

Laktoosittomien maitotaloustuotteiden myynti kasvaa – Mikä on suosion salaisuus?

Ella Etula

Opinnäytetyö

Hotelli- ja ravintola-alan liikkeen-
johdon koulutusohjelma

2012



Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

<p>Tekijä tai tekijät Ella Etula</p>	<p>Ryhmä tai aloitusvuosi 2008</p>
<p>Opinnäytetyön nimi Laktoosittomien maitotaloustuotteiden myynti kasvaa – Mikä on suosion salaisuus?</p>	<p>Sivu- ja liitesivumäärä 50 + 1</p>
<p>Ohjaaja tai ohjaajat Saija Laitinen</p>	
<p>Valio toi laktoosittomat maitotaloustuotteet markkinoille 2000-luvun alussa. Valikoidun laajentuessa vuosien varrella minulla heräsi ajatus opinnäytetyön tekemisestä aiheesta.</p> <p>Opinnäytetyön tietoperusta käsittelee keskeisiä määritelmiä, kuten laktoosia, laktoosi-intoleranssi ja maitoallergiaa. Tämän jälkeen työ keskittyy vähälaktoosisten ja laktoosittomien tuotteiden historiaan sekä Suomessa että ulkomailla. Sen jälkeen keskitytään laktoosittomien maitotaloustuotteiden kehitykseen vuosina 2001–2011. Suomessa kehitetty laktoosittomien maitotaloustuotteiden valmistusteknologia on viety myös ulkomaille, kuten Ruotsiin, Venäjälle ja USA:han. Monille maille, kuten Suomellekin, innovaatio on ollut korvaamaton ja arvokas keksintö.</p> <p>Työn tavoite oli selvittää erään helsinkiläisen elintarvikemyymälän asiakkaiden laktoosittomien maitotaloustuotteiden käyttöä eli sitä kenelle tuotteita ostettiin, minkä takia ja mitä tuotteita ostettiin laktoosittomina.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kahdella tutkimusmetodilla. Ensimmäinen tutkimus suoritettiin helmikuussa 2012 helsinkiläisessä elintarvikekaupassa kvantitatiivisena työnä ja strukturoidulla lomakehaastattelulla. Tutkimuksen avulla tietoja kerättiin yhteensä 101 elintarvikemyymälän asiakkaalta. Toinen tutkimustapa keskittyi elintarvikemyymälän maitojen ja maitojuomien myyntilukuihin. Tutkimuksessa vertailtiin neljää tuoteparia ja siinä selvitettiin, miten laktoosittomien maitojuomien myynti oli kehittynyt vuosina 2009-2011.</p> <p>Tutkimustuloksien mukaan laktoosittomien maitojuomien myynti on ollut nousujohteista verrattuna tavallisiin maitoihin. Laktoosittomia maitotaloustuotteita ostettiin pääsääntöisesti perheelle, mutta myös itselle ja vieraille. Ostojen syyt olivat mm. laktoosi-intoleranssi, oireilu ja vieraiden tarpeet sekä se, ettei tuotetta saanut tavallisena. Yleisemmin ostettuja tuotteita olivat maitojuoma, kerma, jogurtti ja juusto. Tulosten mukaan laktoosittomia tuotteita käyttivät sekä oireelliset että oireettomat henkilöt.</p>	
<p>Asiasanat Laktoosi-intoleranssi, maito, maitovalmisteet</p>	

Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

<p>Author or authors</p> <p>Ella Etula</p>	<p>Group or year of entry</p> <p>2008</p>
<p>The title of thesis</p> <p>SELLING OF LACTOSE FREE DAIRY PRODUCTS IS GROWING – WHAT IS THE SECRET OF POPULARITY?</p>	<p>Number of pages and appendices</p> <p>50 + 1</p>
<p>Supervisor or supervisors</p> <p>Saija Laitinen</p>	
<p>Valio brought lactose free dairy products to the market in the beginning of year 2000. Selection growth with in few years very much and I came up with an idea of making my thesis of this topic.</p> <p>The facts of this thesis are about primary definitions like lactose, lactose intolerance and milk allergy. After this the thesis focuses on the history of low lactose and lactose free products in Finland and abroad. Then the thesis gets in to the development of lactose free dairy products in 2001-2011. Finnish made producing technology has been exported abroad like Sweden, Russia and USA. To the many countries the unique innovation has been very valuable and priceless.</p> <p>Top priority of the thesis was to find out the using of lactose free dairy products of the customers of one of the grocery stores in Helsinki. The goal was to research for whom products were bought and which dairy products were bought lactose free and why.</p> <p>The research was made in two ways. The first research method was a quantitative research in February 2012 in grocery store in Helsinki with an interview form. 101 customers were interviewed. The second research method focused on selling numbers of milk and lactose free milk in grocery store in Helsinki. This research compared four different pairs of milk and lactose free milk. The goal was to find out how the selling numbers developed between 2009-2011.</p> <p>According to the research results selling of lactose free milk has been increasing compared to basic milk. Lactose free dairy products were bought usually to family but also to themselves and guests. The reasons to buy lactose free dairy products were lactose intolerance, symptoms, guests needs and no basic product were found in the markets. Generally bought products were lactose free milk, cream, yogurt and cheese. The research showed that people with and without symptoms used lactose free dairy products.</p>	
<p>Key words</p> <p>Lactose intolerance, milk, milk products,</p>	

Sisällys

1	Johdanto.....	1
2	Laktoosi ja muita keskeisiä käsitteitä	4
2.1	Laktoosin ja laktoosi-intoleranssin määritelmä.....	4
2.2	Maitoallergian aiheuttaa maidon proteiini	6
2.3	Laktoosi-intoleranssi sekoitetaan usein muihin oireisiin	7
3	Laktoosittomien maitotaloustuotteiden historia ja myynti	10
3.1	Valio ja keskeisimmät innovaatiot	10
3.2	Arla Ingman aloitti viilin myynnistä.....	11
3.3	Vähälaktoosisten tuotteiden kehitys ja syntyminen.....	12
3.4	Laktoosittoman maitojuoman kehitys ja lanseeraminen markkinoille	12
3.5	Maitojuoman kehitys ja innovaatioarvo seuraavan 10 vuoden ajan	14
3.6	Valion laktoosittomien tuotteiden lanseeraaminen ulkomaille.....	16
4	Lomakehaastattelu ja myyntiluvut elintarvikemyymälässä	18
4.1	Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelmat	18
4.2	Lomakehaastattelu.....	18
4.2.1	Lomakkeen tekeminen ja sisältö	18
4.2.2	Haastatteluiden tekeminen elintarvikemyymälässä.....	20
4.3	Laktoosittomien tuotteiden myynti elintarvikekaupassa vuosina 2009–2011 ...	23
5	Tulokset	25
5.1	Laktoosittoman maitojuoman osuus myydyistä maidoista kasvaa.....	25
5.2	Haastattelututkimus elintarvikemyymälässä	28
5.2.1	Vastaajien taustatiedot	28
5.2.2	Elintarvikemyymälän asiakaskunnan laktoosittomien maitotuotteiden käytön syyt.....	31
6	Pohdinta ja johtopäätökset	36
6.1	Laktoosittomia maitotaloustuotteita ostettiin oireellisille ja oireettomillekin perheenjäsenille.....	36
6.2	Laktoosittomien maitotaloustuotteiden valikoiman kasvaessa vähälaktoosiset tuotteet vähenevät	38
6.3	Tutkimuksen luotettavuus, onnistuminen ja oma oppiminen.....	42
6.4	Johtopäätökset	44

Lähteet.....	46
Litteet	51
Liite 1. Lomakehaastattelu	

1 Johdanto

Maito on suomalaisten arki- ja juhla juoma, ja etenkin lapsille se on korvaamaton kalsiumin lähde. Suomalaisista 63 % käyttää maitoa päivittäin ja noin 80 % viikoittain. Valtaosa suomalaisista, 95 %, käyttää maitoa jossain muodossa. Sitä käytetään muun muassa kahviin, muroihin ja puuroon. Vuonna 2010 suomalaiset käyttivät nestemäisiä maitovalmisteita noin puoli litraa päivässä. Maitovalmisteet ovat hyvin pidettyjä suomalaisten keskuudessa ja maito kuuluukin olennaisena osana suomalaisten ruokakulttuuriin. (Soisalo 2011, 37-39.)

Monien on vaikea varmasti mieltää, minkälaista elämää he tai heidän perheensä joutuisivat viettämään ilman maitovalmisteita. Maidon lisäksi maitotaloustuoteryhmään kuuluvat juusto, voi, jogurtti, kerma, piimä, viili ja monet muut tärkeät suomalaisten arki tuotteet. Minkälaista monen perheen elämä olisi ilman näitä tuotteita? Suomalaisista noin 17 % kärsii laktoosi-intoleranssista, joka estää heidän maitotaloustuotteiden vapaan käytön.

