheet kuten lisäaineiden annosteluvirheet tai poikkeaminen reseptistä (allergikot). Riskitekijät voivat siirtyä suoraan ruoka-aineesta toiseen valumisen ja pisaroinnin kautta, työntekijöiden käsien, vaatteiden kautta tai työpintojen ja – välineiden kautta. (Syyrikki 2009, 5.) Kemiallinen vaara syntyy myös, kun väärää ainesosia jouuu erityisruokavalioannokseen, esimerkiksi gluteenia keliakikko-asiakkaan ruokaan.

Omavalvonta tuli lakisääteiseksi vuonna 1995 ja sen myötä omavalvontasuunnitelmia on laadittu elintarvikehuoneistoissa takaamaan asiakkaille laadukkaita, puhtaita ja turvallisia tuotteita. Suunnitelmia tehdessä mietitään tarkkaan ruoan matka tavaran vastaanotosta asiakkaalle. Kaikki toiminnot ja ruoanvalmistusprosessit käydään läpi ja kartoitetaan kriittiset vaiheet, raaka-aineet ja tuotteet. Suunnitelmassa käydään läpi esimerkiksi erityisruokavalioaterioiden valmistus. Miten taataan, että gluteeniton tuote tai ateriapalvelu on täysin gluteeniton? Tuotantoprosessissa tulee noudattaa tarkkoja toimintaohjeita, jotka on määrätty gluteenittomaan ruoanvalmistukseen. Sama koskee kaikkia allergisoivia aineita. (Ollanketo 2009, 16.)

Ennen kuin asiakkaalle tarjotaan gluteeniton annos, sen eteen on tehty keittiössä useita tarkastuksia alkaen raaka-aineiden hankinnasta (Ollanketo 2009, 16). Elintarvikehygienia on tärkeää koko tuotantoketjussa (Välikylä 2009, 5). Kahviloissa omavalvontaa tulisi toteuttaa laissa säädellyllä tavalla.



#### 4.2.2 Gluteenittomien kahvilatuotteiden turvallisuuden huomioiminen

Kahviloille on tärkeää suunnitella gluteeniton tuotevalikoima huolella ja määrittää se kuinka paljon resursseja se on valmis satsaamaan keliakikoiden huomioimiseen. Keliakikko asiakkaalle on tärkeää, että tuotevalikoima on monipuolinen, sillä jokaisella keliakikollakin on omat erilaiset makutottumuksensa ja -mieltymyksensä.

Tarkalla suunnittelulla voidaan vähentää huomattavasti saastumisriskejä. Noudattamalla tarkkaan ohjeita ja reseptejä, sekä huolehtimalla hygieniasta minimoidaan saastumisriskit. Elintarvikkeiden käsittelytoiminnot kannattaa suunnitella tarkkaan. Esimerkiksi eri käsittelytilat tai -alueet helpottavat työskentelyä, tuotteiden valmistus eri aikaan tai eri työvälineiden käyttö ehkäisevät myös riskikontaminaation tapahtumisen. Edellä mainitut käsittelytoiminnot ovat suotavia mutta aina on muistettava erittäin hyvä hygienia. Gluteenittomia tuotteita käsiteltäessä riskikontaminaatio syntyy, jos gluteenipitoisen jauhon pölyä on ilmassa, siksi huolellinen erillään pito on tärkeää. (Keliakialiitto 2008, 14.)

Gluteenittomia tuotteita valmistettaessa on huolehdittava, että käyttää puhtaita työvälineitä, työvaatteita ja käsineitä. Myös tarjoilussa ja esillepanossa on huomioitava, että gluteenittomilla tuotteilla on omat ottimet ja ne on merkitty selvästi. Esimerkiksi tarjoiltaessa gluteenitonta leipää, leivälle täytyy laittaa oma levite erilleen muista levitteistä ja leipä tulee leikata omalla leikkuualustallaan. (Keliakialiitto 2008, 14–5.) Gluteenittomat tuotteet on hyvä laittaa esille ylimmälle hyllylle suojattuna, jotta riski kontaminoitumisesta minimoidaan. Tiiviisti suojaaminen estää myös tuotteen kuivumisen, mikä on hyvin yleistä gluteenittomille tuotteille.

Gluteenittomat tuotteet on hyvä säilyttää niille tarkoitettussa omassa kaapissa tai ylimmällä hyllyllä, lisäksi avatut tuotepakkaukset tulee sulkea tiiviisti, jotta tuotteet eivät pääse saastumaan ilman kautta. Esimerkiksi jauhopöly leviää helposti tuotteesta toiseen. (Keliakialiitto 2008, 14). On erittäin tärkeää pitää huolta puhtaudesta. Hyvin laaditussa puhdistussuunnitelmassa käydään läpi tuotantotilojen, eri toimintojen, käsittelyvaiheiden ja -tapojen puhtaus erityisruokavalioiden osalta. Kontaminaatiot voidaan estää hyvällä suunnittelulla,

oikeilla käsittelytavoilla ja järjestyksellä. (Keliakialiitto 2008, 15.) Kaikki leipomispinnat tulee puhdistaa huolellisesti ennen gluteenittomien leivosten valmistusta. Jos on mahdollista, gluteenittomat tuotteet olisi hyvä valmistaa ainoastaan niille tarkoitetuissa astioissa ja omilla välineillä. Gluteenittomat tuotteet tulisi valmistaa ennen gluteenipitoisten tuotteiden valmistusta.

#### 4.2.3 Työntekijöiden perehdytys, tietämys ja tuotetietous

Työntekijöiden perehdytys yrityksen toimintatapoihin takaa tuotteiden tasalaatuisuuden ja puhtauden. Yrityksen olisi hyvä suunnitella perehdytyskansio, minkä uusi työntekijä lukee läpi enne kuin aloittaa työnsä uudessa paikassa. Perehdytys suunnitelman tulisi olla huolella laadittu, jotta kiireessä ei tapahtuisi virheitä. (Keliakialiitto 2008, 19.) Koko kahvilahenkilökunnan tulee perehtyä heti työsuhteen alussa kahvilan omavalvontasuunnitelmaan ja kuitata se luetuksi. Jokaisen työntekijän tulee myös aika ajoin päivittää tietonsa mahdollisten omavalvontasuunnitelman muutosten suhteen.

Henkilökunnalla tulisi olla hyvä tietämys erityisruokavalioista, jotta niissä tilanteissa, joissa asiakas itse on epävarma, mitä hänen ruokavalionsa kuuluu, hän voisi turvautua tietävään ammattilaiseen. Ravitsemusalalla käytetään paljon ekstrapyövoimaa lyhyisiin työsuhteisiin, jolloin työntekijällä on hyvin lyhyt aika tutustua tuotevalikoimaan ja omaksua se perinpohjaisesti. Näissä tilanteissa tietous tuotteen sopivuudesta esimerkiksi erityisruokavalio asiakkaalle on vajavainen. (Ollanketo 2009, 24.) Ravintola-alan henkilökunta voi omalla osaamisellaan ja asiakaspalvelullaan luoda keliakikkoasiakkaalle turvallisuudentunteen.

Helsinkiläisen Ravintola Zetorin vuoropäällikkö Riitta Tuomisen mukaan ”Tiedon jakamisessa ja ajan tasalla pitämisessä ketjuravintoloilla on parempi asema, sillä ketjujen sisäiset koulutukset ja tiedonkulku ovat paremmin organisoituja kuin yksityisillä yrityksillä. Ruokalistakoulutuksissa kerrataan valmistusmenetelmät ja raaka-ainelistat tarkasti.” (Ollanketo 2009, 24.)

Keittiö- ja tarjoiluhenkilökunnan tulee tietää, mitä raaka-aineita ja valmistusmenetelmiä tuotteissa käytetään. Tämä on yksi osa omavalvontaa. Asiakkaan kysyessä, mitä tuote sisältää, ammattitaitoinen ja hyvän asiakaspalve-

lun omaava työntekijä osaa vastata kysymykseen. (Keliakialiitto 2008, 17.) Kahvilan henkilökunnalla tulisi olla ajantasaiset tuotetiedot helposti saatavilla. Myös kahviloissa usein käytetyt puolivalmisteiden sekä valmistuotteiden raaka-ainesisällöt tulisi olla henkilökunnan saavutettavissa.

### **4.3 Lainsäädäntö ravitsemisyrietyksille**

Suomessa valvotaan elintarvikkeiden ja niiden tuotantoa kolmen lain nojalla: hygienialaki, elintarvikelaki ja työsuojelulaki. Hygienialaki käsittää elintarvikkeiden käsittely-ympäristöä ja elintarvikelaki käsittää itse tuotteet. Työsuojelulaki koskee henkilökunnan terveydentilan seuranta ja huolehtimista. Lisäaineita ja pakkausmerkintöjä säädellään elintarvikelain mukaan. (Niemi ym. 2004, 152–153.)

Hygienialain, elintarvikelain ja työsuojelulain mukaan elintarvikealan yrityksen on selvitettävä oman toiminnan elintarvikeeturvallisuuksia vaarantavat tekijät ja laatia omavalvontasuunnitelma ehkäisemään vaaratekijät ja kontrolloimaan ne. Lisäksi laki määrää elintarvikealan yrityksen toimimaan laatimansa suunnitelman mukaisesti. Omavalvontasuunnitelma annetaan kunnan elintarvikeviranomaisille samalla kuin elintarvikehuoneistosta tehdään ilmoitus. Hygienialaki vaatii viranomaisen hyväksynnän omavalvontasuunnitelmasta ennen toiminnan aloittamista. (Hatakka ym. 2004, 104.)

Elintarvikelain 27 §:n mukaan kaikilla elintarvikehuoneistoissa työskentelevillä tulee olla riittävä elintarvikehygieeninen osaaminen. Toiminnanharjoittajan on huolehdittava, että jokainen elintarvikehuoneistossa työskentelevä on hyväksytysti suorittanut hygieniosaamistestin. Hyväksytystä testistä saa todistuksen ”hygieniakortin”. Testin tulee suorittaa hyväksytysti myös kaikki alan ammatillisen koulutuksen saaneet. Veloitteen toteutumista seurataan omavalvontasuunnitelman puitteissa. (Turun kaupunki Sosiaali- ja terveystoimen hallinto 2010.)

### **4.4 Lainsäädäntö gluteenittomille tuotteille**

Keliakikkoja auttamaan on laadittu gluteenittoman tuotteen merkki. Tämän merkin saaneet tuotteet ovat luotettavia ja taatusti puhtaita. Merkin käyttöoikeuden saamiseen on tarkat kriteerit. Jotta merkin saa, on toiminnan harjoit-

tajalla oltava toimiva ja tuotekohtainen omavalvontasuunnitelma. Suunnitelmasta tulee selvittää gluteenittomuuden varmistustoimenpiteet ja mitä toimenpiteitä on tehty gluteenikontaminaation ehkäisemiseksi. (Keliakialiitto 2008, 20.) Tuotteita seurataan vuosittain analyysin perusteella, jossa seurataan, ettei gluteenipitoisuus ylitä raja-arvoja. Myös pakkausmerkintöjen laillisuutta tarkkaillaan. (Ylönen 2010, 5.)

EU:n gluteeniasetuksen myötä keliakikoille soveltuvia elintarvikkeita säädelään koskien koostumusta ja merkitsemistä. Asetuksen mukaan gluteenittomaksi voi luokitella tuotteen, joka sisältää gluteenia enintään 20 mg/kg. Eritäin vähägluteeninen – termiä käytetään tuotteesta, joka sisältää vehnätärkkelystä. Gluteenin raja-arvona on tällöin 100 mg/kg. (Ylönen 2010, 3.)

Keliakialiitto pitää tarkasti huolta merkin saaneiden tuotteiden gluteenittomuudesta ja valvoo tuotteiden tuotantoketjua tarvittaessa. Gluteenittoman merkin käyttöoikeus koskee kerrallaan kahta vuotta ja se on maksullinen. Tulot suunnataan järjestelmän ylläpitoon ja tiedotukseen. (Keliakialiitto 2008, 21.)

Keliakialiitto tekee tiiviisti yhteistyötä tuotteita valmistavien yritysten, keliakiatutkimusten ja viranomaisten kuten Elintarviketurvallisuusviraston (Evi-ra) kanssa. Liitto pyrkii parantamaan ja valvomaan gluteenittomien tuotteiden saatavuutta, valikoimaa, turvallisuutta ja laatua. Keliakialiitto järjestää tiedotuksen lisäksi myös koulutuksia liittyen mm. tuotekehitykseen, tuoteturvallisuuteen ja pakkausmerkintöihin. (Keliakialiitto 2010.)

## 5 TUTKIMUSMENETELMÄT

### 5.1 Kyselytutkimus

Kyselytutkimus on tapa kerätä ja tarkastella tietoa. Kyselytutkimuksessa tutkitaan ihmisten mielipiteitä, asenteita ja arvoja. Kyselylomake toimii kyselytutkimuksen mittausvälineenä. Kyselylomakkeen tulee olla huolellisesti tehty, jotta se toimii ilman haastattelijan apua. (Vehkalahti 2008, 11.) Kyselytutkimus on määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus.

Haasteita kyselytutkimuksen onnistumiseen tuovat tiedonkeruu, mittaaminen, sisällölliset tavoitteet ja tulkinta. Kyselytutkimuksen luotettavuutta voidaan kyseenalaistaa esimerkiksi seuraavilla kysymyksillä: edustivatko kyselyyn osallistuneet tutkimuksen perusjoukkoa, saatiinko tarpeeksi vastauksia, mittasivatko kysymykset tutkittavia asioita ja oliko kyselyn ajankohta hyvä. Kyselylomake tulee suunnitella huolellisesti. Kun vastaaja on täyttänyt lomakkeen, ei siihen voi enää tehdä muutoksia eikä lomakkeen mahdollisia virheitä voi korjata jälkeenpäin. Koko tutkimuksen onnistuminen riippuu suurimmaksi osaksi kyselylomakkeesta. (Vehkalahti 2008, 12, 17, 20.)

Kysymyslomakkeen kysymykset voidaan jakaa avoimiin ja suljettuihin kysymyksiin. Avoimiin kysymyksiin vastataan vapaamuotoisesti kun taas suljettuihin ovat olemassa vastausvaihtoehdot. Suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehtojen tulee olla toisensa poissulkevia eli ne eivät saa mennä päällekkäin (Vehkalahti 2008, 24). Molemmat kysymysosiot ovat tutkimuksen kannalta tärkeitä. Suljetut kysymykset antavat faktatietoa ja niitä on helppo käsitellä mittausvaiheessa. Avoimet kysymykset taas tuovat syvällisempää otetta tutkimukseen.