Laktoosi-intoleranssia esiintyy ympäri maailmaa. On kuitenkin vaikea sanoa, koska laktoosi-intoleranssia on esiintynyt ensimmäisiä kertoja maailmassa. Ensimmäinen määrittelmä oireista on kuitenkin tehty vuonna 1963. Vuonna 1980 ensimmäinen vähälaktoosinen tuote, maitojauhe, tuli markkinoille ja pari vuotta myöhemmin HYLA-maito. Aluksi kuluttajat olivat hieman kummissaan makeahkosta mausta, mutta hiljalleen tuotetta alkoi mennä kaupaksi. Ensimmäinen laktoositon tuote, Valion kevyt maitojuoma, tuli markkinoille vuonna 2001. Vastaanotto ei ollut kuitenkaan toivotunlainen ja eräskin tutkimus vahvisti, etteivät kuluttajat kaivanneet laktoositonta maitojuomaa, sillä se maksoi kaksinkertaisesti tavalliseen maitoon verrattuna. Maitojuoman suosia lähti kuitenkin nousuun alkukankeuden jälkeen ja tällä hetkellä esimerkiksi Valiolla on valikoimissaan yli 100 laktoositonta tuotetta.

Tässä opinnäytetyössä laktoosilla ja laktoosi-intoleranssilla on keskeinen asema. Laktoosi on luonnollinen sokeri, jota on ihmisen ja muiden nisäkkäiden maidossa (C & Carr 2009, 11). Laktoosi-intoleranttikko on henkilö, jonka suolistossa ei ole maitosokeria eli laktoosia pilkkovaa entsyymiä tai sitä erittyy puutteellisesti. Tämän seurauksena

laktoosi imeytyy vain osin tai ei ollenkaan. Laktoosia sisältävän ruuan tai juoman nauttiminen aiheuttaa yleensä intolerantille ilmavaivoja, vatsakipua, turvatusta ja ripulia, kun laktoosin pilkkominen jää suolistobakteerejen tehtäväksi. Oireet ovat hyvin yksilöllisiä ja niiden voimakkuus ja kesto vaihtelevat laktoosi-intolerantikon mukaan. (Alho 2009, 25.)

Laktoosittomalla tuotteella tarkoitetaan tuotetta, jonka raaka-aineena ei ole käytetty maitotaloustuotteita tai jonka sisältämästä maidosta laktoosi on joko teollisesti pilkottu tai sen on poistunut tuotantoprosessin aikana, kuten kypsytetyissä juustoissa (Alho 2009, 25). Laktoosittomuus ei siis tarkoita samaa kuin maidottomuus. Laktoosi-intolerantikko voi käyttää oireistaan riippuen vähälaktoosisia tuotteita, joiden laktoosimäärä on Suomessa alle 1 %. (Evira 2011.) Vähälaktoosisen henkilön ruokavalioon sopivat esimerkiksi Valion HYLA-tuotteet ja Ingmanin Into-tuotteet, joiden laktoosipitoisuus on siis korkeintaan 1 %. Täysin laktoositonta ruokavaliota noudattavan henkilön tulee nauttia laktoositon-merkillä varustettuja tuotteita, sillä ne sisältävät Suomessa korkeintaan 0,01 % laktoosia.

Henkilö, jolla on laktoosi-intoleranssi, voi käyttää maitoproteiineja sisältäviä ruokia ja juomia, kun taas maitoallergikolle ne ovat hyvin haitallisia. Maitoallergisen ruokavalioon ei kuulu mitään lehmänmaitopohjaista eli se on täysin maidoton. Sitä voidaan kutsua myös kaseiinittomaksi ruokavalioksi suurimman maidon sisältämän proteiiniyhymän mukaan. Maitoallergialla tarkoitetaan herkistymistä maidon proteiineille, ei vain laktoosille eli maitosokerille. Maitoallergia on yleisesti tunnettu lasten tautina, mutta sitä esiintyy myös aikuisilla. Sen oirekuva muuttuu usein vuosien saatossa, eikä siihen aina liity suolisto-oireita. Mikäli maitoallergikko reagoi anafylaktisesti, voi maitoaltistumisesta seuraava reaktio olla nopea ja hengenvaarallinen. Laktoosi-intolerantikon vaivat tulevat yleensä nopeasti, kun taas maitoallergikon oireet voivat tulla parinkin päivä viiveellä. (Alho 2009, 26.)

Kaikki eivät osaa erottaa laktoosi-intoleranssia ja maitoallergiaa toisistaan. Myös laktoosi- ja laktoositon-käsitteet olivat useille vieraita tai väärinymmärrettyjä. Monet tiesivät, ettei laktoosi-intolerantikko voi juoda tavallista maitoa, mutta esimerkiksi jäätelöä sitä vaistoin moni uskoi intolerantikon pystyvän syömään, vaikka se olisikin tehty laktoosia

sisältävästä kermasta. Opinnäytetyö antaakin useille perustiedot käsitteiden oikeellisuudesta siinä, missä työ kertoo myös laktoosittomien tuotteiden historiasta, kehityksestä sekä itse tutkimuksesta ja sen tuloksista.

Opinnäytetyön aihe löytyi monen suunnitelman ja aiheen avulla. Laktoosittomien tuotteiden määrä kasvaa vuosi vuodelta, kun kuluttajat niitä haluavat. Niin suuresta ilmiöstä kuin laktoosittomien tuotteiden myynnistä, historia tai kehityksestä ei ole juurikaan tehty tutkimusta. Joissain tutkimuksissa tai väitöskirjoissa viitataan laktoosi-intoleranssiin, mutta itse aihetta ei ole tutkittu. Tämä opinnäytetyö sai tutkimusaiheensa kimmokkeena laktoosittomien tuotteiden kasvavasta määrästä. On mielenkiintoista tutkia, mitkä ovat syyt laktoosittomien tuotteiden suosioon, sillä Suomessa noin joka kuudes kärsii laktoosi-intoleranssista. Tutkimuksen tarkoituksena onkin selvittää laktoosittomien maitotaloustuotteiden käytön syitä eli sitä, kenelle laktoosittomia maitotaloustuotteita ostetaan, minkä takia niitä ostetaan ja mitä tuotteita ostetaan. Onko ostosten syynä pelkäämistään laktoosi-intoleranssi, jota varten tuotteet on kehitetty vai löytyykö taustalta jokin muu syy. Lisäksi tutkitaan erään helsinkiläisen elintarvikemyymälän myyntiraporttien avulla, minkälaista laktoosittomien maitojuomien kehitys on ollut verrattuna tavallisiin maitoihin. Suosiota on vaikea selittää ilman selkeää tutkimustyötä, sillä esimerkiksi hintataso laktoosia sisältävien ja laktoosittomien maitotuotteiden välillä on noin kaksinkertainen eli laktoosittomat maitotuotteet ovat huomattavasti kalliimpia. Onkin mielenkiintoista tutkia, mitkä ovat kuluttajien perimmäiset syyt ostaa laktoosittomia tuotteita.

Tutkimus tehtiin kahta tutkimustapaa hyödyntäen. Ensimmäinen oli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä ja se suoritettiin strukturoidulla lomakehaastattelulla helsinkiläisessä elintarvikekaupassa helmikuussa 2012. Lomakehaastattelu koostui yhdeksästä kysymyksestä, joista neljä kertoivat vastaajan taustatiedoista ja loput viisi laktoosittomien tuotteiden ostamisesta. Toinen tutkimustapa keskittyi tutkimaan erään helsinkiläisen elintarvikemyymälän laktoosittomien maitojuomien myyntilukuja ja siinä selvitettiin, minkä verran laktoosittomia maitojuomia oli myyty tavallisiin maitoihin verrattuna vuosina 2009-2011. Lisäksi tutkimuksen avulla selvitettiin, miten laktoosittomien tuotteiden myynti oli kehittynyt ja olivatko laktoosittomat maitojuomat niin suuri ilmiö, kuin uskoa saattoi.

2 Laktoosi ja muita keskeisiä käsitteitä

Tässä luvussa tutustutaan muun muassa laktoosin, laktoosi-intoleranssin ja maitoallergian määritelmiin sekä pohditaan muun muassa laktoosi-intoleranssin oireiden sekoittamista muihin ongelmiin ja vaivoihin.

2.1 Laktoosin ja laktoosi-intoleranssin määritelmä

Laktoosi eli maitosokeri on maidon eräs ravintoaine ja sitä esiintyy vain maidossa ja maitoa sisältävissä elintarvikkeissa. Laktoosi on luonnollinen sokeri, jota on ihmisen ja muiden nisäkkäiden maidossa, mutta myös vuohen- ja lampaanmaidossa. Äidinmaidossa laktoosia on noin 7 % ja lehmänmaidossa 4,8 %. Laktoosi on imetettävillä vauvoille tärkeä energialähde ja se auttaa pitämään vatsan kunnossa. Pieni määrä laktoosia ehkäisee aikuisilla muun muassa ummetusta. Laktoosi edistää myös kalsiumin ja muiden kivennäisaineiden imeytymistä elimistölle ja se auttaa maitohappobakteerien lisääntymistä suolistossa, jolloin suoliston happamuus säilyy. (Kaartinen, Packalen & Urho 1996, 6-7.)

Laktaasi on entsyymi, joka pilkkoo laktoosin suolistossa glukoosiksi ja galaktoosiksi. Laktaasia muodostuu jo vastasyntyneellä ja sen muodostus jatkuu koko elämän. Osalla ihmisestä entsyymin toimintakyky saattaa laskea aikuistumisen myötä 5-10 % alkuperäisestä ja tällaista tilaa kutsutaan hypolaktasiaksi. Laktaasin avulla laktoosi imeytyy ohutsuoletta verenkiertoon. Ihmisen elimistön kyky pilkkoa laktoosia riippuu ohutsuolen laktaasientyymin määrästä ja sen suhteellisesta aktiivisuudesta. Mikäli laktoosi ei pilkkoudu ohutsuolessa, se kulkeutuu pilkkoutumattomana paksusuoleen ja siellä bakteerit hajottavat sen hapoiksi, vedeksi ja kaasuiksi. (Kaartinen, Packalen & Urho 1996, 6-7.)

Laktoosi-intoleranssiksi sanotaan oireita, joita ovat muun muassa ripuli, vatsakivut ja ilmavaivat (Kaartinen ym. 1996, 9). Oireita aiheuttava maitomäärä vaihtelee henkilön mukaan. Jotkut voivat juoda maitoa jonkin verran, kun taas toisten tulee välttää vähäistäkin nauttimista. Mikäli henkilö haluaa testata, onko hänellä laktoosi-intoleranssi, se voidaan selvittää laktoosirasituskokeella tai geenitestillä. Laktoosi-intolerantin ruokavalio määräytyy kuitenkin oireilun, ei pelkän testituloksen mukaan. (C & Carr 2009, 11.)

Laktoosi-intoleranssin oireet johtuvat laktoosin imeytymishäiriöstä, joka puolestaan johtuu laktaasientsyymin niukkuudesta eli hypolaktasiasta. Laktoosi-intoleranssi ja hypolaktasia eivät kuitenkaan ole synonyymeja, sillä osa hypolaktasiaa potevista henkilöistä sietää laktoosia, eikä saa siitä vatsaoireita. Hypolaktasia periytyy usein vanhemmilta lapsille, mikäli molemmilla vanhemmilla se on. Jos toisella vanhemmalla on hypolaktasia, on todennäköistä, ettei tila kehity lapselle lainkaan. On myös todettu, että vanhemmat, joilla tila on piilevänä perintötekijänä, saattavat siirtää sen lapsilleen 25 % todennäköisyydellä. (C & Carr 2009, 11.) On arvioitu, että kaksi kolmasosaa maailman väestöstä kärsii laktoosi-intoleranssista. Suomalaisista noin joka kuudes ja Ruotsissa noin joka seitsemästoista on intoleranttikko (Harju 2011, 43). Vaikka suomalaisista laktaasi-entsyymin puutetta esiintyykin suhteellisen yleisesti, on heistä huomattava osa oireettomia. Oireettomat henkilöt voivatkin silloin tällöin nauttia maitotuotteita saamatta niistä vaivoja. (Parkkinen 2007, 50.)

Laktoosi-intoleranssi on yleensä perinnöllinen ja oireita esiintyy yleisimmin nuorilla ja aikuisilla (C & Carr 2009, 11). Vähiten laktoosi-intoleranssia esiintyy Keski- ja Pohjois-Euroopan maissa (Maito ja Terveys ry 2004). Tämä johtuu siitä, että monessa Euroopan maassa maitotuotteiden käyttö on yleisempää, ja heikentynyt laktaasituotanto harvinaisempaa. Laktoosi-intoleranssi on kuitenkin yleinen Kaakkois-Aasiassa, Lähi-idässä ja osissa Afrikkaa ja Intiaa. Näillä alueilla laktoosi-intoleranssi on tavanomainen, koska siellä vain pienet lapset juovat maitoa, jolloin elimistö lakkaa myöhemmin tuottamasta laktaasientsyymiä. Osa intoleranssista kärsivistä pystyy juomaan hieman maitoa, ja jollain laktaasituotanto palautuu ja ongelma poistuu, jos he alkavat juoda maitoa säännöllisesti. (C & Carr 2009, 11.) Laktaasituotannon palautuminen johtuu siitä, että suoliston mikrobiston aineenvaihdunta muuttuu ja oireita aiheuttava vetykaasun muodostuminen vähenee. Mikäli laktoosin sietokyky halutaan nostaa, kannattaa se aloittaa varovasti käyttäen laktoosia sisältäviä maitotuotteita eri aterioiden yhteydessä. Jogurtti, piimä ja viili sisältävät muita maitotuotteita vähemmän laktoosia, ja sen vuoksi laktoosi-intolerantikon kannattaa niistä aloittaa. (Maito ja Terveys ry 2004.)

Laktoosi-intolerantikoille sopivat tietysti laktoosittomat tuotteet (Kaartinen ym. 1996, 21). Laktoosittomuudelle ei kuitenkaan ole säädetty yleistä, kansainvälisesti hyväksyttyä raja-arvoa. Suomessa viranomaiset määrittävät laktoosittomuuden rajaksi 0,01 % lak-

toosia tuotteessa. Samaa prosenttimäärää noudatetaan Ruotsissa, kun taas monissa maissa laktoositon tuote saattaa sisältää jopa 0,1- 0,5 % laktoosia. (Maito ja Me 2007.) Suomessa tällaiset tuotteet olisivat vähälaktoosisena tuotteena, sillä vähälaktoosiset tuotteet voivat sisältää 1 % asti laktoosia. Eviran, Elintarviketurvallisuusviraston, mukaan laktoosittoman ja vähälaktoosisen raja-arvoja noudetaan Suomessa niin pitkään, kunnes mahdollisista EU:n raja-arvoista tullaan päättämään (Evira 2011). EU:n säädösten mukaan maito, josta laktoosi on poistettu muuten kuin entsyymaattisesti, on markkinoitava maitojuomana. Käytäntö on eri kuin esimerkiksi tavallisessa rasvattomassa maidossa, jota saa nimittää maidoksi, vaikka rasvaosa onkin poistettu. (Maito ja Me 2007.)

Laktoosi-intolerantit sietävät hyvin hapanmaitovalmisteita, kuten piimää ja rahkaa, koska niissä laktoosia on 20–60 % vähemmän kuin maidossa. Monet juustot ovat täysin laktoosittomia ja se johtuu siitä, että juustonvalmistuksessa suurin osa maidon laktoosista poistuu heran mukana. Juusto-osaan jäänyt pieni laktoosimäärä muuttuu käymistietä maitohapoiksi ja muiksi yhdisteiksi. Mikäli laktoosi-intolerantikko haluaa tai joutuu nauttimaan laktoosipitoisia tuotteita, hänen kannattaa hyödyntää entsyymivalmisteita. Ne nautitaan yleensä ennen laktoosipitoista ateriaa ja ne vaikuttavat laktoosiin suolistossa. (Kaartinen ym. 1996, 20-21.)

2.2 Maitoallergian aiheuttaa maidon proteiini

Maitoallergisen ruokavalioon ei kuulu lehmänmaitopohjaista ravintoa eli se on täysin maidoton. Ruokavaliota voidaan kutsua myös kaseiinittomaksi suurimman maidon sisältävän proteiiniryhmän mukaan. Maitoallergialla tarkoitetaan herkistymistä maidon proteiineille, ei vain maitosokerille eli laktoosille. (Alho 2009, 26.) Allergia on lähes yksinomaan imeväisikäisten vaiva, jossa allergisen reaktion aiheuttaa maidon proteiini, valkuaisaine. Pienten lasten suolisto ei ole kehittynyt käsittelemään muita kuin äidinmaidon proteiineja. Äidinmaidosta siirryttäessä lehmänmaitoon saattaa joillekin lapsille puhjeta maitoallergia, mikäli heillä on perinnöllinen taipumus tautiin. Maitoallergian tavallisia oireita ovat muun muassa koliikki, ripuli, oksentelu ja atooppinen iho. Joillakin saattaa ilmetä myös hengitysvaikeuksia ja suoliston verenvuotoa. Tauti ei ole yleinen, vaan sitä esiintyy vain noin 2 % pikkulapsista. Usein allergia paranee jo ennen

kolmen vuoden ikää. (Kaartinen ym. 1996, 24.) Aikuisista 1-2 % kärsii pysyvistä maitoallergiasta (Valio 2011a). Maitoallerginen henkilö voi reagoida maidon nauttimiseen anafylaktisesti, jolloin tuleva reaktio voi olla nopea ja hengenvaarallinen. Usein oireet tulevat kuitenkin 12 ja 48 tunnin välisenä aikana ja voivat kestää jopa viikon. Maitoallerginen saattaa reagoida myös naudanlihan proteiineihin. Oireiden laatu vaikuttaa siihen, välttääkö maitoallerginen kaikkia maitotaloustuotteita vai vain osaa niistä. (Alho 2009, 26.)

Maitoallergiaa hoidetaan jättämällä pois lapsen ruokavaliosta maitotuotteet. Maitotuotteiden lisäksi lapsen tulee välttää voita ja margariinia sekä maitojauhetta, heraa, heraproteiinia, kaseiinia ja kaseinaattia, jotka ovat maidosta saatavia proteiineja. Allergiselle lapselle voidaan kuitenkin tarjota kaseiinista tai heraproteiinista tehdyillä korvikkeilla, joissa proteiini on pilkottu lapselle sopivaan muotoon. (Kaartinen ym. 1996, 24.) Osa maitoallergiasta kärsivistä pystyy kuitenkin käyttämään maidon sijasta soijaa. Soijasta valmistetaan nykyään erilaisia maidon kaltaisia juomia, jogurttia, tofujäätelöä ja -juustoa. (Alho 2009, 26.) Maitoallergia voi ulottua myös soijatuotteisiin, jolloin niiden nauttiminen saattaa aiheuttaa oireita (Kaartinen ym. 1996, 24).