Kyselytutkimuksesta saatu aineisto on hyvä ensin käydä läpi perusteellisesti. Esikäsitteily luo pohjaa tilastollisten analyysien tekemiseen. Havaintomatriisi on tyypillisin aineiston muoto. Havaintomatriisissa aineistoa tutkitaan sen havaintojen sekä muuttujien kautta. Aineiston havainnot koostuvat kyselyyn osallistuneiden vastauksista. Havaintoja on yleensä vain yksi vastaajaa kohden, kun taas muuttujia voi olla useampikin. (Vehkalahti 2008, 51.)

Aineiston esikäsittelyn jälkeen on vuorossa aineiston tiivistäminen. Tiivistäminen helpottaa jatkoanalyysien tekemistä. Tiivistämisen apuna käytetään tilastollisia malleja ja menetelmiä. Tilastollisen mallin tarkoitus on esittää tiivistetyssä muodossa jokin kiinnostava yksityiskohta tutkimuksesta. Kun aineisto muodostuu edustavasta perusjoukon otoksesta, tilastollisten mallien johtopäätökset voidaan yleistää. (Vehkalahti 2008, 87, 90.)

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus edellyttää luotettavuutta sekä mittaukselta että tiedonkeruulta. Tutkimuksen luotettavuudesta kertoo sen pätevyys ja tarkkuus eli validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetti kertoo, mitataanko sitä, mitä piti ja reliabiliteetti kertoo, miten tarkasti mitataan. Tutkimuksen validiteettia on syytä tarkastella tutkimusta toistettaessa. Tutkimus on validi, kun se on pätevä kyseisessä ajankohdassa. Esimerkiksi vuosia sitten tehtyyn tutkimukseen tulee tehdä validiuden vaatimia muutoksia, jotta se toimisi luotettavasti myös nykyajassa. Reliabiliteettinen tutkimus ei sisällä mittausvirheitä. (Vehkalahti 2008, 41–42.) Yksi tapa ymmärtää reliabiliteettiä on se, että kahdella rinnakkaisella tutkimusmenetelmällä saadaan sama tulos (Hirsjärvi–Hurme 2008, 186).

## 5.2 Havainnointi

Havainnointi on aineiston keräämistä sekä uusien havaintojen tuottamista. Havainnointia voidaan käyttää niin määrällisessä että laadullisessa tutkimuksessa. Havainnoinnin tulee olla hyvin suunniteltua ja se tulee toteuttaa huolellisesti, tarkasti ja aina samalla jo etukäteen päätetyllä tavalla. Havainnointiin liittyy aina jonkin verran havainnoijan omia tunteita sekä tuntemuksia. (Vilkka 2006, 5–9.)

Havainnointia voidaan pitää luotettavana tutkimuskeinona, sillä se kertoo toimivatko ihmiset siten kuin he sanovat toimivansa (Vilkka 2006, 37). Haastattelussa haastateltava saattaa liioitella tai pienennellä jotakin asiaa, mutta kun kyseistä asiaa lisäksi havainnoidaan, saadaan luotettavampi tulos. Havainnointi on hyvä suorittaa ennalta tarkasti suunniteltuna. Havainnointitilanne on hyvä käydä läpi ennen varsinaista havainnointia. Tärkeää on, että havainnoitsija tietää etukäteen tarkasti mitä yksityiskohtia haluaa havainnoida, kuinka sen tekee ja kuinka merkitsee muistiin saadut havainnot. On hyvä

myös, että havainnoitsijalla on tutkimusta varten olevat taustatiedot hallussa. (Vilkkä 2006, 38–39.)

Havainnoitsijan on hyvä tiedostaa tutkimusta tehdessä, mitä seurauksia havainnointi ja sen tulokset saattavat aiheuttaa tutkimuskohteelle (Vilkkä 2006, 57). Esimerkiksi tutkimuksen kirjallisessa versiossa kuten opinnäytetyössä tutkittavan kohteen nimeämättä jättäminen voi olla yksi mahdollisuus eettisempään tutkimustyöhön. Tutkimuskohteelle on myös hyvä antaa havainnointiin liittyvä tarvittava ja oleellinen informaatio, eikä missään nimessä salilla olennaista tietoa.

### **5.3 Tutkimushaastattelu**

Haastattelu on yksi tiedonhankinnan perusmuoto. Haastattelu on monikäyttöinen tutkimusmenetelmä, joka soveltuu moniin eri tarkoituksiin. Haastattelua voidaan käyttää lähes kaikkialla. Haastattelua on loogista käyttää, kun halutaan kuulla ihmisten mielipiteitä, kerätä tietoa, käsityksiä ja uskomuksia tai kun halutaan ymmärtää, miksi ihmiset toimivat havaitulla tavalla. Oikein tehtynä haastattelun avulla voidaan saada syvällistäkin tietoa. Haastatteluun liittyy kuitenkin monia ongelmia. Esimerkiksi ongelmallista on tietojen, käsitysten, uskomusten, arvojen ja merkitysten tutkiminen. Ennen kuin haastattelu valitaan tutkimusmenetelmäksi, on harkittava, soveltuuko haastattelu tutkimustarkoituksiin. Olisi myös hyvä kokeilla kuinka haastattelu sujuu käytännössä. Haastattelu on aina sidoksissa tilanteeseen ja asiayhteyteen. Haastattelusta saatuja tuloksia tulee aina tulkita ja niiden yleistämistä tulee tarkkaan harkita. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 11–12.)

Haastattelu on vuorovaikutusta haastattelijan ja haastateltavan välillä. Vuorovaikutus mahdollistaa tiedonhankintaa itse haastattelutilanteessa. Vastauksia on myös mahdollista syventää ja saada selville taustalla olevia motiiveja. Haastattelu perustuu sekä kielelliseen että ei-kielelliseen kommunikointiin. Elekieli ja muut ei-kielelliset vihjeet auttavat ymmärtämään haastatellulta saatuja vastauksia ja joskus jopa ymmärtämään vastausten erimerkityksiä. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 34.)

Haastattelijan tulee ottaa huomioon eettiset periaatteet. Haastattelijan tulee informoida haastateltavaa riittävästi ennen tämän haastatteluun suostumusta. Muita esimerkkejä haastattelun eettisyydestä on luottamuksellisuus, seuraukset ja yksityisyys. Haastatteluun liittyviä eettisiä kysymyksiä on paljon muitakin. Ne voivat koskea vallankäyttöä, haastattelijan toimintaa ammatti-ihmisenä, laillisuuskysymyksiä ja tutkimuksen rahoitusta ja sponsorointia. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 20.)

Haastattelu sopii tutkimusmenetelmänä, kun on kyseessä vähemmän tutkittu alue, haastateltavan mielipiteet ovat osa suurempaa asiayhteyttä tai kun halutaan selventää vastauksia tai syventää saatavia tietoja. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 34.)

Tutkimushaastattelut eroavat toisistaan lähinnä strukturointiasteen perusteella. Strukturointiaste tarkoittaa sitä miten kiinteästi kysymykset on muotoiltu ja missä määrin haastatteliija jäsentää tilannetta. Tutkimushaastattelun lajeja ovat muun muassa lomakehaastattelu, strukturoimaton haastattelu sekä puolistrukturoitu haastattelu, eli teemahaastattelu. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 43.)

Lomakehaastattelu on eniten käytetty haastattelumenetelmä. Lomakkeessa kysymysten ja väitteiden muoto ja esittämisjärjestys on täysin määrätty, mikä tarkoittaa, että lomakehaastattelu on strukturoitu haastattelu. Oletetaan myös, että kysymyksillä on sama merkitys kaikille. Lomakehaastattelu sopii parhaiten, kun oletetaan kysymyksien merkityksen olevan sama kaikille haastateltaville tai kun halutaan kerätä faktatietoa tutkittavasta aiheesta. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 44–45.)

Strukturoimattomassa haastattelussa käytetään avoimia kysymyksiä. Haastatteliija pyrkii syventämään haastateltavien vastauksia. Jo saaduista vastauksista muodostuu haastattelun jatko. Siirtyminen aiheesta toiseen tapahtuu haastateltavan ehdoilla ja aiheen määrittely on usein väljempää. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 45–46.)

Puolistrukturoitu haastattelu on strukturoidun ja strukturoimattoman haastattelun välimuoto. Puolistrukturoitujen haastattelujen jokin näkökohta on lyöty



lukkoon, mutta ei kaikkia. Yksi esimerkki puolistrukturoidusta menetelmästä on teemahaastattelu. Teemahaastattelu on lähempänä strukturoimatonta haastattelua. Haastattelun aihepiiri on kaikille sama, kysymyksillä ei tarvitse olla tarkkaa muotoa tai järjestystä. Teemahaastattelu ei ole kuitenkaan yhtä vapaa kuin syvähaastattelu. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 47.)

Tutkimusta tehdessä on hyvä ottaa huomioon laaduntarkkailu. Haastattelun laatua tulisi tarkkailla tutkimuksen eri vaiheissa. Laatua voidaan tarkkailla ennen haastattelun tekoa sekä aineiston keruu- ja käsittelyvaiheessa. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 184.)

Hyvä haastattelurunko on laadukkaan tutkimuksen perusta. Haastattelijan tulisi myös ennalta miettiä miten haastattelun teemoja voidaan syventää, ja pohtia vaihtoehtoisia lisäkysymysten muotoja. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 184.) Laaduntarkkailuun kuuluu myös tarkistaa, että tekniikka pelaa. Tallentamislaitteiden kunto on hyvä tarkistaa ennen haastattelun aloitusta ja haastattelun aikana. Haastattelun lopuksi on hyvä käydä läpi saatu materiaali ja tehdä havaintoja kysymysmuodoista, jotka olivat haastateltavalle joko haasteellisia tai erityisen hyviä. Myöhempää tulkintaa helpottaa, jos haastattelua tehdessä haastatteliija kirjaa huomioita haastateltavasta ja ympäristöstä. Haastattelun päätyttyä se tulee litteroida mahdollisimman nopeasti, kun se on vielä tuoreena mielessä. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 184–185).

Haastatteluaineiston luotettavuus riippuu sen laadusta. Haastatteluaineisto on luotettavaa, kun kaikkia haastateltavista on haastateltu, tallenteiden kuuluvuus on hyvälaatuista ja kun litterointi noudattaa samoja sääntöjä alussa ja lopussa. (Hirsjärvi–Hurme 2008, 185.)

## 6 KELIAAKIKON TOIVEITA JA ODOTUKSIA KAHVILAPALVELUILTA

### 6.1 Kysely kahviloiden keliakikko asiakkaille ja sen tavoite

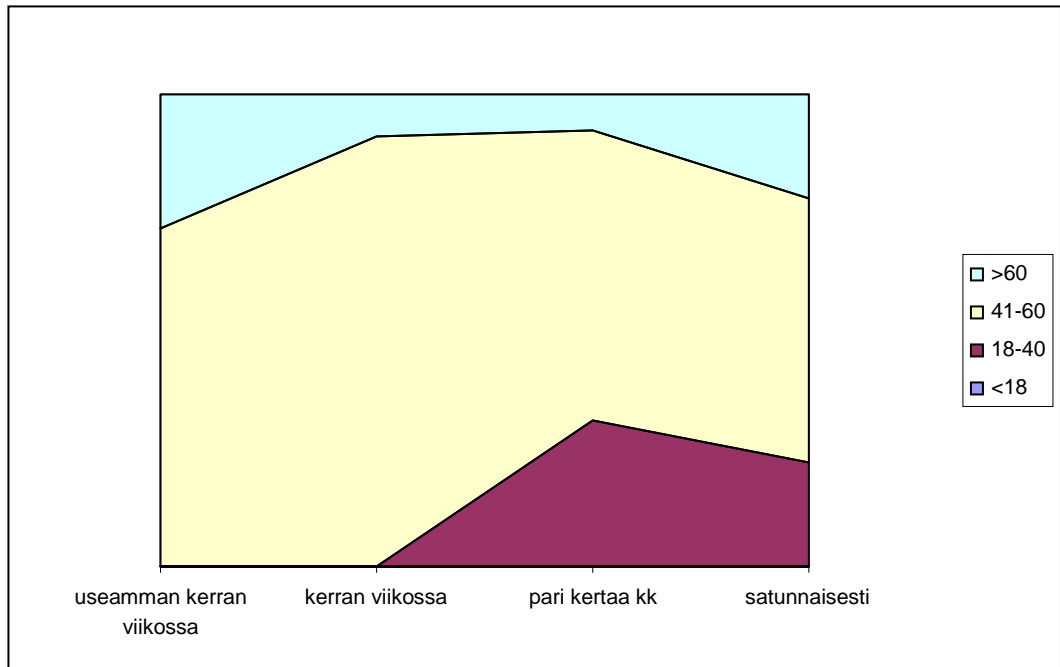
Opinnäytetyön kannalta oli tärkeää selvittää, mitä mieltä keliakikot ovat tämänhetkisestä gluteenittomien tuotteiden valikoimasta kahviloissa. Lisäksi haluttiin kartoittaa, kuinka usein keliakikot käyttävät kahvilapalveluita ja mitä mieltä he ovat saamastaan palvelusta. Jotta saadaan mahdollisimman hyvä perusjoukko ja otos, päätettiin suorittaa kysely kahviloissa. Kahviloita lähesyttiin sähköpostitse ja osassa käytiin paikanpäällä kysymässä, olisivatko he kiinnostuneita toteuttamaan kyselylomakkeen jakamisesta. Kesäkuussa 2010 jätettiin sata lomaketta yhteensä viiteen eri kahvilaan (20kpl/ä). Kahvilantyöntekijät lupautuivat jakamaan lomakkeita keliakia-asiakkaille. Täytetyt lomakkeet palautettiin suljetussa kirjekuoressa kahvilan työntekijöille. Kesän mittaan kerättiin useaan otteeseen täytettyjä lomakkeita. Kysely päätettiin lopettaa syyskuun 2010 loppuun mennessä, jotta päästiin jatkamaan työn tekemistä. Tuolloin vastauksia oli kertynyt 40 kappaletta sadasta.