Kun maitoallergikolle tarjotaan ruokaa, valmistajan tulee varmistaa, että allergikko pystyy aterian nauttimaan. Kiellettyjen tuotteiden listalla ovat muun muassa maito, maitojauhe, maitotuotteet, voi, margariini, jäätelö ja useat juustot, kuten rae-, sulate- ja tuorejuusto. Vauvoille suunnitellut äidinmaidonkorvikkeet ja lasten velli- ja puurojauheet sekä vastaavat valmisteet eivät myöskään sovi maitoallergikolle. On mahdollista, että jälkiruokakastikkeet, perunalastut, suklaa ja toffee- ja kermakaramellit sisältävät laktoosia, jonka vuoksi niitä tulee välttää. Jos allergikko reagoi myös naudanlihatuotteille, ei niitä tule tarjota. Myös mehut, joissa on heraa, eivät sovi maitoallergikolle. (Alho 2009, 27.)

2.3 Laktoosi-intoleranssi sekoitetaan usein muihin oireisiin

Laktoosi-intoleranssi ja maitoallergia sekoitetaan usein keskenään. Allergiasta puhutaan silloin, kun ruoka-aine aiheuttaa elimistössä immunologisen reaktion eli elimistö pyrkii torjumaan ruoka-ainetta muodostamalla sille vasta-ainetta. Laktoosi puolestaan ei ai-

heuta allergiaa, vaan intolerantikko voi kokeillen syödä vähälaktoosisia tuotteita ja tutkia, kuinka paljon maitovalmisteita hän kestä ilman oireita. Laktoosi ei myöskään tuhoa suoliston kudoksia, kuten esimerkiksi keliakiassa, jos suolistoon joutuu viljan gluteenia. (Kaartinen ym. 1996, 9.)

Ruoka-aineallergiat ovat nykyään yleinen sairaus. Vanhempien raportointien mukaan jopa kolmasosalla lapsista on allergisia oireita. Testejä tehdessä kuitenkin usein selviää, että noin 10 % testatuista lapsista on oikeasti allerginen jollekin. Monet vanhemmat eivät usko, että mahdolliset allergiset oireet ovat usein normaaleja asioita, joista mainitakoon ilmavaivat, ihottuma ja ulosteen vaihteleva koostumus. On kuitenkin todettu, että ruoka-aineallergiat ovat lisääntyneet huomattavasti teollistuneissa maissa, vaikka kasvu onkin toistaiseksi pysähtynyt. Merkittävimmät allergiat Suomessa ovat tällä hetkellä maito ja kananmuna. (Kulmala 2011, 60-61.)

Laktoosi-intoleranssi ja ärtyvä suoli-oireryhmä saatetaan toisinaan sekoittaa toisiinsa. Suomessa on havaittu viitteitä siitä, että maidosta vatsaoireita saavat henkilöt saavat oireita samoista ruuista, jotka pahentavat ärtyneen suolen-oireryhmän oireita. Molemmat tilat ovat tavallisia suomalaisille ja niiden oireet ovat samankaltaisia. Ärtyneen suolen-oireryhmä onkin yksi yleisimmistä suolisto-oireiden aiheuttajista ja sitä esiintyy noin 10-20 % länsimaalaisista aikuisista. Ärtyvä suoli-oireryhmä on vaaraton, mutta usein kiusallinen vaiva. Oireryhmän oireisiin kuuluu vaihteleva vatsan toiminta, ummetus ja vatsan turvotus, mitkä voivat olla kivuliaitakin. Tila puhkeaa usein esimerkiksi stressin tai elämänolojen muutoksen seurauksena, vaikka perussyötä ei toistaiseksi tunnetakkaan tarkasti. Oireet saattavat helpottua säännöllisen aterioinnin myötä, kun ruokailu tapahtuu hotkimatta, ja siitä saadaan tarpeeksi kuitua ja nestettä. Joidenkin oireiden taustalla voi olla myös liiallinen kahvin, alkoholin ja rasvaisten ruokien nauttiminen sekä tietyt tuotteet, kuten tuore ruisleipä, kaali, herne ja pavut. (Parkkinen 2007, 50.)

Laktoosi-intoleranssilla, maitoallergialla ja ärtyvä suoli-oireryhmällä on kullakin määritelmä ja siihen kuuluvat oireet. Viime vuosien aikana on kuitenkin ollut keskustelu siitä, voiko laktoosi-intolerantikko juoda esimerkiksi luomumaitoa tai homogenoitua maitoa. Homogenoitun maidon rasva pilkotaan mekaanisesti pienemmiksi, jolloin rasvapallot pienevät sekoittuen tasaisesti maidon vesiosaan saavuttaen maidon laadun tasalaatui-

suuden (Milk Works). Maidon meijerikäsittelyjen, pastöroinnin eli kuumennuskäsittelyn sekä homogoinnin on epäilty aiheuttavan suomalaisen maidon aiheuttavat oireet. Toisinaan suomalaiset juovat ulkomaanmatkoillaan maitoa saamatta oireita. On kuitenkin todettu, että kaikkialla maito sisältää yhtä paljon laktoosia ja on koostumukseltaan samankaltaista. Muualla maailmassa valmistettu maito on usein myös pastöroitu ja homogoinnoin, ja laitteet sekä menetelmät ovat pääosin samanlaisia. Ulkomaisen maidon hyvän sietokyvyn selityksenä ei näin ollen voi olla maidon vähäisempi laktoosin määrä tai erilainen laktoosi. (Parkkinen 2007, 50.)

Vuonna 2005 valmistuneessa väitöskirjassa oli tutkimus, jossa tutkittiin koehenkilöiden oireita. Ennen tutkimusta henkilöt kertoivat pystyvänsä käyttämään luomumaitoa vaitta, mutta saivat oireita homogenoidusta maidosta. Tutkittavilla henkilöillä ei oltu todettu maitoallergiaa tai laktoosi-intoleranssia, eivätkä he tieneet tutkimuksen aikana, kumpaa maitoa käyttivät. Tulokset osoittivat, että noin puolet koehenkilöistä sai oireita luomumaidosta ja puolet homogenoidusta maidosta. Tutkimustulokset todistivat myös, ettei homogenointi voinut olla syy oireisiin, vaan niiden aiheuttajana on jokin muu. (Paajanen 2005, 46–48.)

Homogenoidun ja homogoinnottoman maidon sietokykyä on tutkittu, eivätkä tutkimukset ole osoittaneet, että laktoosi-intoleranttikko tai maitoallergikko voisi käyttää tuotteita saamatta oireita (Valio 2011b). Helsingin yliopiston ravitsemusfysiologian professori Maria Mutasen mukaan, on kuitenkin mahdollista, että eri maiden homogenoidut maidot eroaisivat toisistaan. Hänen mukaansa joidenkin ihmisten suolisto on niin herkkä, että pienikin muutos maidon rakenteessa, kuten rasvapallojen koossa, voi olla merkittävä. (Kaleva 2009.)

3 Laktoosittomien maitotaloustuotteiden historia ja myynti

Tässä luvussa keskitytään vähälaktoosisten ja laktoosittomien tuotteiden historiaan sekä Suomessa että ulkomailla. Lisäksi tutustutaan kahteen maitotaloustuotteita valmistavaan yritykseen, jotka ovat Valio ja Arla Ingman. Luku käsittelee muun muassa yritysten innovaatioita ja laktoosittomien tuotteiden kehitystä.

3.1 Valio ja keskeisimmät innovaatiot

Voinvientiosuusliike Valio perustettiin 17 meijerin voimin vuonna 1905 edistämään suomalaisen voin vientiä ja valvomaan vientivoin laatua. Valion toiminta alkoi Hangosta, joka toimi silloin viennin keskuksena. Tärkein ostajamaa oli tuolloin Englanti. Vuonna 1909 meijeritoimintaa laajennettiin voista muihinkin tuotteisiin. Vuonna 1917 jäseniä oli jo miltei 300 ja muutama vuosi myöhemmin kotimaan kauppa ylitti viennin. (Valio 2011c.)

Valion tutkimus- ja tuotekehitys sai alkunsa vuonna 1916, kun johtokunta päätti yhtiön panostavan yhä enemmän tieteeseen ja vakaan taloudellisen aseman ylläpitämiseen. Päätösten yhteydessä Valio hankki oman laboratorion, jossa alkoi tutkimus vientivoin käyttöään pidentämistä ja rehun säilyvyyden parantamista. Valion kemisti Artturi Ilmari Virtanen johti Valion laboratoriota lähes 50 vuotta keksien ratkaisut sekä voin käyttöään pidentämiseen että rehun säilyvyyden parantamiseksi. Vuonna 1945 Valion keksinnöt palkittiin, kun Valion kemisti Artturi Ilmari Virtanen sai kemian Nobelpalkinnon. Tämän jälkeen laboratorion toiminta keskittyi hyvin pitkälti voin ja juuston kehittämiseen ja parantamiseen. Vuonna 1962 perustettiin Maitoteknologinen laboratorio, jonka tähtäimenä oli nestemäisten tuotteiden kehittäminen. Kehitystyö johti muun muassa iskukuumennustekniikka UHT käyttöönottamiseen. (Turpeinen & Tossavainen 2011, 44–45.) Nykyään monia vähälaktoosisia sekä laktoosittomia maitoja myydään lämpimästä UHT-kuumennuksen vuoksi. UHT-tuotteet säilyvät usean kuukauden avaamattomana huoneenlämmössä. Ne eivät kuitenkaan säily loputtomiin, sillä tuote pilaantuu säilymisajan jälkeen entsyymien vaikutuksesta, mitä UHT-käsittely ei ole pystynyt tuhoamaan. UHT-maidon hyvä puoli on kuitenkin pitkä säilyvyys, mutta itse maito on hieman keitetyn makuista. (Milk Works a.)