Keliakia-asiakkaille suunnattu kyselylomake (Liite 1) alkoi saatekirjeellä, missä kerrottiin vastaajalle tutkimuksen perustiedot. Lomake koostui kuudesta eri osasta. Ensimmäiseksi luokiteltiin noudattaako vastaaja luontaisesti gluteenitonta vai gluteenitonta ruokavaliota. Suljetulla kysymyksellä selvitettiin vastaajien ikähaarukka sekä aktiivisuusasteikolla kuinka usein vastaaja käyttää kahvilapalveluita. Viisiportaisella Likertin-asteikolla mitattiin vastaajan mieltymystä gluteenittomien tuotteiden osa-alueisiin; makeiden ja suolaisten tuotteiden maku ja monipuolisuus, tuoreus ja ulkonäkö. Samalla menetelmällä tiedusteltiin vastaajan mieltymyksiä kahviloiden asiakaspalveluun. Lopuksi laitettiin avoinkysymys, johon vastaaja sai laittaa omia toiveita ja kehitysehdotuksia kahvilapalveluihin. (Vehkalahti 2008, 17-31.)

### 6.2 Kyselyn tulokset

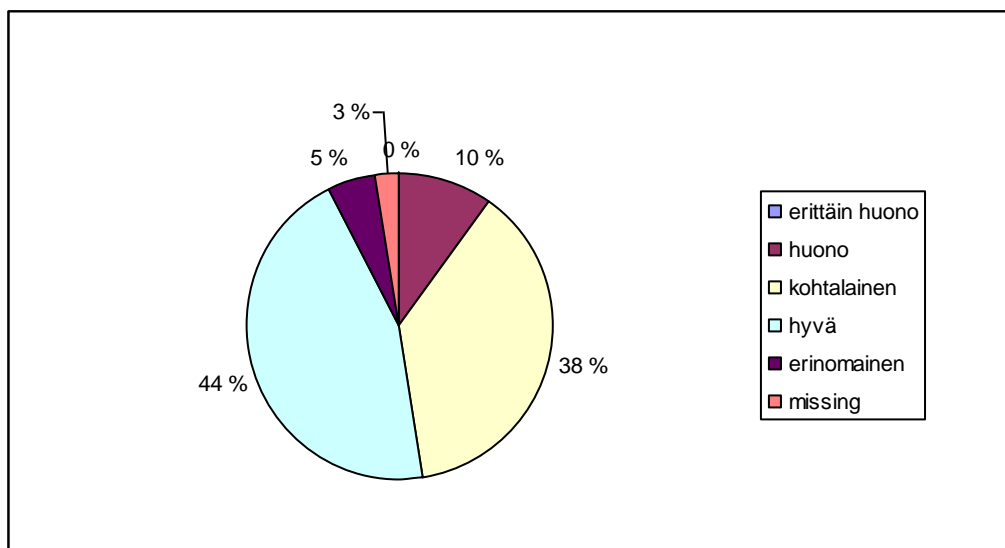
Kyselyyn vastanneista kolmannes noudatti luontaisesti gluteenitonta ruokavaliota kun taas gluteenitonta ruokavaliota noudatti kaksi kolmasosaa.

Ikäjakautuma painottui 41–60 vuotiaisiin, joita vastanneista oli 70 %. Vastanneista alle 18 -vuotiaita ei ollut yhtään, 18–40 -vuotiaita oli 15 % ja yli 60 -vuotiaita oli loput 15 %.

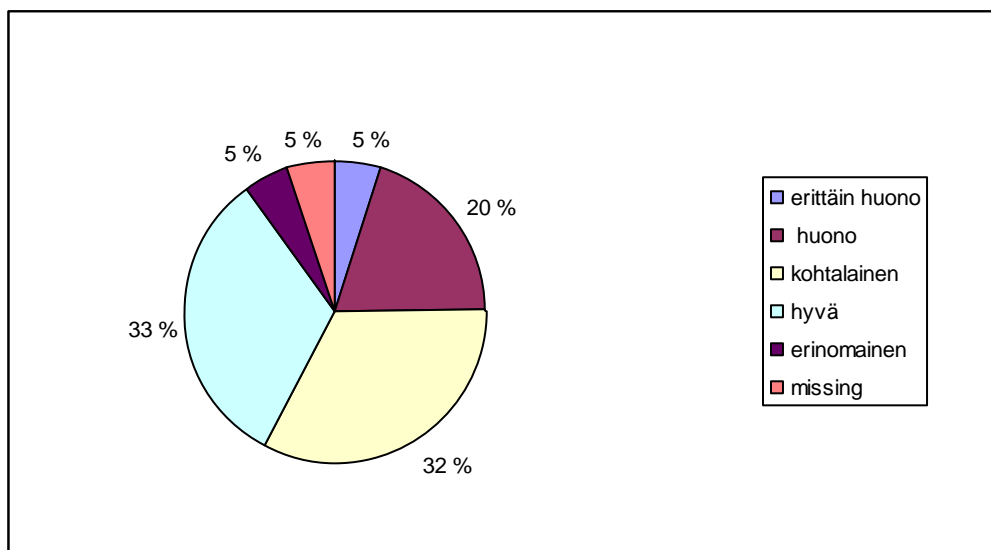


Kuvio 1. Kahvilapalveluiden käytön ja iän jakauma

Enemmistö vastaajista koki, että makeiden (45 %) ja suolaisten (53 %) tuotteiden maku oli kohtalainen. Makeiden tuotteiden monipuolisuus oli enemmistön mielestä huono (35 %) tai kohtalainen (35 %) kun taas suolaisten tuotteiden monipuolisuus arvioitiin huonoksi (45 %). Gluteenittomien tuotteiden tuoreus on enemmistön mielestä kohtalainen (33 %) tai hyvä (33 %) ja ulkonäkö hyvä (45 %).

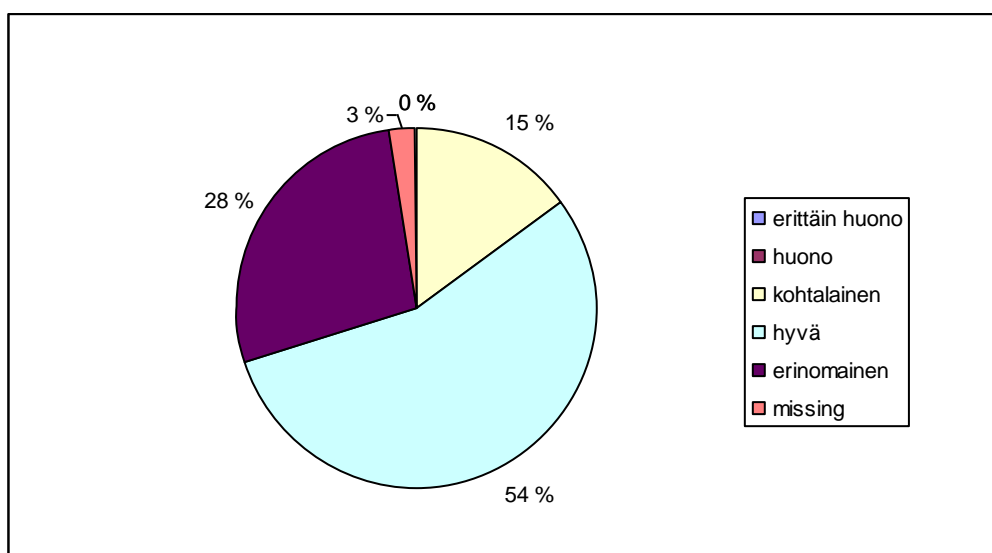


Kuvio 2. Tuotteiden ulkonäkö

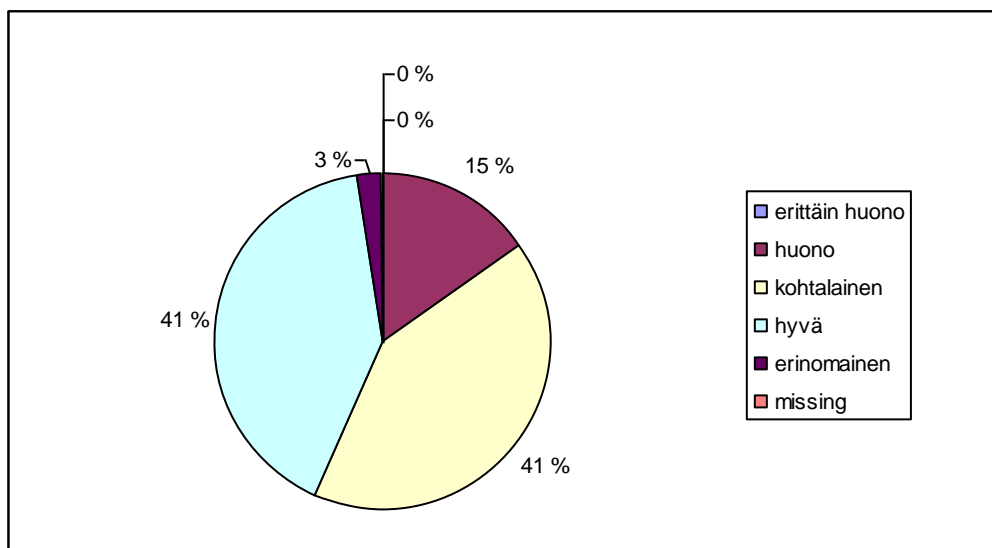


Kuvio 3. Tuotevalikoiman tuoreus

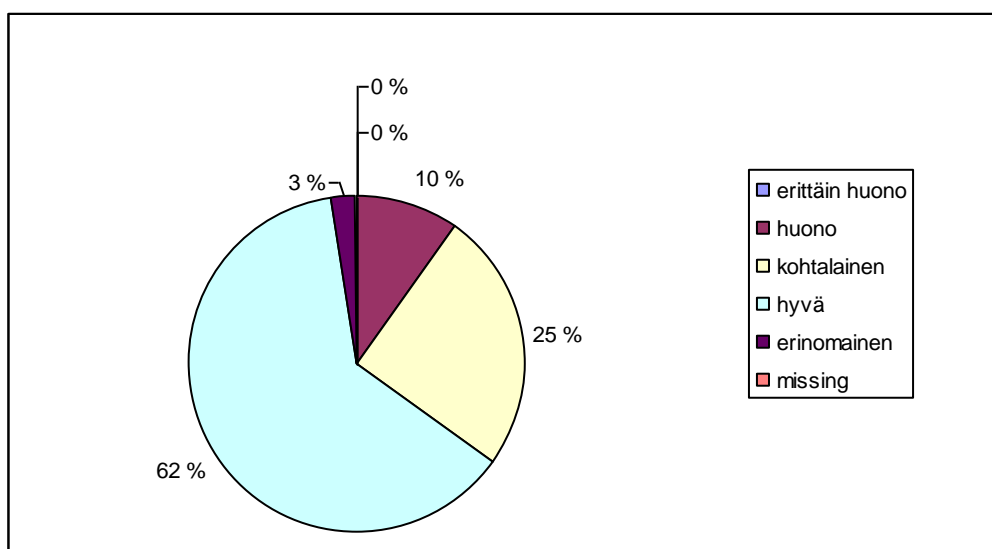
Kahviloiden asiakaspalvelu koettiin keskimäärin hyväksi. Työntekijöiden gluteenittomien tuotteiden tuntemuksen enemmistö arvioi kohtalaiseksi (40 %) tai hyväksi (40 %). Hygieniäkysymys, asiakkaan luottamuksesta tuotteiden gluteenittomuuteen, koettiin hyvänä (63 %) tai kohtalaisena (25 %). Asiakaspalvelu sai hyvät arvostelut, enemmistön mielestä asiakaspalvelu koettiin hyvänä (55 %) tai jopa erinomaisena (28 %).



Kuvio 4. Asiakkaiden kokema palvelu



Kuvio 5. Työntekijöiden gluteenittomien tuotteiden tuntemus



Kuvio 6. Asiakkaiden luottamus tuotteiden gluteenittomuuteen

Avoimesta kysymyksestä saatiin paljon vastanneiden toiveita ja kehitysehdotuksia. Muutamat asiat toistuivat useassa lomakkeessa kuten tuotteiden valikoima, esillepano ja tuoreus. Tuotteiden hinta-laatusuhdetta kritisoiitiin sekä tuotteiden kokoa pidettiin liian pienenä. Ohessa on muutama ote avoimen kysymyksen vastauksista.

“Kaikkien kahvila ja ruokapaikkojen pitäisi tietää gluteenittomista tuotteista. Tuotteita ei saa myydä gluteenittomana ellei ole 100 % varma, että tuote on gluteeniton. Selkeästi esille lista, mistä käy ilmi tuotteet, joita voi syödä.”

“Toivoisin, että olisi oma hyllykkö/lasikko tuotteille. Toivoisin enemmän tuotteita, ei haittaa vaikka on pakastimessa, mutta yksi ainakin lajeista esillä.”

“Yleensä lähes kaikki pakasteesta. Toivottavasti tulevaisuudessa enemmän tuoreena. Enemmän panostusta suolaisiin tuotteisiin ja suolasten tuotteiden kokoon (hintaan nähden) pasteijat minimaalisen kokoisia.”

“Gluteenittomista tuotteista voisi olla lista kassalla, vaikka tuotteet eivät näkösällä olekaan (esim. pakasteet).”

### 6.3 Analysointi

Kyselylomake oli kokonaisuudessaan laadittu onnistuneesti, saimme tarvittavat tiedot, joten validiteetti eli mitataanko sitä, mitä piti ja reliabiliteetti eli mitauksen tarkkuus olivat kohdallaan (Vehkalahti 2008, 41). Saavutimme juuri oikean otantajoukon vaivattomasti, koska toteutimme kyselyn kahviloissa. Kahvilan henkilökunta jakoi lomakkeita ainoastaan asiakkaille, jotka ilmoittivat noudattavansa gluteenitonta ruokavaliota ostotilanteessa tai ostivat gluteenittomia tuotteita. Otosmäärä jäi kuitenkin valitettavan pieneksi. Kyselyyn vastausaika kesti neljä kuukautta ja tuona aikana saatiin 40 täytettyä lomaketta sadasta. Vastauksista enemmistö kerättiin alkukesästä, jolloin kahvilan henkilökunta jakoi niitä innostuneesti. Loppukesästä vastauksien saanti tyrehtyi lähes kokonaan ja osa henkilökunnasta oli tietämättömiä kyselyn toteutuksesta. Kyselyitä olisi pitänyt jakaa useampaan kahvilaan, jolloin lomakkeiden jakaminen olisi tapahtunut nopeasti ja kahvilakohtainen vastuu olisi ollut pienempi.