Tällä hetkellä Valio on noin 9200 suomalaisen maidontuottajan omistama yritys, joka turvaa maidontuotannon ja maaseudun elinkelpoisuuden Suomessa jalostamalla maidosta hyvänmakuisia ja hyvinvointia edistäviä tuotteita (Valio 2011d). Vuosikymmenien kuluessa Valiosta on kehittynyt Suomen johtava meijerialan yritys, jonka valikoimaan kuuluu yli 1000 erilaista tuotetta (Valio 2011c). Yrityksessä työskentelee noin 4000 henkilöä, joista noin 3600 Suomessa (Valio 2011e). Yrityksen toiminnan ydin on ollut kautta aikojen sama, luotettava laatu (Valio 2011c).

3.2 Arla Ingman aloitti viilin myynnistä

Ingmanin toiminta lähti liikkeelle sipoolaisen Hjalmar Ingmanin viilin myynnistä vuonna 1929. 1950-luvulla Ingman alkoi valmistamaan perinteistä tuorejuustoa, jonka innoittama vuonna 1961 ensimmäinen meijeri avattiin Söderkullaan. 1970-luvulla alkoi jogurtin valmistus ja pari vuotta myöhemmin yritys osti toisen meijerin Kiteeltä, jossa valmistettiin voita ja maitojauhetta. Tämän jälkeen yrityksen valikoimiin tuli jäätelö ja raejuusto. Vuonna 1991 Kotisaari-Ingman Oy ostaa Apetit-pakasteyksikkönsä ja samalla yhtiön nimi muuttuu Ingman Food Oy Ab:ksi. Vuonna 1994 yritys aloitti yhteistyön usean meijerin kanssa laajentaakseen toimintaansa.

Vuonna 2006 Ingman Food Oy Ab jaettiin kahtia, minkä seurauksena jäätelötoiminnan vastaavaksi tuli Ingman Ice Cream Oy Ab ja meijeritoiminnasta vastasi puolestaan Ingman Foods. Vuotta myöhemmin ruotsalais-tanskalainen Arla Foods Ab osti 30 % Ingman Foods Oy Ab:sta. Ingman Foods Oy Ab:sta tulikin näin Arla Ingman Oy Ab. Seuraavana vuonna Arla Foods osti loput Arla Ingmanin Oy Ab:n osakkeista, mikä tarkoitti, että Arla Ingmanista tuli ruotsalaisten ja tanskalaisten maidontuottajien omistaman Arla Foods amban tytäryhtiö. (Arla Ingman a.)

Suomen Arla Ingmanilla työskentelee noin 460 työntekijää. Maidontuottajia on yhteensä yli 1000 ja meijereitä 15. Yrityksen markkinaosuus Suomessa on 26 % luokkaa. Arla Ingmanin tavoite on olla muun muassa vahva vaihtoehto asiakkaille ja suomalaisille kuluttajille sekä varmistaa maidontuotanto Suomessa maksamalla kilpailukykyistä hintaa maidontuottajille. (Arla Ingman b.) Tulevaisuudessa yritys haluaa olla johtava meijerialan yritys osuuskuntansa jäsenille ja luoda lisäarvoa kuluttajille ja omistajille. Yritys

tekeekin jatkuvaa työtä eettisten, yhteiskunnallisten ja ympäristökysymysten eteen ja panostaa laajasti yritysvastuuseen. (Arla Ingman c.)

3.3 Vähälaktoosisten tuotteiden kehitys ja syntyminen

Laktoosi-intoleranssi on ihmisen yleisin entsyymipuutos ja se kuvattiin ensimmäisen kerran vuonna 1963 (MTT 2002). Joitain julkaisuja tehtiin 1960-lvulla, mutta tutkimukset laktoosi-intoleranssin yleisyydestä, aloitettiin vasta 1970-luvulla (Turpeinen & Tossavainen 2011, 46). Laktoosittomien tuotteiden valmistuksen tutkiminen aloitettiin myös samalla vuosikymmenellä, kun Valion tutkimus- ja tuotekehitysyksikkö tutki laktoosin pilkkomista entsyymien avulla. 1970-luvulla oli jo tiedossa, että laktoosi-intoleranssi rajoitti joidenkin maidon käyttöä, mutta silloin ei vielä hyväksytty maidon koostumuksen muokkausta. (Maito ja Me 2007.) Vuonna 1975 Valio sai kauppa- ja teollisuusministeriöltä rahoitusta laktoosin hydrolyysin tutkimiseen. Tutkimus johti Valion HYLA-tuotteisiin, joista laktoosi on pilkottu. (Tekes 2009.) HYLA on lyhenne sanoista hydrolysoitu laktoosi (Maito ja Me 2007).

HYLA Energa maitojauhe tuotiin markkinoille vuonna 1980 ja se oli ensimmäinen Valion HYLA-tuote. Vuonna 1982 tuli toinen HYLA-tuote, joka oli HYLA-maito. Valmistuksen yhteydessä tuotteiden laktoosi pilkottiin glukoosiksi ja galaktoosiksi lisäämällä niihin laktaasientsyymiä. HYLA-käsitellyt tuotteet maistuivat tavallisia maitotuotteita makeammilta, koska niihin lisätyt glukoosi ja galaktoosi ovat laktoosi makeampaa. HYLA-tuotteissa on maitosokeria alle 1 %, joten ne soveltuvat useille laktoosi-intolerantikoille, jotka eivät saa oireita pienestä määrästä laktoosia. (Valio 2011f.) HYLAMaidon tullessa markkinoille osa kuluttajista vieroksui maidon makeahkoa makua ja joillekin laktoosijäänteet aiheuttivat edelleen oireita (Maito ja Me 2007).

3.4 Laktoosittoman maitojuoman kehitys ja lanseeraminen markkinoille

1970-luvulla Valion kehitti yhteistyössä Suomen Sokerin kanssa menetelmän laktoosin erottamiseksi herasta. Laktoosin erotusmenetelmän huomattiin toimivan myös maidossa. Valio havaitsikin, että kehityksen myötä oli mahdollista tehdä myös kokonaan laktoositon maitojuoma. Haasteena pidettiin ennen kaikkea tuotteen makua. 1990-luvulla Valio päätti hakea Tekesiltä, Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskuksel-

ta rahoitusta hankkeeseen ja sen saatuaan alkoi laktoosittoman maitojuoman kehittäminen. Kehitystyö olisi saattanut siirtyä myöhempään ajankohtaan, sillä Valio ei välttämättä olisi antanut positiivista tutkimusrahoituspäätöstä ilman Tekesin apua. Projektin tavoitteena olikin kehittää teknologia maultaan tavallista maitoa muistuttavan tuotteen valmistamiseen. (Maito ja Me 2007.)

Valion patentoimalla menetelmällä valmistetun laktoosittoman maitojuoman aistinvaraiset ominaisuudet vastaavat tavallista, laktoosia sisältävää maitoa (Turpeinen & Tossavainen 2011, 45). Laktoosittomassa maidossa suurin osa laktoosista poistetaan ja maitoon jäävä pieni määrä pilkotaan laktaasientsyymillä muiksi sokeriksi, glukoosiksi ja galaktoosiksi, jotka antavat maidolle sen alkuperäisen makeuden. Pastörointi- ja pakkausmenetelmien kehittymisen sekä ESL-korkeapastöroinnin avulla laktoositon maitojuoma säilyy 17 vuorokautta ilman, että kuumennuskäsittely aiheuttaa keitetyn maun. (Maito ja Me 2007.)

Valiolla on Joensuussa tehdas, jossa on käytössä kromatografinen laktoosin erotusjärjestelmä. Menetelmä perustuu siihen, että maidon proteiinit ja suolat valuvat laktoosia nopeammin hartsilla täytetyn putken läpi, jolloin ainesosat saadaan erilleen. Laktoosin erotuskapasiteettia on jouduttu vuosien varrella nostamaan laktoosittomien tuotteiden kysynnän kasvaessa. Valion Jyväskylän tehtaalla on Valion tutkimus- ja tuotekehitysyksikön jatkokehitetty laktoosin erotusmenetelmä, joka on myös patentoitu. Valiolla on patentoituja valmistusmenetelmiä puolenkymmentä ja niitä haetaan jatkuvasti lisää. (Maito ja Me 2007.)

Laktoosittoman maitojuoman valmistuminen 1990-luvun loppupuolella ei lähtenyt käyntiin niin hyvin kuin Valion tutkimus- ja tuotekehitysosastolla toivottiin. Samoihin aikoihin HYLE-tuotteiden käyttäjille tehtiin tutkimus, joka osoitti, etteivät käyttäjät olleet kiinnostuneita laktoosittomasta maitojuomasta, jonka maku oli maidonkaltainen, mutta hinta kaksinkertainen. Valion tutkimus- ja tuotekehitysyksikössä uskottiin kuitenkin vahvasti laktoosittoman maitojuoman menestykseen ja lopulta muutaman vuoden pohdinnan ja työn jälkeen tuote pääsi markkinoille vuonna 2001. (Tekes 2009.)