Suurin osa vastanneista noudatti gluteenitonta ruokavaliota mutta luontaista ruokavaliota noudattaviakin oli. Kahviloiden kannattaa valmistaa tuotteensa luontaisesti gluteenittomina, tällöin samoja tuotteita pystyy nauttimaan useampi. Kahvilapalveluita keliakia asiakkaista käyttää eniten keski-ikäiset ja sitä vanhemmat. Lähes puolet (45 %) vastanneista olivat yli 41 -vuotiaita ja käyttivät kahvilapalveluita kerran viikossa tai useammin. Nuoremman väestön puuttuminen saattaa johtua siitä, että heillä ei ole ollut aikaa vastata kyselyyn kun taas keski-ikäisillä ja eläkeläisillä saattaa olla enemmän aikaa. Kahvilan työntekijöiltä ei kysytty, miten myönteellisiä keliakikot olivat täyttämään kyselyn ja kuinka moni kieltäytyi.

Gluteenittomien tuotteiden makua pidettiin kohtalaisena mutta monipuolisuudesta oltiin erimieltä. Etenkin suolaisten tuotteiden monipuolisuus ei tyydytä asiakkaita, se käy ilmi asteikkokysymyksessä sekä avoimessa kohdassa. Suolaisten tuotteiden kysyntä on lisääntynyt kaikkien asiakkaiden keskuudessa, myös keliakikoista yhä useampi valitsee makean sijaan suolaisen. Tuotteiden tuoreus saa tyydyttävää arviointia. Avoimessa kohdassa moni vastaajista on toivonut enemmän tuoretuotteita esille vitriiniin tai edes listaa myytävistä tuotteista. Gluteenittomat tuotteet säilyvät huonommin kuin vehnäleivonnaiset ja kysyntä on paikoin vähäistä, joten kannattavuuden vuoksi moni joutuu säilyttämään tuotteita pakasteessa. Ulkonäköön ollaan suurelta osin tyytyväisiä, leipomoala on kehittynyt gluteenittomien tuotteiden valmistamisessa ja ulkonäöstä on saatu hyvä pieniä apukeinoja käyttäen.

Yli puolet vastanneista pitää työntekijöiden tietämystä gluteenittomista tuotteista kohtalaisena tai huonona, luottamusta tuotteiden gluteenittomuuteen pidetään parempana. Kahviloissa käytetään paljon ekstrapyyövoimaa, jolloin työntekijöiden tuotetietous heikkenee. Ollaan epävarmoja tuotteen gluteenittomuudesta ja kysytään muilta työntekijöiltä apua. Asiakas aistii heti myyjän epävarmuuden. Kyselyn mukaan asiakaspalvelu koetaan hyvänä. Henkilökunta on valmis auttamaan ja palvelemaan erityisruokavalioasiakasta ja hän saa usein enemmän huomiota osakseen kuin muut asiakkaat. Avoimissa kysymyksissä eräs vastaajista mainitsi, ettei keliakiasta saisi "kailottaa" muiden asiakkaiden kuullen. Erityisruokavalioasiakas haluaa olla asiakas siinä missä muutkin ja kokee olonsa vaivautuneeksi, kun aina täytyy kysyä.

## 7 KAHVILOIDEN TUOTEVALIKOIMAN HAVAINNOINTI

### 7.1 Havainnointi ja sen tavoite

Haluttiin saada selville minkälainen tuotevalikoima keliaakikkoasiakkaille, on tällä hetkellä tarjolla Oulun keskustan kahviloissa. Ratkaisukeinona tutkimusongelmalle valittiin havainnointi. Havainnointi on hyvä keino saada selville kahviloiden tuotevalikoiman tämänhetkinen tilanne. Havainnoinnin avulla pystytään selvittämään ajankohtainen ja totuudenmukainen tilanne kahvilatuotteiden osalta. Kahvilatuotteiden havainnointi tuo hyvän täsmennyksen kahvilatyöntekijöiden haastatteluihin, sillä havainnointi kertoo totuuden ilman tilanteen suurentelua tai vähättelyä. Havainnoinnin tavoitteena oli selvittää Oulun keskustan kahviloiden gluteeniton tuotevalikoima tuotteiden monipuolisuuden, tuoreuden, ulkonäön, hinnan, turvallisuuden, esillepanon sekä valmistajan kautta. Lisäksi vertailtiin eri kahviloiden tuotevalikoimia keskenään, kahviloiden nimiä paljastamatta.



Kuva 1. Gluteenittomia pakasteleivonnaisia





Kuva 2. Gluteenittomia leivonnaisia kahvilassa

## 7.2 Toteutus

Tuotevalikoimien havainnointi tapahtui yhteensä kolmessatoista Oulun keskustan kahvilassa ajalla 16.–22.11.2010. Ennen havainnointia laadittiin havainnointilomake (Liite 2). Havainnointilomakkeeseen merkittiin havainnointi päivämäärä ja havainnoitava kohde, eli kunkin kahvilan nimi. Sen jälkeen lomakkeessa on avoin kohta, johon kerrottiin kuinka gluteenittomat tuotteet olivat esillä kahvilassa. Tämän jälkeen lomakkeessa olevaan ruudukkoon lisättiin kaikki gluteenittomat kahvilatuotteet, niin suolaiset kuin makeatkin kahvileivät, jotka sillä hetkellä valikoimasta löytyivät. Jokaista tuotetta arvioitiin erikseen ulkonäön, saavutettavuuden, koon, valmistajan mukaan. Huomiota kiinnitettiin myös tuotteen turvallisuuteen ja hygieniaan sekä oliko tuote tuoreena vai pakastettuna, esillä vitriinissä vai varastoituna muualla. Lomakkeen lopussa oli vielä kohta, jossa kysyttiin halukkuutta myöhemmin järjestettävään kahvilatyöntekijän teemahaastatteluun ja yhteystiedot.

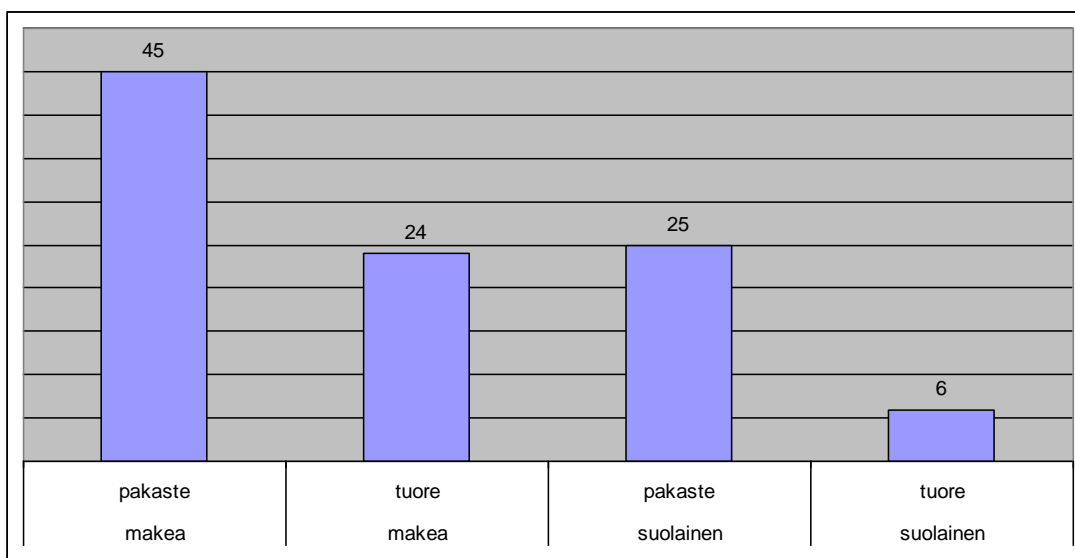
Kahviloiden tuotevalikoimien havainnoinnit tapahtuivat kaikki samalla tyylillä. Kahvilaan saavuttaessa tarkastettiin yleisesti tuotevalikoima ja oliko mahdollisesti gluteenittomia tuotteita esillä vitriinissä tai oliko niistä ylipäänsä mitään

mainintaa, kuten listaa kaikista gluteenittomista tuotteista tai kyltti, jossa kerrotaan, että kahvilasta löytyy myös gluteenittomia tuotteita ja niistä voi kysyä kassalta. Yleissilmäyksen jälkeen esittelimme itsemme kahvilatyöntekijälle ja kerroimme tekevämme opinnäytetyötä, jonka vuoksi teimme havainnoiteja Oulun keskustan kahviloiden gluteenittomasta tuotevalikoimasta. Pyysimme kahvilatyöntekijää esittelemään sen hetkinen gluteeniton tuotevalikoima ja jos mahdollista halusimme myös nähdä tuotteet, jotta pystyimme arviomaan niiden kokoa ja ulkonäköä. Kaikissa kahviloissa ei näytetty pakasteissa olevia tuotteita, vaan vedottiin kiireeseen tai pakkasten sijaitsevan kellarikerroksessa. Kysyimme työntekijältä myös tuotteiden alkuperää ja hintaa. Suurimassa osassa kahviloista alkuperä oli selvillä, mutta osassa työntekijä ei osannut siitä kertoa. Tuotevalikoimassa keskityimme havainnoimaan pelkästään kahvilan syötäviä tuotteita. Jätimme havainnoinnista pois mahdolliset lounaat sekä juomatuotteet.

Kaikki kahvilan tuotevalikoimaa koskeva tieto kirjattiin ylös havainnointilomakkeisiin. Havainnointien jälkeen lomakkeet luettiin läpi ja syötettiin tietoja Excel-taulukon. Taulukoiden avulla vertailtiin tietoja ja saatiin tarvittavia tuloksia tutkimusongelmaan.

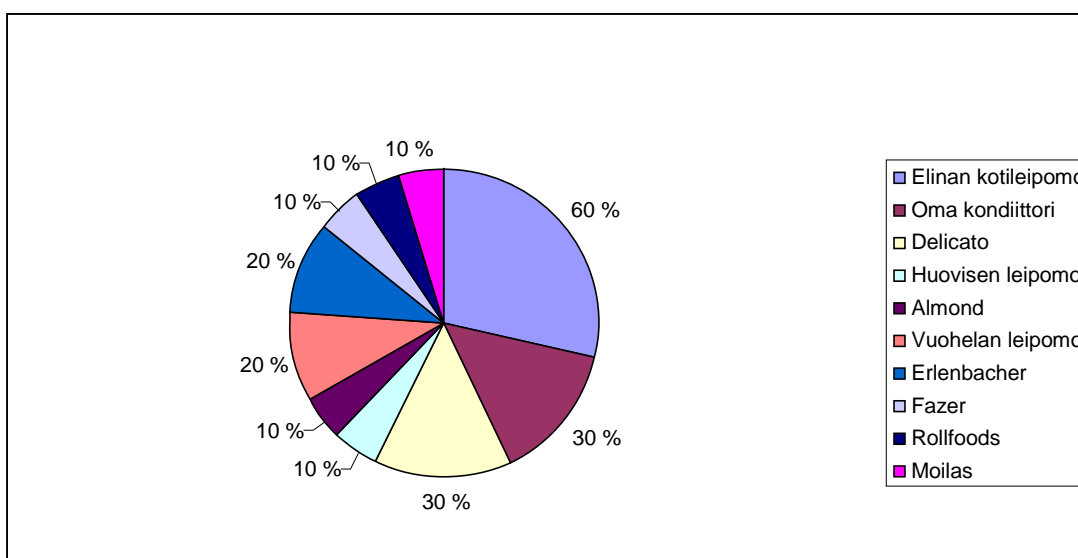
### **7.3 Tulokset**

Havainnoimme yhteensä kolmeatoista Oulun keskustan kahvilaa. Kahviloista löytyi yhteensä sata gluteenitonta tuotetta. Tuosta sadasta gluteenittomasta tuotteesta 69 oli makeita ja 31 suolaisia. Makeista tuotteista pakasteita oli 65 % ja vain 35 % oli tuoreita. Suolaisista tuotteista pakasteita oli jopa 81 % kun taas tuoreita vain 19 %. Useassa kahvilassa oli tarjolla saman valmistajan samoja tuotteita.



Kuvio 7. Tuore- ja pakastetuotteiden jakautuminen

Ehdottomasti suosituin valmistaja, jolta gluteenittomat tuotteet oli kahviloihin tilattu, oli Elinan kotileipomo. Kuusi kahvilaa kolmestatoista tilasi makeita tuotteita Elinan kotileipomosta ja kolme kahvilaa kolmestatoista tilasi suolaisia tuotteita Elinan kotileipomosta. Nuo kolme kahvilaa ovat niiden kuuden joukossa, jotka tilasivat myös makeita tuotteita. Seuraavaksi eniten kahviloiden tuotteita valmisti kahvilan oma kondiittori. Kolmessa kahvilassa oma kondiittori valmisti makeita tuotteita ja kahdessa niistä kahviloista myös suolaisia tuotteita. Kuitenkin oman kondiittorin tuotteiden lisäksi kahvilat tilasivat gluteenittomia tuotteita myös muilta valmistajilta. Kolmanneksi suosituimmaksi valmistajaksi nousi ruotsalainen Delicato, josta kolme kahvilaa tilasi makeat tuotteensa. Suolaisia tuotteita ei kuitenkaan yksikään kahvila tilannut kyseiseltä valmistajalta. Neljäntenä valmistajana oli Huovisen leipomo, josta kaksi kahvilaa tilasi sekä makeita että suolaisia tuotteita. Makeita tuotteita tilattiin lisäksi Almondilta, Vuohelan leipomolta, Erlenbacherilta, Fazerilta, Rollfoodsilta sekä eräältä saksalaiselta valmistajalta. Suolaisia tuotteita tilattiin Rollfoodsilta sekä Moilakselta. Kolmestatoista kahvilasta kuusi tilasi makeita tuotteita enemmän kuin yhdeltä valmistajalta ja kaksi kahvilaa tilasi suolaisia tuotteita enemmän kuin yhdeltä valmistajalta. Parhaimmillaan yksi kahvila tilasi tuotteensa neljältä eri valmistajalta. Osa kahviloiden työntekijöistä ei osannut kertoa tuotteidensa alkuperää.



Kuvio 8. Gluteenittomien tuotteiden alkuperä Oulun keskustan kahviloissa

Lista gluteenittomista tuotteista oli esillä vain kolmessa kahvilassa ja lopuissa kymmenessä kahvilassa gluteenittomista tuotteista joutui kysymään erikseen.

#### 7.4 Analysointi

Havainnoinnin avulla saadut tulokset kertovat kahviloiden tuotevalikoimista ja niiden epätasapainosta esimerkiksi makeiden ja suolaisten tuotteiden osalta. Makeita tuotteita on selkeästi enemmän tarjolla kahviloissa kuin suolaisia. Tulos on yhteydessä jo aiemmin tehdyn keliakikoiden kyselytutkimuksen vastausten kanssa, jossa ilmeni, että suolaisia tuotteita löytyy kahviloista niukasti vaikka kysyntää olisi. Näin ollen tarjonta ei vastaa kysyntää.

Makeiden tuotteiden monipuolisuus yllätti, kun makeita gluteenittomia tuotteita on tarjolla jopa 44 eri sorttia. Havainnointitulosta verratessa keliakikoille suoritettuun lomakekyselyyn osoittaa, että keliakikko asiakkailla ei ole riittävästi tietoa kahviloiden gluteenittomien tuotteiden tarjonnasta. Monissa lomakekyselyiden vastauksissa mainittiin viinereiden kokonaan puuttuminen tuotevalikoimista, mutta todellisuudessa neljästä havainnoimastamme kahvilan tuotevalikoimasta löytyy viineri.

Riittämätön tieto gluteenittomista tuotteista johtuu varmasti osaksi siitä, ettei suurimmalla osalla kahviloista ollut minkäänlaista listaa gluteenittomista tuotteista eikä kylttiä, jossa kerrotaisiin gluteenittomien tuotteiden olemassaolosta. Listan tekeminen ei vie paljon resursseja kahvilalta ja varmasti helpottaa

sekä asiakkaiden että työntekijöiden toimimista. Havainnointimme perusteella monet työntekijät eivät olleet perillä gluteenittomista tuotteista, vaan joutuivat kysymään esimieheltä tai työkaverilta apua gluteenittomien tuotteiden esittelyyn. Asiakkaiden näkyvillä oleva lista gluteenittomista tuotteista näin ollen voisi helpottaa myös kahvilan työntekijöiden muistamista ja tietämystä tuotteista. Tuotelista parantaisi myös asiakkaiden tasalaatuista palvelua, sillä työntekijä tietää ja muistaa listaa apuna käyttäen kaikki gluteenittomat tuotteet eikä osaa tuotteista unohdeta kertoa asiakkaalle.

Gluteenittomien tuotteiden tuotelistan puuttuminen saattaa johtua siitä, että osassa kahviloista tuotteet vaihtelevat päivittäin ja aina ei ole tarjolla samoja tuotteita. Tästä syystä listaa on hankala pitää ajan tasalla. Kuitenkin sekä asiakkaan että työntekijän edun kannalta, edes osasta gluteenittomista tuotteista olisi hyvä olla olemassa lista, joka antaa osviittaa tarjonnasta.

Havainnoidessamme kahviloissa useat työntekijät kertoivat tuotevalikoimaa esitellessä, että tuotteet saattavat vaihdella päivittäin. Tämä on hyvä asia valikoiman monipuolisuuden kannalta. Keliakikkoasiakkaatkin saavat vaihtelua kahvilassa käynteihin. Toisaalta asiakkaat saattavat kaivata edellisellä kerralla syömäänsä tuotetta, jota ei toisena päivänä valikoimasta löydy.

Suurin osa kahviloista tarjoaa gluteenittomassa valikoimassaan Elinan kotileipomon tuotteita, joten näissä kahviloissa tuotteet olivat kaikki lähes samoja, eikä vaihtelua liiemmin ollut. Kuitenkin kolmessa kahvilassa oli oman kondiittorin valmistamia gluteenittomia tuotteita. Tämä tuo kahvilalle kilpailuetua ja erottuvuutta massasta. Kyseisissä kahviloissa tuotteita oli myös keskimääräistä enemmän tarjolla tuoreena.

Hygienia ja turvallisuus ei kaikkien kahviloiden osalta ollut havainnointimme perusteella täysin taattua. Gluteenittomat tuoretuotteet olivat usein esillä samassa vitriinissä vierekkäin gluteenia sisältävien tuotteiden kanssa ilman minkäänlaista suojaa. Ristikontaminaatio on siis melko todennäköistä. Huomasimme myös, että osassa kahviloista käytettiin samoja ottimia sekä gluteenittomien että gluteenia sisältävien tuotteiden nosteluun. Tuotteiden val-

mistukseen liittyvää hygieniaa ja turvallisuutta emme tässä tutkimuksessa havainnoineet.

Osassa kahviloista saimme nähdä gluteenittomat tuotteet, vaikka ne olisivat olleet pakasteessa. Näissä paikoissa pystyimme arvioimaan tuotteiden ulkonäköä ja kokoa sekä verrata niitä vastaaviin gluteenia sisältäviin tuotteisiin. Monessa paikassa gluteenittomat tuotteet olivat huomattavasti pienempiä, ulkonäöltään tuotteet kuitenkin vastasivat vastaavia gluteenia sisältäviä tuotteita. Hinta oli osassa kahviloista kokoon nähden kohtuuton. Etenkin kahviloissa, joissa oli oma kondiittori, hinta-laatu suhde oli kohdillaan ja tuotteiden koko vastasi gluteenia sisältävien tuotteiden kokoa.

Monessa kahvilassa oli esimies paikalla tai hänet pyydettiin takahuoneesta esittelemään gluteenittomia tuotteita. Saimme sellaisen vaikutuksen, että jokaisen työntekijän keliakiatuntemus ei ollut vahvalla pohjalla ja tuotteiden esittelyssä koettiin epäröintiä ja epävarmuutta. Olisi tärkeää, että jokaisella kahvilantyöntekijällä on perusvalmiudet keliakikkoasiakkaan vieraillessa kahvilassa, jotta asiakas saa aina tietävää ja turvallista palvelua.

Joissakin kahviloissa huomasimme havainnointimme tuottavan epävarmuutta ja epähalukkuutta yhteistyöhön työntekijässä. Esimerkiksi yhdessä kahvilassa työntekijä kertoi gluteenittomista tuotteista epävarmaan sävyyn eikä suostunut kertomaan gluteenittomien tuotteiden hintoja. Toisessa kahvilassa taas asiakaspalvelija ei osannut erikseen kertoa mitä gluteenittomia tuotteita kahvilasta löytyi. Hän vain sanoi, että pakasteessa on muutamia makeita tuotteita, eikä halunnut niitä esitellä meille sen tarkemmin.

## 8 KAHVILATYÖNTEKIJÖIDEN TIETOISUUDEN KARTOITUS

### 8.1 Teemahaastattelu kahviloiden työntekijöille

Järjestimme Oulun keskustassa 7.12.2010 teemahaastattelut viidelle eri kahvilan työntekijälle. Halusimme saada tietää, kuinka paljon kahvilatyöntekijät tietävät keliakiasta ja gluteenittomista tuotteista. Valitsimme tiedonkeruun menetelmäksi teemahaastattelun, sillä teemahaastattelussa tutkimusongelmasta poimitaan keskeiset aiheet, jotka ovat tarvittavien tulosten kannalta välttämättömiä. Teemahaastattelu lienee yleisin tutkimushaastattelun muoto ja sen tavoitteena on, että haastateltava antaa oman kuvauksensa teema-alueista. (Vilkkä 2005, 101–102.) Teemahaastattelujen avulla saimme tutkimuksemme kannalta tarvittavat vastaukset haastateltavilta, sillä teemahaastattelu antaa mahdollisuuden haastatella vapaammin tiettyjen teemojen tai aiheiden pohjalta ilman että haastattelusta tulee liian strukturoitua. Teemahaastattelun kysymykset (Liite 3) mietimme ja jalostimme jo aikaisemmin järjestettyjen kyselytutkimuksien sekä havainnointien tulosten pohjalta. Kahvilat, joissa haastattelut suoritettiin, jäivät nimettömiksi eettisyyden vuoksi.

Haastateltavat edustavat monipuolista joukkoa, sillä yksi heistä oli työskennellyt kahvila-alalla vasta kaksi kuukautta kun taas yhdellä oli kokemusta jo kolmenkymmenen vuoden ajalta. Lisäksi osa haastateltavista toimi esimiestehtävissä kun taas osa tavallisena työntekijänä. Haastateltaville oli joko kaksikymmentä tai kaksikymmentäviisi kysymystä riippuen siitä oliko haastateltava esimiestehtävissä vai ei. Kahvilan esimiehille oli viisi kysymystä enemmän. Haastattelun teemat käsittelivät haastateltavan taustatietoja, yleistä keliakiatietoutta, hygieniatietoutta sekä asiakaspalvelutaitoja. Esimiehelle osoitetut kysymykset lisäksi käsittelivät omavalvontaa sekä tuotevalikoimaa ja tuotekehitystä.

Haastateltavat kahvilatyöntekijät valittiin sen perusteella, missä kahviloissa oli sillä hetkellä aikaa vastata kysymyksiin. Haastattelut järjestettiin paikalla kahviloissa työntekijälle, joka sillä hetkellä sattui olemaan työvuorossa. Nauhoitimme haastattelut kannettavassa tietokoneessa olevalle nauhurille. Paransimme äänenlaatua puhumalla erilliseen mikrofoniin. Annoimme haastateltavan muutaman minuutin ajan ennen haastattelun alkua tutustua hänelle esitettäviin kysymyksiin. Sen jälkeen aloitimme haastattelun esittämällä

vuorotellen valmiiksi mietityt kysymykset työntekijälle. Osassa kahviloista oli vain yksi työntekijä töissä, joten jouduimme välillä pitämään taukoa haastattelussa, kun kahvilaan tuli asiakkaita ja työntekijä meni heitä palvelemaan. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut haastatteluun muuten kuin ajallisesti. Aina kun jouduimme pitämään taukoa, katkaisimme nauhoitteen ja aloitimme uuden kun se oli taas mahdollista. Haastattelut kestivät viidestä minuutista reiluun kahdeksaan minuuttiin.

Haastattelujen litteroinnin suoritimme heti seuraavana päivänä, sillä litterointi on tärkeää suorittaa mahdollisimman pian haastattelusta, jotta se olisi mahdollisimman luotettava (Hirsjärvi–Hurme 2008, 185). Litterointi sujui helposti ja ongelmitta, sillä äänenlaatu oli jokaisessa nauhoituksessa hyvä ja selkeä.

## **8.2 Haastattelun tulokset**

Tulokset koostuvat viidestä haastattelusta eri kahvilan työntekijöille. Vastaajien työkokemus kahvila-alalta vaihteli muutamasta kuukaudesta kolmeenkymmeneen vuoteen. Haastateltavista neljällä oli marata-alan koulutustausta ja yhdellä oli alasta täysin poikkeava koulutus.

Kun kysyttiin, mikä on käsitys keliakiasta ja mitä se tarkoittaa, ainoastaan yksi osasi yhdistää sen sairauteen, muutama yhdisti sen ruoansulatusongelmiin tai allergiaan.

“Se on sitä, käsitykseni on, että suomalaisessa ruoassa on semmoinen, näitä vehnää, että tämmöiset keliakikot ne ei pysty, niiden suolisto ei pysty niinku sitä ruokaa möyhentää ja mitenkä se nyt on. Mä en osaa sanoa sitä oikee kunnolla.”

Kaikki tiesivät, että keliakikko ei voi käyttää ravinnokseen viljatuotteita, mutta osa haastateltavista ei osannut nimetä kyseisiä viljatuotteita. Kolme viidestä mainitsivat kolme viljaa, jotka ovat ehdottomasti kiellettyjä; vehnä, ohra ja ruis. Yksi vastanneista oli epävarma kauran soveltuvuudesta. Kaksi vastanneista antoi hyvin epäselvän vastauksen keliakikolle soveltuvista raaka-aineista, kuten esimerkiksi leipätuotteet ja jauhot olisivat kiellettyjä.

“Käsittääkseni siinä ei saa olla vehnää, eikä mitään jauhoja.”



Haastateltavat mainitsivat vatsavaivat, väsymyksen ja ruoansulatusongelmat keliakikron oireiksi, kun suositeltavaa ruokavaliota ei noudateta.

Gluteenittomien tuotteiden turvallisuuteen liittyviin kysymyksiin saimme asianmukaisia vastauksia lähes joka haastattelussa. Tuotteiden esillepanossa ja tarjoilussa huolehditaan, että tuotteet eivät pääse kosketuksiin muiden tuotteiden kanssa, joko säilyttämällä niitä omassa pakasteessa tai omalla hyllyllä, jos tilat antavat periksi. Moni haastateltavista mainitsi käyttävänsä eri ottimia gluteenittomien tuotteiden kohdalla.

“Meillä on ihan erillinen pakastin gluteenittomille tuotteille ja ne on pakattu pusseihin mitkä on tuottaja leipomo, mistä ne tulee, ni ne on pakannut pusseihin ja pussi avataan omilla saksilla laitetaan lautaselle ja jos käytetään pihtejä niin omilla pihdeillä eli näin se ei pääse sekaantumaan muihin tuotteisiin.”

Gluteenittomien tuotteiden esillepanossa oli paljon eroja. Kaksi haastateltavaa mainitsi kaikkien tuotteiden olevan pakasteessa, ja että asiakkaan täytyy itse kysyä, mitä gluteenittomia tuotteita on tarjolla. Kolmessa paikassa tuore tuotteet olivat esillä vitriinissä; omalla hyllyllä, tilanpuutteesta johtuen samassa vitriinissä kuin muutkin tuotteet tai tuotteiden omissa laatikoissaan. Lähes joka paikassa suolaiset tuotteet olivat pakasteessa eikä niistä ollut erikseen mainintaa.

“No ei oikeestaan mitenkään että asiakkaan vaan pittää sitte kysyä että mitä gluteenittomia tuotteita löytyy että me sitte kerrotaan että mitä sieltä pakastimesta löytyy.”