Innovaatio oli ensimmäisenä vuotenaan koemarkkinoinnissa ja se rikkoi kahden kuukauden jälkeen vuoden myyntitavoitteen (Valio 2011g). Laktoosittoman maitojuoman markkinoille tulo ei kuitenkaan vähentänyt HYLÄ-tuotteiden myyntiä, sillä käyttäjät olivat suurimmaksi osin henkilöitä, jotka eivät pystyneet käyttämään tavallista maitoa oireidensa vuoksi (Maito ja Me 2002a). Kuluttajat alkoivat nopeasti vaatia Valiota kehittämään uusia laktoosittomia tuotteita (Valio 2011g). Valio vastasikin kuluttajien toiveisiin ja alkoi kehittää kevyen maitojuoman rinnalle rasvatonta mallia sekä piimää ja ruuanvalmistuskermoja (Maito ja Me 2002a).

3.5 Maitojuoman kehitys ja innovaatioarvo seuraavan 10 vuoden ajan

Vuonna 2002 Valion laktoositon maitojuoma valittiin juomat-sarjassa Tähtituotteeksi Elintarviketeollisuusliiton järjestämässä Vuoden suomalainen elintarvike-kilpailussa. Tuolloin maitojuoman voittajaksi valinnut raati totesi, että tuote oli todellinen uutuus koko Euroopassa. Tuote sai myös kiitosta siitä, että se soveltui kaiken ikäisille ja jopa sellaisille, joilla ei ollut laktoosi-intoleranssia. Tuotteen todettiin maistuvan raikkaalle maidolle sekä sopivan muun muassa ruuanlaittoon, leivontaan ja jopa erikoiskahvien tekoon, missä maidon tarvitsee vaahtoutua. (Maito ja Me 2002a.)

Valio Oy:n patentoitu teknologia valmistaa laktoositonta maitojuomaa sai kunniamaininnan myös huhtikuussa 2006, kun se voitti arvostetun kultaisen European Food Tech-palkinnon. Palkinto jaetaan joka toinen vuosi erityistä lisäarvoa sisältävälle tuotteelle tai merkittävästi uudenlaista valmistusteknologiaa hyödyntävälle valmistuskonseptille. (Valio 2006.)

Arla Ingmanin laktoosittomien tuotteiden valmistuksen aloittaminen tapahtui vuonna 2006. Tätä ennen yritys oli aloittanut laajan tuote- ja teknologiakehityksen, koska oli todennut, että kuluttajat olivat selkeästi kiinnostuneet laktoosittomista tuotteista ja niitä odotettiin markkinoille. Arla Ingman teki mittavia investointeja tuotekehitykseen ja vuoden 2006 alkupuolella saapuivat ensimmäiset Arla Ingmanin valmistamat laktoosittomat maitotaloustuotteet markkinoille. Ensimmäiset tuotteet olivat laktoositon UHT kevyt ja rasvaton maitojuoma. Vuotta myöhemmin tuotevalikoima laajeni ESL-maitojuomilla. Uudella teknologialla valmistettu maito toi kuluttajille huomattavaa etua

entiseen vähälaktoosiseen maitoon verrattuna. Uusi teknologia mahdollisti raikkaan maidon, jonka maku ei ollut makeahko, kun aikaisemmin markkinoilla ollut vähälaktoosinen maito. Laktoosittomien tuotteiden valikoima kasvoi nopeasti lähes kaikkiin tuoteryhmiin. (Elovainio, M. 7.2.2012.)

Huhtikuussa 2007 Valio päätti uudistaa laktoosittomien tuotteiden ulkonäköä. Tuoteperheen kasvaessa ja tuotteiden nousevan kulutuksen myötä yhtenäisyyden löytäminen katsottiin tärkeäksi. Aikaisemmin selvää yhtenäistä ulkonäköä ei ollut ja tavallisia maitotuotteita ostava saattoi ottaa hyllystä laktoosittoman tuotteen. Valio uusi myös Laktoositon-tuotemerkin logon varmistamaan kuluttajien oikean ostopäätöksen laktoositonta tuotetta ostaessaan. (Valio 2007.)

Vuonna 2008 Valiolle myönnettiin laktoosinpoistoteknologiasta Suomalaisen insinöörityön palkinto. Palkinnon myönsi Tekniikan Akateeminen liitto, TEK ja Tekniska Forningen i Finland, TFIF ja sen myöntämisperusteena oli muun muassa laktoosintolerantikkojen maidon käyttömahdollisuudet, arvokas tuote sekä ylittyneet markkinaodotukset. Tuote sai myös maininnan siitä, että tekninen menetelmäkehitys on osaltaan turvannut kotimaisten maidontuottajien toimeentuloa antamalla tuottajille mahdollisuuden hieman korkeampaan korvaukseen. Suomi oli pienoisten paineiden alla maitoteollisuuden kanssa EU:hun liittymisen jälkeen, koska pelättiin, että Baltian ja Puolan halpa maito kaataisi suomalaiset maitotilat. (TEK 2009.)

Vuonna 2010 Valion laktoositon maitojuoma oli ollut lähes 10 vuotta markkinoilla, minkä aikana se oli muuttanut hyvin monen ihmisen elämää (Valio 2010). Kuluttajat toivoivatkin jatkuvasti entistä laajempaa laktoosittomien tuotteiden valikoimaa. Vuoden 2010 aikana Valio muutti kuluttajien toiveesta kaikki vähälaktoosiset ruoanvalmistustuotteet laktoosittomiksi. Kuluttajat olivat hyvin tyytyväisiä muutokseen, sillä aikaisemmin kaikista tuotteista ei ollut laktoositonta vaihtoehtoa. Laktoosi-intolerantikkojen lisäksi myös oireettomat kuluttajat voivat nauttia tuotteita. Uudistus toteutettiin sillä periaatteella, etteivät hinta tai tuotenumerotunnukset muuttuneet, mikä helpotti sekä yksityisten että yritysasiakkaiden ostotoimintaa. (Valio 2011h.)

Marraskuussa 2010 Valio Oy:lle myönnettiin Edencrantz Challenge-Innovaatiopalkinto, jonka myöntäjänä toimi UTS, Uuden Teknologian Säätiö. Myöntämisperusteina oli nimenomaan tuotteen innovaatioarvo sekä se, että se oli vaikuttanut positiivisesti todella monen ihmisen elämänlaatuun. Palkinto jaetaan teknologialle tai sen sovellukselle, joka pystyy auttamaan ihmisiä heidän jokapäiväisessä elämässään. (Valio 2010.) Vielä samana vuonna, 2010, Valio lisäsi entisestään uusien laktoosittomien tuotteiden määrää. Uusia tuotteita olivat muun muassa laktoositon luomukevytmaitojuoma ja laktoositon 3 % maitojuoma. Vuoden 2011 loppuun mennessä laktoosittomia tuotteita oli jo yli 100 erilaista ja itse laktoositon-tuoteperheeseen kuului noin 30 tuotetta. (Valio 2011i.) Valion maidot ja piimät-yksikön johtaja Markku Taskinen kertoi vuoden 2011 lopussa, että Valion laktoositon tuoteperhe oli kasvanut huimasta vuosien varrella varsinkin Suomessa ja Ruotsissa. Vuonna 2011 kasvuvauhti oli 10 % Suomessa ja 20 % Ruotsissa. Koko tuoteperheen liikevaihto oli yhteensä yli 130 miljoonaa euroa. (Harju 2011, 43.)

Arla Ingmanin laktoosittomaan tuotevalikoimaan kuului vuonna 2011 huomattava määrä erilaisia tuotteita, kuten kermaviili, ruoka- ja vispikerma, kevyt ja rasvaton maitojuoma, voi ja erilaisia juustoja, kuten salaattijuusto ja kermajuusto (Arla Ingman d). Laktoosittomien tuotteiden kehitys oli ollut vuosien varrella hyvä varsinkin maidoissa ja suurkeittiötuotteissa, joissa suurin osa tuotteista oli laktoosittomia. Muissa tuoteryhmissä kehitys oli ollut positiivista, mutta osuus koko kategoriasta oli vielä suhteellisen pieni. Arla Ingmanin tuoteviestintäpäällikkö Minna Elovainion mukaan yritys oli tyytyväinen laktoosittomien tuotteiden kehitykseen ja etenkin siihen, että tuotteet olivat vakiinnuttaneet paikkansa markkinoilla. Ulkomaille tuotteita kuitenkin ei oltu toistaiseksi vielä viety. (Elovainio, M. 7.2.2012.)

3.6 Valion laktoosittomien tuotteiden lanseeraaminen ulkomaille

Vuonna 2002 Valio Sverige lanseerasi ensimmäiset laktoosittomat tuotteet Ruotsin markkinoille (Valio 2009). Laktoositonta maitojuomaa myytiin kaikkialla Ruotsissa ja se tuotiin Kouvola tehtaalta suoraan asiakkaiden keskusvarastoihin. Valio oli panostanut markkinointiin Ruotsissa ennen lanseeraamista, jotta kohderyhmä löytäisi tuotteet. Silti ensimmäisten viikkojen myynti ylitti Ruotsissa kaikki odotukset. Hurjat myyntiluvut oli

tuolloin vaikea arvioida, sillä laktoositon maitojuoma oli täysin uusi asia markkinoilla ja sen hinta oli kaksinkertainen tavalliseen maitoon verrattuna. Vuonna 2002 Ruotsissa arvioitiin olevan laktoosi-intoleranssi noin 5 % väestöstä. Suurimmilla meijereillä Ruotsissa oli jonkin verran vähälaktoosisia tuotteita tarjolla, mikä teki Valion laajasta HY-LA-tuotetarjonnasta ja laktoosittomasta maitojuomasta selvästi kattavimman kokonaisuuden. (Maito ja Me 2002b.) Vuonna 2005 Valio vei edellisten tuotteiden lisäksi Ruotsiin myös laktoosittomia jogurtteja, viilejä sekä ruuanvalmistustuotteita (Valio 2005a).