“Meillä on vitriinissä tuoreita kakkuja ja sitten meillä on suolaiset gluteenittomat tuotteet pakastimessa omissa laatikoissaan. Laitetaan esille sitten kun asiakas tilaa.”

Asiakaspalveluun liittyen kysyimme, osaavatko kaikki työntekijät esitellä gluteenittomat tuotteet asiantuntevasti. Kysymykseen tuli hyvin yksiselitteinen vastaus, lähes kaikki uskoivat, että jokainen työntekijä osaa esitellä gluteenittomat tuotteet kahvilassaan.

“Kyllä osaa ainaki suurimman osan nuista tuotteista mitä on, mutta meilläki kehittyi niin paljon ja tulee kokoajan uusia tuotteita ja erilaisia.”

Kolme viidestä paikasta ei käytä tai käyttävät hyvin harvoin ekstraratyoivoimaa kahvilassaan. Kaksi paikkaa mainitsi käyttävän paljonkin, mutta he myös kertoivat ekstraratyontekijöiden gluteenittomien tuotteiden tietämyksestä pidettävän huolta.

“No jos on ekstraajia niin ne on lähinnä tämmösiä nuoria koulu-laisia tai tetteläisiä ja niitä ei perehdytetä ollenkaan. Jos tulee keliakikko niin hän ohjaa sitten meille ja me taas myydään niitä tuotteita.”

Haastattelussa kysyimme, onko ratyontekijöille pidetty minkäänlaista koulutusta keliakiasta. Yhdessäkään kahvilassa ei ole järjestetty minkäänlaista koulutusta, mutta kolme vastaajista oli halukkaita saamaan lisää tietoutta liittyen keliakiaan sekä parantamaan omaa yleistietoutta sairaudesta ja gluteenittomista tuotteista. Kaksi vastaajaa koki, että he eivät tarvitse lisää tietoa keliakiasta tai he ottavat itse selvää, jos jokin on epäselvää.

“En usko että tässä meidän toimipisteessä tarvitaan, koska meillä ei varsinaisesti ruokaa valmisteta jolloin tämmöisen tietoisuuden taso ja vaatimustaso ei ole niin suuri kuin ravintoloissa ja kahviloissa joissa on valmistuskeittiö.”

Haastateltavat kokivat yksimielisesti, että kahvilantatyontekijöiden asenteet ovat hyvät keliakikkoja kohtaan. Moni mainitsi, että keliakikot ovat asiakkaita siinä missä muutkin. Yksi mainitsi, että joskus on hankala löytää sopivaa tuotetta keliakikolle, kun heillä on usein muitakin erityisruokavalioita noudatettavana. Kaikki haastateltavat olivat myös yksimielisiä siitä, että keliakia-asiakkaan huomioiminen on kahvilassa tärkeää, koska keliakia yleistyy koko ajan. Hyvä erityisruokavalikoima tuo muitakin asiakkaita. Kahvilat pyrkivät huomioimaan parhaansa mukaan sekä keliakia-asiakkaat että myös muut ruoka-allergikot. Lähes jokainen haastateltava mainitsi, että törmää keliakia-asiakkaaseen päivittäin. Tuotteiden menekki vaihtelee paikoittain. Kahdessa paikassa gluteenittomia tuotteita myydään kaikille asiakkaille, esimerkiksi talon suklaakakku on valmistettu gluteenittomasti.

Tiedustelimme haastateltavilta heidän omaa mielipidettä kahvilan gluteenittomien tuotteiden tarjonnasta ja siitä miten tuotteiden turvallisuudesta huolehditaan. Kaksi kolmesta kuvasi valikoimaa suppeaksi ja nihkeäksi kun taas muut pitivät tilannetta parempana. Yksi piti valikoimaa kohtuullisena. Eräs luonnehti valikoimaa erinomaiseksi, koska heillä on oma leipuri, joka valmistaa yksilöllisiä tuotteita. Yksi paikka kertoi esittäneensä leipomolle omia toivomuksia gluteenittomien tuotteiden kohdalta, jotta tuotteet sopisivat paremmin heidän tuotekonseptiin. Jokainen haastateltava piti oman kahvilansa gluteenittomien tuotteiden turvallisuutta hyvänä. Tuotteet pyritään pitämään erillään koko matkan ajan tuottajalta – asiakkaalle. Eräs paikka uskoi, että turvallisuus on hyvä, koska asiakkaat eivät ole antaneet mitään negatiivista palautetta koskien tuotteiden turvallisuutta.

“En ole ainakaan saanut asiakkailta mitään palautetta, että olisi tällaisia ongelmia syntynyt, koska yleensä nämä ihmiset ovat melko tarkkoja sen suhteen.”

Haastateltavilta kysyttiin myös, minkälaista palautetta he ovat saaneet keliakia-asiakkailta. Moni heistä oli saanut hyvää palautetta, erityisesti omatekemistä tuotteista, joita ei saa muualta. Eräässä paikassa käy kanta-asiakkaana muutama keliakikko, joilta he ovat saaneet erityistä kiitosta. Asiakkailta oli tullut myös palautetta kehittää tuotteita ja tehdä erilaisia, jottei aina ole tarjolla samoja tuotteita.

Haastateltavista kaksi oli esimiesasemassa, heille esitimme muutaman lisäkysymyksen liittyen muun muassa omavalvontaan. Heidän kahviloiden omavalvontasuunnitelmassa ei ole erillistä mainintaa liittyen gluteenittomiin tuotteisiin. Esimiehet kokivat, että heillä on mahdollisuus vaikuttaa tuotevalikoimaan, mutta pitivät tämänhetkistä tilannetta hyvänä kysynnän ja tarjonnan suhteen. Toinen heistä piti tuotteiden makujen vaihtelevuutta kehityskohteenä. Toinen heistä kertoi seuraavansa kysynnän ja tarjonnan lakia. Kysyimme, miten gluteenittomien tuotteiden tuottaja on valittu. Saimme vastaukseksi; hyvä hinta-laatusuhde, leipomon tunnettuus ja turvallisuus, hyvät kuljetusmahdollisuudet, uniikkeja tuotteita, tukee omaa tuotepolitiikkaa ja laadukkuus.

### 8.3. Haastattelun analyysi

Suorittamiemme teemahaastattelujen määrä oli melko suppea, mutta haastateltavat edustivat hyvin laaja-alaisesti eritaustaisia kahvilatyöntekijöitä. Kahvilat, joissa haastattelimme, olivat myös hyvin erityyppisiä ja näin saimme monipuolisempia haastattelutuloksia.

Haastattelun myötä selvisi, kuinka epävarma tietämys kahvilantyöntekijöillä on keliakiasta ja gluteenittomasta ruokavaliosta. Vaikka haastateltavilla oli alan koulutus, heidän tietämys keliakiasta oli puutteellinen. Kaikille oli selvää, että gluteenittomat tuotteet tulee pitää erillään muista tuotteista, mutta esimerkiksi monessa paikassa kontaminaatio pääsee tapahtumaan, kun tuotteet ovat samassa vitriinissä ja samalla hyllyllä normaalien tuotteiden kanssa. Silloin on hyvin mahdollista, että ottimet menevät sekaisin gluteenittomien ja vehnää sisältävien tuotteiden kanssa, vaikka olisi kuinka huolellinen. Monessa paikassa gluteenittomille tuotteille oli oma pakastin, mutta tuotteet olivat esillä samassa vitriinissä.

Kahvilan työntekijöiltä vaaditaan harvoin tietää, mitkä viljat ovat keliakikoille sopimattomia, koska tuotteet tulevat valmiina ja riittää kun niissä lukee merkintä gluteeniton. On kuitenkin tuotteita, joita ei ole merkitty gluteenittomiksi ja ne soveltuvat keliakikolle. Silloin olisi hyvä tietää, mitkä raaka-aineet ovat kiellettyjä ja mitkä sallittuja.

Tuotteiden esillepanossa on paljon kehitettävää. Moni tuotteista on pakasteesta, eikä niistä ole erikseen mainintaa. Yksi haastateltava myönsikin, että asiakkaan täytyy itse kysyä, mitä tuotteita on tarjolla. Haastattelun perusteella kaikki olivat sitä mieltä, että jokainen työntekijä osaa kertoa tuotevalikoiman keliakia-asiakkaalle. Pitkäaikainen työntekijä varmasti osaakin kertoa, mutta onko hänellä aikaa? Kun kahvilassa on kiireinen aika, on selvää, ettei asiakaspalvelijalla ole aikaa kertoa koko valikoimaa, etenkin jos valikoima on suuri ja kaikki on pakasteessa. Väistämättä osa jää kertomatta ja keliakia-asiakas saa vaikutelman, että valikoima on suppea. Tilannetta selkeyttäisi paljon lista gluteenittomista tuotteista, joka olisi näkösällä ja asiakkaiden luettavissa. Tällöin asiakas saisi rauhassa tutustua valikoimaan ja tehdä ostopäätöksensä. Oli hienoa kuulla, että kaksi paikoista oli tehnyt tuotteita, joita

myytiin niin keliakikoille kuin muillekin asiakkaille. Esimerkiksi monesta leivoksesta on helppo tehdä gluteeniton käyttämällä gluteenittomia jauhoja tai jauhoseoksia ja maku vastaa täysin normaaleja tuotteita ja maistuvat varmasti kaikille.

Kysyimme esimiehiltä, onko gluteenitonta ruokavaliota huomioitu mitenkään omavalvontasuunnitelmassa, ja molemmat vastasivat kieltävästi. Omavalvontasuunnitelmassa tulee huomioida erityisruokavaliot, mutta ei erikseen keliakiaa. Tarkka omavalvontasuunnitelma on kuitenkin ravitsemisyriykselle hyödyksi ja siihen kannattaa panostaa.

Lähes jokainen haastateltavista oli valmis ottamaan vastaan lisäkoulutusta keliakiaan liittyen. On hyvä tietää, että asiakaspalvelijat pitävät keliakikkojen huomioimista kahvilassa tärkeänä ja haluavat itse lisää tietoutta, jotta voivat palvella asiakkaita paremmin. Kuten haastattelusta kävi ilmi, keliakiaasiakkaat ovat kasvava asiakaskunta kahviloissa. Kahviloissa käy päivittäin keliakikkoja, siksi palvelun ja tuotteiden tulee vastata heidän tarpeitaan mahdollisimman hyvin.

On täysin ymmärrettävää, että kahvilat toimivat kysynnän ja tarjonnan mukaan. Tuotteet hankitaan hyväksi todetusta leipomosta tai omalta kondiittorilta. On kuitenkin tärkeää, että valikoimaa vaihdetaan ja tuodaan tasaisin väliajoin uusia tuotteita tarjolle. Kahviloiden esimiehet olivat samaa mieltä, että tuotteita voidaan kehittää ja se on itsestä kiinni, mitä kahvilassaan tarjoaa.

## 9 KEHITYSEHDOTUKSET JA POHDINTA

Selvitimme loppusyksyn 2010 aikana keliakia-asiakkaiden toiveita ja odotuksia kahviloilta kyselylomakkeiden avulla. Selvitimme myös havainnoimalla Oulun keskustan kahviloiden sen hetkisen gluteenittoman tarjonnan sekä teemahaastatteluilla kahvilatyöntekijöiden keliakiatietämystä. Käytimme opinnäytetyössä niin kvantitatiivista että kvalitatiivista tutkimusotetta. Kumpikaan edellä mainituista tutkimusotteista ei ole toisensa poissulkeva, vaan päinvastoin tekevät tutkimuksesta laaja-alaisempaa. Eri tutkimusotteet tukevat toisiaan ja antavat työlle reliabiliteettia ja tekevät siitä validimman. (Vehkalahti 2008, 41.) Kyselylomakkeet, havainnoinnit sekä teemahaastattelut antavat toisiaan tukevia vastauksia ja tästä syystä niiden tulkinta on uskottavaa ja hyödyllistä. Opinnäytetyössämme tutkittiin alussa asettamaamme tutkimusongelmaa, eli gluteenittoman ruokavalion huomioimista Oulun keskustan kahviloissa. Työmme on tarkoitettu kehittämään tämän hetkistä kahvilapalvelua gluteenittomien tuotteiden osalta. Tämä tekee siitä validin tässä ajassa. Jos työ toistetaan kymmenen vuoden kuluttua, on syytä tehdä työhön validiuden vaatimia muutoksia, jotta se toimisi nykyajassa. Työn reliabiliteettia olisi voitu kehittää. Olisimme saaneet paremman reliabiliteetin työllemme, jos olisimme henkilökohtaisesti haastatelleet keliakikkoja heidän näkemyksistään ja ideoistaan. Erityisruokavalioiden ja keliakian huomioimista ravitsemusalalla on tarpeellista tutkia ja kehittää. Opinnäytetyössämme saadut tulokset ovat sen hetkisiä tuloksia. Jos havainnoinnit olisi suoritettu eri päivänä, olisi voitu saada poikkeavia vastauksia. Tämä heikentää työmme reliabiliteettia.

Keliakia-asiakkaille suunnatun lomakekyselyn tulokset jäivät vähäisiksi. Kyselylomakkeita oli yhteensä sata. Sen sijaan, että jaoimme viiteen kahvilaan jokaiseen kaksikymmentä lomakekyselyä, olisimme voineet jakaa kyselyitä useampaan kahvilaan ja näin ollen pienentää kahviloiden taakkaa. Sadasta lomakkeesta saimme täytettyinä takaisin vain neljäkymmentä. Tämä saattoi johtua joko asiakkaan haluttomuudesta osallistua kyselyyn tai työntekijän välinpitämättömyydestä antaa kyselyä jokaiselle keliakikolle. Tästä syystä kyselylomakkeiden tulokset ovat vain suuntaa antavia eikä niitä voi suhteuttaa koko keliakia-asiakaskuntaan. Kahviloiden työntekijät olisi pitänyt saada

sitoutettua paremmin lomakekyselyiden jakamiseen. Loppuvaiheessa huomasin, että työntekijöiden motivaatio tai ylipäättään tietoisuus kyselylomakkeiden jakamisesta oli erittäin vähäinen suorastaan olematon. Täytettyjä kyselylomakkeita pois haettaessa huomattiin, että osa työntekijöistä ei edes tiennyt lomakkeiden olemassaolosta.

Kyselylomakkeen kysymykset vastasivat pääosin tutkimusongelmassamme asetettuihin kysymyksiin. Etenkin avoimesta palaute kohdasta saimme paljon hyviä kehitysehdotuksia ja toiveita. Toisaalta saatujen vastausten pieni määrä ei välttämättä kerro koko totuutta eikä oikeuta yleistämään. Kysymyslomakkeen ensimmäinen kysymys, jossa kysyttiin noudattaako vastaaja luontaisesti gluteenitonta ruokavaliota vai gluteenitonta ruokavaliota, oli hyödytön tutkimuksemme kannalta, koska on itsestään selvää, että kahvilan tuotteet valmistetaan luontaisesti gluteenittomasti. Sen sijaan olisimme voineet kysyä keliakikoilta, antavatko he palautetta kahviloille ja verrata heidän vastauksia työntekijöiltä saamiin tietoihin. Teemahaastatteluissa työntekijät kertoivat saavansa harvoin palautetta tai ei koskaan. Näin olisi voitu selvittää onko asiakaspalaute todellakin vähäistä vai eikö saatu palaute kulje eteenpäin.

Palautteen antaminen voi olla osalle asiakkaista vaikeaa. Sen voi tehdä vaikeaksi, jos asiakas on ujo tai muuten kokee tilanteen luonnottomaksi. Palaute saattaa jäädä antamatta asiakkaan viitseliäisyyden tai ajan puutteen vuoksi. Palautteen antamattomuuteen voi vaikuttaa myös asiakaspalvelijan asenne tai asiakkaan aikaisemmat kokemukset. Jos on aikaisemmin antanut palautetta, mutta siitä ei ole seurannut mitään positiivisia muutoksia, voi asiakas kokea palautteenannon turhaksi. Jotta kaikki asiakasryhmät saavat mielipiteensä kuulluiksi olisi tärkeää, että kahviloilla on toimiva palautejärjestelmä niin erikoisruokavalioksi asiakkaille kuin muillekin. Suullisesti saatu palaute saattaa unohtua eikä sitä välttämättä kerrota eteenpäin esimiestasolle. Kirjallinen palaute taas usein saavuttaa oikeat henkilöt ja parhaassa tapauksessa saa aikaan parannuksia. Kirjallisen palautteen etu on, että sitä voi myös jättää nimettömänä ja kasvottomana.

Asiakkaiden toiveista ilmeni, että kahviloiden gluteenittomien tuotteiden valikoima on suppea ja sitä tulisi kehittää, erityisesti tuoretuotteita kaivataan li-

sää. Suorittamiemme havainnointien perusteella valikoima on hyvin kahvila-kohtainen ja päiväkohtainen. Erityisesti tuoretuotteiden kohdalla se mitä löytyy aamulla, ei välttämättä ole enää illalla tai seuraavana päivänä. Kahviloiden on vaikea pitää valikoimaa yllä, koska menekki on niin vaihtelevaa. Joissakin kahviloissa gluteenittomia tuotteita löytyi kymmenittäin kun taas osassa niitä ei ollut kuin muutama. Havainnointien perusteella yllättävää oli gluteenittomien tuotteiden monipuolisuus. Kahvilat käyttävät eri valmistajia, joka monipuolistaa tarjontaa. Muutamilla kahvilalla oli oma kondiittori, joka valmistaa yksilöllisiä tuotteita. Näissä kahviloissa tuotekehitys oli edennyt niin pitkälle, että gluteenittomat tuotteet oli suunnattu koko asiakaskunnalle. Näin ollen gluteenittomia tuotteita voidaan pitää esillä, koska niiden kierto on säännöllisempää ja hävikki pienempää. Kahvilan työntekijöille suunnattujen haastatteluiden pohjalta selviää, että gluteenittomien tuotteiden tarjonta riippuu kysynnästä. Suurin osa työntekijöistä piti tämänhetkistä valikoimaa riittävänä. He kuitenkin pitivät tuotekehitystä tärkeänä, jotta tarjonta olisi monipuolista ja vaihtelevaa. Työntekijät kokevat, että tuotekehitys on kahvilasta itsestään kiinni.

Verrattaessa kyselylomakkeista ja havainnoinneista saatuja tuloksia, voimme huomata niiden olevan osaksi ristiriitaisia. Keliakikoiden näkemykset kahviloiden gluteenittomasta valikoimasta ovat puutteellisia. Suurimmassa osassa kahviloista oli havainnointiemme perusteella laajempi valikoima kuin keliakikkojen vastauksien perusteella olisi voinut odottaa. Tämä saattaa johtua tuotteiden puutteellisesta informoinnista. Monessa havainnoimassamme kahvilassa gluteenittomien tuotteiden olemassaolosta tiesi ainoastaan asiakaspalvelija, jos hänkään. Tapauksissa, joissa asiakkaan tulisi itse kysyä erikseen työntekijältä gluteenittomista tuotteista, valikoima saattaa vaikuttaa asiakkaan näkökulmasta suppealta. Kun tuotteista ei ole olemassa selkeää listaa, asiakaspalvelija joutuu muistinvaraisesti kertomaan valikoimasta. Valikoima saattaa jäädä vajaaksi kiireen, tietämättömyyden, huonomuistisuuden, tuotteiden jatkuvan vaihtelevuuden tai jonkin muun seurauksena. Kyselystä ilmeni, että keliakia-asiakas kokee olonsa turhautuneeksi, kun pitää aina kysyä erikseen. Asiakkaat toivoivat tuotteiden olevan paremmin esillä tai, että valikoimasta olisi selkeä lista. Asiakaskuntaan kuuluu varmasti myös henkilöitä, jotka ovat ujoja eivätkä siitä syystä halua vaivata työntekijää kysymyk-



sillään. Työntekijöiden haastatteluissa ilmeni, että heidänkin mielestään gluteenittomat tuotteet voisivat olla paremmin esillä, mutta tilat eivät anna periksi. Suurin osa gluteenittomista tuotteista on pakasteita, joten esillepano ei ole mahdollista. Kahviloiden tulisi markkinoida gluteenittomia tuotteita paremmin ja ilmoittaa tuotteiden olemassaolosta näkyvämmiin, jotta keliakia-asiakkaat tietävät todellisen tarjonnan.

Keliakia-asiakkaista enemmistö luottaa kahvilapalveluiden turvallisuuteen, kuitenkin neljännes kyselyyn vastanneista oli huolissaan kahviloiden gluteenittomien tuotteiden turvallisuudesta. Teemahaastattelun tulokset osoittavat, että työntekijät tietävät, etteivät gluteenittomat tuotteet saa sekoittua gluteenia sisältävien tuotteiden kanssa. Kuitenkaan he eivät tiedosta mitä ristikontaminaatiosta seuraa keliakikolle. Useat kahvilatyöntekijät olettivat keliakikon saavan gluteenista vain ohimeneviä vatsavaivoja. Todellisuudessa pienestäkin määrästä gluteenia suoliston limakalvon nukka vaurioituu pitkäksi aikaa ja pahimmassa tapauksessa ruokavalion laiminlyönti voi johtaa vakaviin sairauksiin (Vuoristo 2006, 33.) Teemahaastatteluista ilmeni, että kahvilat eivät ole huomioineet gluteenitonta ruokavaliota omavalvontasuunnitelmassaan. Jos työntekijöillä on puutteellinen tieto keliakiasta, tämä heijastuu asiakkaisiin ja heidän luottamuksensa kahviloiden tuotteiden turvallisuuteen vähenee. Keliakia-asiakas kokee kahviloissa asioimisen turvallisemmaksi, kun hän voi luottaa asiakaspalvelijan ammattitaitoon.

Keliakia-asiakkaiden mielestä asiakaspalvelijoiden asenne heitä kohtaan on hyvä, kun taas työntekijöiden keliakiatietämys on kohtalainen tai huono. Haastattelujen pohjalta työntekijät pitävät keliakikkoa yhtä tärkeänä kuin muita asiakkaita. Erityisruokavalioasiakkaat koetaan tärkeinä kahviloille muun muassa sen vuoksi, että he tuovat myös ystävät mukana kahville. Haastatteluista ilmeni myös, että kahvilantyöntekijöiden keliakiatietämys on puutteellinen ja työntekijät tiedostavat sen myös itse. Heillä on kuitenkin halua saada lisää tietoa keliakiasta ja gluteenittomista tuotteista. Siksi henkilökunnalle, esimiehet mukaan lukien, olisi aiheellista järjestää koulutusta. Esimerkiksi Keliakialiiton avustuksella voitaisiin kahviloihin jakaa esitteitä ja tietoa keliakiasta sekä gluteenittomista tuotteista ja niiden turvallisuudesta.

Työmme tulosten analysoinnin pohjalta laadimme kehitysehdotus- ja ohjekirje (Liite 4), jonka jaoimme Oulun keskustan kahviloille talvella 2011. Kirjeeseen kokosimme opinnäytetyössä mielestämme keskeisimmiksi nousseet kehitysehdotukset ja ohjeet, joista koimme olevan hyötyä kahviloille ja sitä kautta kahviloissa vieraileville keliakikoille. Kirje ei velvoita kahviloita mihinkään toimenpiteisiin, vaan kannustaa niitä panostamaan entistä enemmän keliakia-asiakkaisiin. Toivomme, että kirje motivoi asiakaspalvelijoita, antaa tietoa keliakiasta ja gluteenittomien tuotteiden turvallisuudesta. Kirjeessä olevat ohjeet ja ideat pohjautuvat opinnäytetyössämme saatuihin tietoihin. Tarkoituksena on motivoida kahviloiden esimiehet ottamaan itse enemmän selvää gluteenittomista tuotteista ja niiden tarjonnasta, kouluttamaan ja tiedottamaan henkilökuntaa keliakiasta ja gluteenittomien tuotteiden turvallisesta käsittelystä. Kirje auttaa kahviloita alkuun, mutta kahviloiden omasta kiinnostuksesta ja panostuksesta riippuu miten keliakikot jatkossa huomioidaan.

Kyselylomakkeiden, havainnointien ja teemahaastattelujen pohjalta tulimme siihen tulokseen, että opinnäytetyömme tuli tarpeeseen ja oli kannattava. Opinnäytetyöprosessista syntyi konkreettisella tasolla kahviloille lähetettävä kehitys- ja ohjelista. Toivon mukaan myös kahviloissa suorittamamme havainnoinnit ja haastattelut herättivät kahvilan esimiehissä ja työntekijöissä kiinnostusta ottaa keliakia-asiakkaat yhä enemmän huomioon ja kannustaa niin itseään kuin työkavereitaan ottamaan enemmän selvää keliakiasta ja gluteenittomista tuotteista. Tuotekehityksen puolella on vielä paljon tehtävää, mutta myös paljon mahdollisuuksia. Näiden mahdollisuuksien hyödyntäminen on viime kädessä kahvilan työntekijöistä kiinni. Keliakikkoasiakkaat ovat tulevaisuudessa yhä tärkeämpi osa kahviloiden asiakassegmenttiä ja ne kahvilat, jotka sen ymmärtävät ajoissa, tulevat hyötymään eniten.

## LÄHTEET

- Arffman, S. – Kekkonen, L. 2006. Ruokavaliohoidon aloittaminen ja toteutus. – Teoksessa Keliakia (toim. M, Mäki -- P, Collin – L, Kekkonen – J, Visakorpi ja M, Vuoristo), 83. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.
- Arnala, S. 2009. Artikkel. Kaura on kunkku. Keliakia 5/09.
- Coeliac Customers: Would you like to have us as your customers? 2006. Tampere: Keliakialiitto.
- Collin, P. 2006. Keliakian yleisyys. –Teoksessa Keliakia (toim. M, Mäki – P, Collin – L, Kekkonen – J, Visakorpi ja M, Vuoristo), 76-77. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.
- Elintarvikevirasto. Valvonta 8/1997. Gluteenittomia elintarvikkeita koskeva lainsäädäntö ja valvonta. Helsinki: Edita.
- Hatakka, M. - Pakkala, P – Siivonen, P. - Turja, M. Elintarvikehygieniä. Hygieniosaaminen ja omavalvonta 2004. Helsinki: WS Bookwell.
- Havunen, R. 2000. Uusia näkökulmia asiakkaaseen – oivaltamisen kautta tuloksiin. Helsinki: Edita.
- Hemmi, M. – Häkkinen, U. – Lahdenkauppi, M. 2008. Avec Asiakaspalvelua ravintolassa. Helsinki: WSOY.
- Hirsjärvi, S. – Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Jokinen, T. – Heinämaa L. – Heikkonen I. 2000. Tervetuloa asiakas – Myyntityön ja asiakaspalvelun taito. Helsinki: Edita.
- Kannisto, P. – Kannisto S. 2008. Asiakaspalvelu Tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä? Tampere: AMK-kustannus.
- Kekkonen, L. 2006a. Omavalvonnalla varmistetaan gluteenittomuus. – Teoksessa Keliakia (toim. M, Mäki – P, Collin – L, Kekkonen – J, Visakorpi ja M, Vuoristo), 142–143. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.
- Kekkonen, L. 2006b. Erityisruokavaliovalmisteet ja lainsäädäntö. – Teoksessa Keliakia (toim. M, Mäki – P, Collin – L, Kekkonen – J, Visakorpi ja M, Vuoristo), 133. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.
- Kekkonen, L. 2006c. Pakkaumerkinntät keliakikon tärkein tietolähde. –

Teoksessa Keliakia (toim. M, Mäki – P, Collin – L, Kekkonen – J, Visakorpi ja M, Vuoristo), 135. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.

Keliakialiitto. 2008. Asiakkaana keliakikko: Gluteenitonta ammattitaidolla  
Tampere:Keliakialiitto.

Keliakialiitto 2010. Keliakia sairautena. Osoitteessa  
[http://www.keliakialiitto.fi/liitto/keliakia/keliakia\\_sairautena/](http://www.keliakialiitto.fi/liitto/keliakia/keliakia_sairautena/).  
18.10.2010.

– Keliakian hoito. Osoitteessa  
[http://www.keliakialiitto.fi/liitto/keliakia/keliakian\\_hoito/](http://www.keliakialiitto.fi/liitto/keliakia/keliakian_hoito/).  
19.10.2010.

– Keliakiajärjestö. Osoitteessa  
<http://www.keliakialiitto.fi/liitto/jarjesto/>. 30.11.2010.