Vuonna 2005 Valion laktoosittoman maitojuoman ulkomaanmarkkinat laajenivat entisestään, kun yhtiö alkoi viedä Suomessa valmistettu tuotetta tytäryhtiö Valio-Vache Bleue kautta Belgiaan. Arvioiden mukaan Belgian väestöstä 1-5 % kärsi laktoosi-intoleranssista. Laktoositon maitojuoma otettiin maassa hyvin vastaan muun muassa hyvän maun ja täyden laktoosittomuuden takia. (Valio 2005a.) Samana vuonna Valion kehittelemällä teknologialla valmistettu laktoositon maito tuotiin markkinoille ensimmäistä kertaa Aasiassa, kun yhteistyökumppani Maeil Dairy aloitti laktoosittoman maidon tuotannon. Tuotannon aloittaminen oli tärkeä askel Aasiassa, jossa lähes 90 % väestöstä on laktoosi-intoleranttikkoja. (Valio 2005b.)

Belgian lisäksi Valion laktoositonta maitoa on viety vuodesta 2007 alkaen Baltiaan, vuodesta 2008 Venäjälle ja vuodesta 2009 USA:han (Valio 2009). Näiden maiden lisäksi Valion laktoosittoman maidon valmistusteknologia on lisensioitu Zero Lactose™ nimellä viiteen maahan, jotka ovat Norja, Sveitsi, Espanja, Etelä-Korea ja Meksiko. Belgiaan, Baltiaan, Venäjälle sekä Ranskaan laktoositon maito on myös kulkenut Zero Lactose-merkin alla, mutta Valion valmistama Suomessa. (Valio 2011g.) USA:ssa laktoositon maito on myyty nimellä Valio Real Goodness. USA:n markkinoille tullut laktoositon maito oli vuonna 2009 ensimmäinen laatuaan. Aikaisemmin kauppojen hyllyiltä oli löytynyt makeahkoa ja vetistä laktoositonta maitoa, kunnes Valio myi osaamistaan eteenpäin ja USA:ssa saatiin markkinoille oikeaan maitoa. Innovaatio oli tärkeä maalle, jossa arvioidaan olevan noin 60 miljoonaa laktoosi-intoleranssista kärsivää henkilöä. (Valio 2009.)

4 Lomakehaastattelu ja myyntiluvut elintarvikemyymälässä

Tässä luvussa käsitellään työn tavoitetta, joka on selvittää erään elintarvikemyymälän asiakkaiden laktoosittomien maitotaloustuotteiden käyttöä. Luvussa kuvataan muun käytettyjä tutkimusmenetelmiä, joita ovat lomakehaastattelu ja erään helsinkiläisen elintarvikemyymälän myyntiluvut, joista selviää Ingmanin ja Valion neljän maitojuoman kehitys verrattuna vastaaviin maitoihin vuosina 2009-2011.

4.1 Tutkimuksen tavoite ja tutkimusongelmat

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää erään helsinkiläisen elintarvikemyymälän asiakkaiden laktoosittomien tuotteiden käyttöä. Tutkimus keskittyi selvittämään, minkä takia laktoosittomia maitotaloustuotteita käytetään, kuka tuotteita käyttää ja mitä maitotaloustuotteita käytetään. Lisäksi selvitettiin erään helsinkiläisen elintarvikemyymälän myyntilukujen perusteella, miten laktoosittomien maitotaloustuotteiden myynti oli kehittynyt tavallisiin maitoihin verrattuna viimeisen kolmen vuoden aikana vuosina 2009-2011.

Tutkimusaiheeseen päädyttiin sen takia, että laktoosittomien maitotaloustuotteiden valikoima oli vuosien varrella kasvanut huomattavasti samalla kuin vähälaktoosisten tuotteiden määrä oli vähentynyt. Tutkimuksen avulla haluttiin selvittää, mikä on laktoosittomien maitotaloustuotteiden suosion salaisuus eli minkä takia kuluttajat tuotteita ostavat. Tutkimustulosten perusteella saatiin uutta tietoa siihen, millä perusteilla kuluttajat ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita. Tutkimuksen avulla ratkaistiin myös se, oliko laktoosittomien maitotaloustuotteiden käyttö kaikille käyttäjille tarpeellista vai voisivatko jotkin kuluttajat käyttää esimerkiksi vähälaktoosisia tuotteita laktoosittomien tuotteiden sijaan.

4.2 Lomakehaastattelu

4.2.1 Lomakkeen tekeminen ja sisältö

Empiirinen osa tehtiin osin kvantitatiivisena tutkimuksena, joka suoritettiin strukturoidulla lomakehaastattelulla eli vastaajille esitettiin samat kysymykset, joiden muoto ja esittämisjärjestys oli määrätty. Tutkimuksessa käytetty haastattelulomake löytyy tämän

työn liitteenä. Lomakkeessa oli yhdeksän kysymystä, joista neljä ensimmäistä keskittyivät vastaajan taustatietoihin ja loput viisi laktoosi-intoleranssiin sekä laktoosittomien maitotaloustuotteiden ostamiseen ja käyttöön. Taustakysymykset koostuivat sukupuolesta, syntymävuodesta, koulutuksesta ja ammattiasemasta. Koulutus-kysymykseen oli valittavissa yhdeksän vaihtoehtoa, jotka olivat kansakoulu, opistotaso, peruskoulu, ammattikoulu, lukio, ammattikorkea, yliopisto, muu korkeakoulu ja muu koulutus. Ammattiasema kysyttäessä vastaaja valitsi puolestaan kahdeksasta valintavaihtoehdosta, jotka olivat työntekijä, toimihenkilö, opiskelija, eläkeläinen, yrittäjä, kotiäiti/-isä, työtön ja varusmies.

Seuraavat viisi kysymystä keskittyivät laktoosi-intoleranssiin, laktoosittomien maitotuotteiden ostoon ja käyttämiseen. Viidentenä kysymyksenä kysyttiin, kenelle vastaaja osti laktoosittomia maitotaloustuotteita. Vastausvaihtoehdot olivat perheelle, itselleni, vieraille & kavereille sekä muu vastausvaihtoehto. Kuudentena kysymyksenä kysyttiin, oliko laktoosittomien maitotuotteiden käyttäjällä todettu laktoosi-intoleranssi. Vastaaja saattoi valita kyllä, ei tai ei tiedä-vastausvaihtoehdoista sopivimman. Loppuihin kolmeen kysymykseen vastaajat vastasivat omin sanoin. Viimeisissä kysymyksessä kysyttiin, mitä tuotteita henkilö osti laktoosittomana, minkä takia hän tuotteita osti ja lopuksi, oliko jokin sellainen tuote, jota henkilö ei ostanut laktoosittomana.

Lomakkeesta tehtiin mahdollisimman selkeä ja kysymykset ja vastausvaihtoehdot muo-
toiltiin niin, että ne tarkoittaisivat kaikille vastaajille samanlaisia asioita. Kysymyksistä tehtiin lyhyitä ja ytimekkäitä, jotta vastaaminen olisi mahdollisimman yksinkertaista. Lomaketta testattiin kavereilla ja tutuilla ennen tutkimuksen tekemistä ja siinä selvisi, ettei alkuperäinen lomake vastannut täysin tutkimuksen tavoitteita ja siitä saatu tieto oli liiankin laajaa. Koevastaajilta kysyttäessä, mitä laktoosittomia tuotteita henkilöt ostivat, vastaukset saattoivat olla hyvin monipuolisia, sillä esimerkiksi monet leivät, pullat, leik-
keleet ja valmisruuat oli merkitty laktoositon-merkillä. Vastaukset olisivat saattaneet oikeassakin tutkimuksessa olla turhankin laajoja, jonka vuoksi jonkinlaista rajausta oli syytä tehdä ennen oikean tutkimuksen tekemistä. Aluksi sekä työ että lomake siis käsit-
teli ylipäättänsä laktoosittomia tuotteita, mutta testaamisen tuloksena havaittiin lak-
toosittoman valikoiman olevan niin monipuolinen, että päädyttiin tiedustelemaan vas-
taajilta vain laktoosittomien maitotaloustuotteiden käyttöä.

Testauksen yhteydessä haastattelun muoto ja kysymysten järjestys muokkaantui ja vasta sen jälkeen haastattelu suoritettiin elintarvikemyymälän asiakkaille. Lomakehaastattelun tarkoitus oli saada hieman tietoa vastaajasta itsestään, mutta myös selvittää, miksi vastaajat ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita. Lomake oli suunniteltu niin, että vastaajien taustatiedot voisivat mahdollisesti selittää heidän ostokäyttäytymistään. Taustatiedot voisivat selittää esimerkiksi sitä, olivatko korkeammin koulutetut tai korkeammassa asemassa olevat henkilöt enemmän tietoisia oman laktoosittomien tuotteiden käytön syistä kuin alhaisemmin koulutetut tai työskentelevät.