– Keliakialiiton säännöt. Osoitteessa  
[http://www.keliakialiitto.fi/liitto/jarjesto/keliakialiiton\\_saannot/](http://www.keliakialiitto.fi/liitto/jarjesto/keliakialiiton_saannot/).  
30.11.2010.

– Pohjois-Suomen aluetoimisto. Osoitteessa  
[http://www.keliakialiitto.fi/liitto/jarjesto/pohjois-suomen\\_aluetoimisto/](http://www.keliakialiitto.fi/liitto/jarjesto/pohjois-suomen_aluetoimisto/). 30.11.2010.

– Ruokavalion pääpiirteet. Osoitteessa [http://www.keliakialiitto.fi/liitto/keliakia/keliakian\\_hoito/ruokavalion\\_paapiirteet/](http://www.keliakialiitto.fi/liitto/keliakia/keliakian_hoito/ruokavalion_paapiirteet/). 19.10.2010.

– Vaikuttaminen gluteenittomiin tuotteisiin ja palveluihin.  
Osoitteessa [http://www.keliakialiitto.fi/liitto/toiminta/vaikuttamistoiminta/gluteenittomat\\_tuotteet\\_ja\\_palvelut](http://www.keliakialiitto.fi/liitto/toiminta/vaikuttamistoiminta/gluteenittomat_tuotteet_ja_palvelut).  
27.10.2010.

Lehmus, P. – Korkala T. 1996. Asiakaspalvelu ja laadun tekijät. Helsinki:  
Kiinteistöalan kustannus.

Mäki, M. 2006. Gluteeni. –Teoksessa Keliakia (toim. M, Mäki – P, Collin – L, Kekkonen – J, Visakorpi ja M, Vuoristo), 18–19. Helsinki:  
Kustannus Oy Duodecim.

Niemi, V.-M. – Rahkio, M. – Siitonen, A. 2004. Ruokaturvallisuuden käsikirja.  
Helsinki: WS Bookwell.

Ollanketo, M. Toimiva omavalvonta on tae ruoan turvallisuudesta.  
Keliakialiiton lehti 3/2009.

Pekkarinen, U. – Pekkarinen E. – Vornanen J. 2006. Menestyvän myyjän  
käsikirja. Helsinki: WSOY.

Reunala, T. 2006. Ihokeliakia – keliakian toinen esiintymismuoto. –  
Teoksessa Keliakia (toim. M, Mäki – P, Collin – L, Kekkonen – J,

Visakorpi ja M, Vuoristo), 49–51. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.

Syyrakki, S. 2009. Hygieniaopas: Elintarvikehygienian perusteet (toim. T, Välikylä). Pori: Elintarvike ja Terveys-lehti.

Turun kaupunki Sosiaali- ja terveystoimen hallinto 2010. Hygieniaosaaminen. Osoitteessa  
<http://www.turku.fi/Public/default.aspx?contentid=3478>.  
28.10.2010.

Vehkalahti, K. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. 2008. Helsinki: Tammi.

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Otava.

– 2006. Tutki ja havainnoi. Helsinki: Tammi.

Vuoristo, M. 2006. Suolisto oireet. – Teoksessa Keliakia (toim. M, Mäki – P, Collin – L, Kekkonen – J, Visakorpi ja M, Vuoristo), 33. Helsinki: Kustannus Oy Duodecim.

Ylönen, A.-M. 2009. Teksti. Analyysit apuna gluteenittoman tuotteen merkinmyöntämisessä. Keliakia 3/09.

– 2010. Keliakikoille soveltuvia tuotteita. Tampere: Keliakialiitto.

**LIITTEET**

Kyselylomake	Liite 1
Havainnointilomake	Liite 2
Teemahaastattelun kysymykset	Liite 3
Kehitysehdotus- ja ohjekirje	Liite 4
Prosessin kuvaus	Liite 5

## Kysely keliakikoille

**Hei! Olemme kaksi Rovaniemen ammattikorkeakoulun kolmannen vuoden restonomiopiskelijää. Olemme kirjoittamassa opinnäytetyötä aiheesta Gluteenittoman ruokavaliion huomioiminen Oulun keskustan kahviloissa. Toimeksiantajana työllemme on Keliakialiitto.**

**Työn tavoitteena on monipuolistaa kahvilatyöntekijöiden näkemystä keliakiasta ja gluteenittomasta ruokavaliosta sekä auttaa kahviloita parantamaan keliakia-asiakkaiden asiakaspalvelua sekä gluteenitonta tuotevalikoimaa.**

**Haluaisimme aluksi kartoittaa keliakia-asiakkaiden toiveita ja odotuksia ja siinä tarvitsemme Teidän apuanne. Kysely on täysin luottamuksellinen. Kyselyyn vastaaminen vie vain hetkisen aikaanne.**

**Terveisin, Miia Vähämetsä ja Emma Alila**

### 1) Noudatatteko

- luontaisesti gluteenitonta ruokavaliota
- gluteenitonta ruokavaliota

### 2) Ikä

- alle 18 vuotta
- 18-40 vuotta
- 41-60 vuotta
- yli 60 vuotta

### 3) Kuinka usein käytätte kahvilapalveluita?

- useamman kerran viikossa
- kerran viikossa
- pari kertaa kuukaudessa
- satunnaisesti, miksi vain satunnaisesti? \_\_\_\_\_

**4) Miten koette GLUTEENITTOMAN tuotevalikoiman osa-alueet?**

	erittäin huono	huono	kohtalainen	hyvä	erittäin hyvä
a)makeiden tuotteiden maku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b)suolaisten tuotteiden maku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c)makeiden tuotteiden monipuolisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
d)suolaisten tuotteiden monipuolisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
e)tuotevalikoiman tuoreus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
f)tuotteiden ulkonäkö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**5) Miten koette kahviloiden asiakaspalvelun?**

	erittäin huono	huono	kohtalainen	hyvä	erittäin hyvä
a)Työntekijöiden gluteenittomien tuotteiden tuntemus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
b) Luottamuksenne tuotteiden gluteenittomuuteen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
c) Kokemanne asiakaspalvelu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**6) Mitä toiveita tai kehitysehdotuksia Teillä olisi keliaakikkona kahvilapalveluihin?**

**Voitte palauttaa kyselyn kirjekuoreen suljettuna kahvilan henkilökunnalle.**

**KIITOS VASTAUKSESTANNE!**



## HAVAINNOINTILOMAKE

Liite 2

## Gluteenittomien tuotteiden havainnointi kahviloissa

Pvä \_\_\_\_\_

Kahvilan nimi: \_\_\_\_\_

Miten gluteenittomat tuotteet esillä?

---

---

## Gluteenittomat tuotteet

Laji	Ulkonäkö +/-	Tuore/pakaste	Saavutettavuus, onko esillä?	Koko	Muuta: (valmistaja, turvallisuus, hinta)

Halukkaita teemahaastatteluun? \_\_\_\_\_

Nimi ja sähköposti osoite:

TEEMAHAASTATTELUN KYSYMYKSET

Liite 3

## HAASTATTELUKYSYMYKSET

### Taustatiedot

1. Kuinka kauan olet työskennellyt kahvila-alalla?
2. Aikaisempi koulutus?
3. Milloin valmistunut?

### Yleinen keliakiatietämys

4. Mikä on käsityksesi keliakiasta? Mitä keliakia tarkoittaa?
5. Minkälaista ruokavaliota keliakikko noudattaa?
6. Mitkä ovat kiellettyjä ruoka-aineita?
7. Mitä seuraamuksia väärästä ruokavaliosta keliakikolle on?

### Hygieniatietous

8. Jos valmistatte gluteenittomiatuotteita kahvilassanne, millä keinoin turvallisuus huomioidaan gluteenittomientuotteiden kohdalla? Raaka-aineiden säilytys? Valmistus? Tuotteiden säilytys?
9. Miten gluteenittomientuotteiden turvallisuus huomioidaan tuotteiden esillepanossa ja tarjoilussa?
10. Miten huolehditaan valmiiden gluteenittomien tuotteiden säilytyksestä?

### Omavalvonta kahvilassa

11. (Esimiehelle) Miten gluteeniton ruokavalio on huomioitu omavalvontasuunnitelmassa?

### Asiakaspalvelutaidot

12. Miten gluteenittomat tuotteet ovat kahvilassanne esillä?
13. Osaavatko kaikki työntekijät esitellä gluteenittomat tuotteet asiantuntevasti?
14. Extraajien perehdytys...
15. Onko kahvilassanne järjestetty työntekijöille keliakiakoulutusta?
16. Toivoisitko saavasi enemmän koulutusta/tietoutta? Minkälaista tietoa?
17. Millaisena koet kahvilatyöntekijöiden asenteen keliakikkoja kohtaan?
18. Onko mielestäsi keliakikkoasiakkaiden huomioiminen kahviloissa tärkeää?
19. Törmäätkö usein keliakia-asiakkaaseen? Kuinka usein? Mikä on gluteenittomien tuotteiden menekki?
20. Mikä on henkilökunnan ajatus palvelutarjonnasta (pitäisikö olla parempi), turvallisuudesta, millaista palautetta he saavat?

### Jos haastateltava esimies

21. Mistä hankitte gluteenittomat tuotteet?
22. Miksi hankitte tuotteet juuri sieltä? Hinta? Laatu? Tietämättömyys muista valmistajista?
23. Onko mahdollista vaikuttaa gluteenittomien tuotteiden tuotekehitykseen? Valikoimaan?
24. Onko tulevaisuudessa mahdollista panostaa enemmän gluteenittomiin tuotteisiin?

**Arvoisat kahvilatyöntekijät,**

Tahdomme kiittää yhteistyöstä opinnäytetyömme hyväksi. Teimme opinnäytetyön vuoden 2010 aikana aiheesta: Gluteenittoman ruokavalion huomioiminen Oulun keskustan kahviloissa. Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, kuinka kahvilat huomioivat keliakia-asiakkaat. Selvitimme keliakikoiden toiveet kyselylomakkeilla ja tämänhetkisen gluteenittomien tuotteiden tarjonnan havainnoimalla kahviloissa. Lisäksi selvitettiin kahvilatyöntekijöiden keliakiatietämys haastattelemalla Teitä.

Keliakikoille suunnattuja kyselylomakkeita saimme kerättyä yhteensä neljäkymmentä sadasta. Näiden pohjalta ilmeni, että keliakikot toivovat enemmän tuotevalikoimaa, erityisesti tuoretuotteita sekä suolaisia tuotteita. Lisäksi he toivoivat, että tuotteet olisivat paremmin esillä. Asiakkaiden mielestä työntekijöiden keliakiatietous on puutteellista, mutta asiakaspalvelusta tuli paljon kiitosta.

Havainnointikierroksella huomasimme, että vastoin keliakikoiden luuloja tuotevalikoima oli hyvä, vaikkakin kahvilakohtainen. Mielestämme gluteenittomista tuotteista tiedottaminen oli monessa paikassa puutteellinen. Uskomme, että keliakia-asiakkaat pitävät valikoimaa huonona, koska he eivät tiedä todellista tilannetta. Toivoisimme, että tuotteet olisivat, joko paremmin esillä tai niistä olisi selkeä lista helposti asiakkaan luettavissa. Ei tulisi olettaa, että keliakia-asiakas kysyy joka kerta erikseen, mitä on tarjolla. Hän on asiakas siinä missä muutkin.

Työntekijöiden haastatteluissa selvisi, että keliakiatietämys oli osittain puutteellista. Tekemistämme haastatteluista ilmeni, että työntekijät itsekkin toivoisivat lisää koulutusta ja tiedottamista keliakiasta. Yleisesti tiedetään mitä keliakia on, mutta esimerkiksi kaikki eivät tienneet keliakian olevan vakava sairaus, pahimmassa tapauksessa väärä ruokavalio johtaa hengenvaaraan. Kun sairauden vakavuus tiedostettaisiin kahviloissa, gluteenittomien tuotteiden turvallisuuteen kiinnitettäisiin enemmän huomiota.

Kokosimme yhdessä Keliakialiiton kanssa kehitysehdotuksia ja ohjeita keli-aakikko-asiakkaan huomioimisesta kahvilassa. Lisätietoja keliakiasta saatte Oulun Keliakialiiton toimipisteen aluevastaavalta Minnaleena Ollankedolta numerosta: 050 - 351 64 99 tai sähköpostitse: minna.ollanketo@keliakialiitto.fi

Ystävällisin terveisin,

Emma Alila ja Miia Vähämetsä

## Ohjeita ja kehitysehdotuksia kahviloille

### Gluteenittomat tuotteet ja esillepano

- Gluteenittomat tuotteet selkeästi esille vitriiniin tai niistä lista asiakkaiden nähtäville. Lista helpottaa myös asiakaspalvelutilanteita
- Tuoteselosteet helposti luettavissa
- Gluteenittomia tuotteita voidaan tarjota koko asiakaskunnalle, ei vain keliakikoille, tällöin niiden kierto on säännöllisempää ja hävikki pienempää
- Eri valmistajien käyttäminen monipuolistaa tarjontaa
  - ➔ Oulussa gluteenittomia tuotteita valmistaa mm. Elinan Kotileipomo ja Huovisen Leipomo (lähiseudulla muitakin tuottajia kts. Keliakikoille soveltuvia tuotteita -esitteen lopusta)

### Turvallisuus ja hygienia

- Kun tuotteet ovat esillä vitriinissä, olisi ne hyvä sijoittaa ylähyllylle tai kokonaan omalle hyllylle, jotta kontaminaatiota ei pääse tapahtumaan
- Gluteenittomille tuotteille omat ottimet
- Gluteenittomia leipiä tehdessä tulee käyttää omaa leikkuulautaa, veitsee ja levitettä

### Tiedottaminen ja koulutus

- Kahviloissa on hyvä olla esitteitä keliakiasta, jotta työntekijät voivat tutustua niihin ja parantaa omaa tietouttaan tästä vakavasta sairaudesta
- Yhteistyössä Keliakialiiton kanssa voidaan järjestää koulutusta kahvilan työntekijöille ja esimiehille
- Keliakialiitolta saa tarvittaessa lisää tietoa
- Keliakialiiton kattavilta nettisivuilta löytyy paljon ajankohtaista tietoa:  
[www.keliakialiitto.fi](http://www.keliakialiitto.fi)

*”Koko seurueen kahvila valitaan sen mukaan, missä keliakikko tietää kahavittelevansa hyvin.”*

## PROSESSIN KUVAUS

Liite 5