4.2.2 Haastatteluiden tekeminen elintarvikemyymälässä

Lomakehaastattelun avulla tapahtuva tutkimus toteutettiin helsinkiläisessä ruokakaupassa helmikuussa 2012. Tutkimusta elintarvikekaupassa oli suorittamassa kaksi henkilö. Toinen olin minä ja toinen elintarvikemyymälässä aikaisemmin töissä ollut henkilö, joka käyttää laktoosittomia tuotteita arkielämässä ja tuntee näin ollen hyvin tuotevalikoiman. Hän oli myös tekijän lailla kiinnostunut tutkimuksen tekemisestä. Näiden perusteluiden vuoksi hän sopi myös haastattelijan roolin. Haastattelijat keskustelivat lomaketta suunnitellessa ja ennen tutkimuksen tekemistä siitä, että haastattelut tehtäisiin mahdollisimman samalla tyylillä ja tavalla, jotta ne olisivat verrannollisia keskenään, eikä eroavaisuuksia juuri tapahtuisi. Toiseen haastattelijaan päädyttiin muun muassa sen vuoksi, että minä katsoin haastattelupaikan viime hetken vaihdoksen, maitotaloustuotteiden läheisyydestä sisääntuloporttien viereen, vaikuttavan vastaajien määrään negatiivisesti. Kun laktoosittomien tuotteiden ostotapahtumaa ei pystytty suoraan tarkkailemaan, täytyi haastattelijan aktiivisesti kysellä lähes kaikilta sisään elintarvikemyymälään meneviltä henkilöiltä, ostivatko he laktoosittomia tuotteita. Tutkimuksen etenemisen kannalta oli tärkeää, että toinen haastattelijaa saattoi täyttää lomaketta vastaajan kanssa, kun toinen pyysi ihmisiä osallistumaan tutkimukseen. Monet potentiaaliset vastaajat olisivat menneet ohi sillä aikaa, kun yksi haastattelijaa olisi täyttänyt lomaketta toisen vastaajan kanssa. Kahden haastattelijan avulla saatiin enemmän vastaajia tutkimukseen lyhyemmän ajan sisällä kuin, jos vain yksi haastattelijaa olisi tehnyt tutkimusta.

Tutkimus suoritettiin arkipäivinä kello 10–15 välisenä aikana. Ajankohtaan päädyttiin sen vuoksi, että kokemusten perusteella tiedettiin, että tuona aikana myymälässä on

rauhallisempaa ja kiireettömämpää kuin esimerkiksi iltapäivällä tai illalla. Aamupäivällä ja päivällä myymälässä myös vierailee eri-ikäisiä henkilöitä, jonka vuoksi ajankohta katsottiin sopivaksi. Yleensä ihmiset eivät ole niin kiireisiä keskipäivän tunteina kuin esimerkiksi iltapäivällä tai illalla, kun monet palaavat töistä ja ovat väsyneitä. Tutkimusta tehdessä tämä kävi hyvin selväksi, sillä kun kello lähestyi kolmea, ihmiset pääsivät töistä ja koulusta ja luultavasti sen vuoksi olivat selvästi kiireisempiä, eikä vastaajien saaminen sujunut enää niin helposti. Aikainen aamu ennen kello 10 katsottiin huonoksi tutkimusajankohdaksi, koska silloin asiakkaita on vähän ja monet ovat matkalla töihin, eivätkä ehdi vastaamaan tutkimukseen.

Ennen tutkimuksen aloittamista elintarvikemyymälän esimieheltä pyydettiin lupa siihen, että asiakkaita saadaan ns. häiritä lomakehaastattelun kysymyksillä sovittuina päivinä ja kellonaikana. Tutkimus oli tarkoitus tehdä maitotaloustuotteiden läheisyydessä siten, että haastattelijat tutkivat kuluttajien ostotoimintaa. Sellaiset henkilöt, jotka olivat ai-keissa ostaa laktoosittoman maitotaloustuotteen, pyydettiin osallistumaan tutkimukseen. Tutkimusta suunnitellessa tekijä oli keskustellut sen tekemisessä elintarvikemyymälässä. Kun tutkimusta oli tarkoitus alkaa tekemään, selvisikin, ettei elintarvikemyymälän sisällä saanut tutkimusta suorittaa, jonka vuoksi se päätettiin toteuttaa sisääntuloporttien luona.

Elintarvikemyymälään sisään tulevaa asiakasta lähestyttiin ystävällisesti ja tiedusteltiin, oliko hänellä pieni hetki aikaa vastata opinnäytetyötutkimukseen ja ostiko hän laktoosittomia maitotaloustuotteita. Mikäli kyseinen henkilö vastasi myöntävästi, häneltä kysyttiin, olisiko hän kiinnostunut vastaamaan laktoosittomien tuotteiden myyntiä koskeviin kysymyksiin. Jos kuluttaja halusi vastata, alkoi haastattelijä kysyä lomakehaastattelun kysymyksiä järjestyksessä. Suurimmalle osalle vastaajista kerrottiin ennen tutkimuksen aloittamista, että kyseessä oli opinnäytetyöhön liittyvä tutkimus. Monille vastaajille se oli tärkeä tieto, koska he eivät halunneet osallistua yritykseen järjestämään tutkimukseen tai gallupiin. Mikäli vastaaja oli kiinnostunut tietämään enemmän opinnäytetyötutkimuksesta tai -aiheesta, hänelle kerrottiin, että opinnäytetyö tehdään HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa ja sen valmistumisajankohta on toukokuu 2012. Joillekin kerrottiin myös enemmän opinnäytetyön tavoitteista ja työn toteuttamistavoista. Jotkin henkilöt halusivat varmistua ennen vastaamisen aloittamista, ettei jokin yritys, esimer-

kiksi Valio tai Ingman, ollut työn taustalla. Heille puolestaan kerrottiin, että työ on opinnäytetyötutkimus laktoosittomien maitotaloustuotteiden myynnistä, sen ostajakunnasta sekä syistä, miksi henkilöt ostavat laktoosittomia maitotaloustuotteita. Yritykset eivät siis olleet työn taustalla. Monille vastaajille tämä oli tärkeä tieto, koska he kertoivat, etteivät olisi vastanneet, jos tutkimus ei olisi tullut koulutyötä varten.

Joitakin vastaajia autettiin hieman kysymyksiin vastaamisen kanssa. Vastaajia ei kuitenkaan johdateltu kysymyksiä ääneen luettaessa, eikä heille ehdoteltu mahdollisia vastausvaihtoehtoja avoimiin kysymyksiin. Perusideana tutkimuksessa oli, että vastaajat vastasivat lomakehaastattelun kysymyksiin järjestyksessä joko itse lukemalla kysymykset tai niin, että haastattelija lausui kysymykset ja mahdolliset vastausvaihtoehdot ääneen. Jotkin vastaajat, vanhemmat ihmiset tai huononäköiset eivät nähneet tai halunneet lukea lomaketta ja niissä tapauksissa haastattelija lausui kaikki kysymykset ja mahdolliset vastausvaihtoehdot ääneen. Haastattelijat olivat tarkkoina siinä, etteivät antaneet äänenpainon tai -sävyyn vaikuttaa vastaajan vastauksiin. Lomaketta luettiin mahdollisimman neutraaliin sävyyn ja samalla tavalla eri vastaajille. Mikäli vastaajat kertoivat omia näkemyksiään tai mielipiteitä tutkimuksen yhteydessä, ne kirjattiin ylös.

Tutkimus olisi voitu suorittaa myös teemahaastatteluna, jolloin laktoosittomia tuotteita käyttävien henkilöiden kanssa olisi keskusteltu ilman varsinaisia kysymyksiä aiheesta. Heidän löytäminen ja suostuminen olisi voinut olla kuitenkin työlästä, sillä haastattelut olisivat vieneet enemmän vastaajien aikaa. Monilla ihmisillä ei ole ylimääräistä aikaa, kun he käyvät kaupassa ostoksilla. Haastatteluiden tekeminen olisi kestänyt kauemmin kuin lomakehaastattelun täyttäminen. Jos haastatteluja olisi sidottu etukäteen aikaan ja paikkaan, olisivat haastateltavien vastaukset saattaneet olla suunnittelun takia erilaisia, eikä haastattelua olisi voitu järjestää normaalissa ostostenteko ympäristössä eli elintarvikekaupassa.

Tutkimusta tehtäessä pidettiin kirjaa tutkimukseen pyydettyjen henkilöiden määrästä. Henkilöt jaettiin kolmeen ryhmään. Ensimmäinen ryhmä koostui sellaisista henkilöistä, jotka kieltäytyivät kokonaan vastaamisesta. Toinen ryhmä koostui henkilöistä, jotka olisivat mahdollisesti vastanneet, mutta eivät sopineet tutkimuskohderyhmään eli he eivät ostaneet laktoosittomia maitotaloustuotteita. Kolmas ryhmä oli tutkimukseen vas-

tanneet. Kieltäytyneiltä henkilöiltä ei kysytty kieltäytymisen syytä, sillä monilta ohikulkivilta ihmisiltä ei sitä ollut mahdollista tiedustella. Mikäli ihmiset sen kertoivat, se kuitenkin kirjattiin ylös. Lisäksi tutkimukseen osallistuvien vastaajien mielipiteitä, tunteuksia ja vastausperusteluita kirjattiin ylös samalla, kun lomaketta täytettiin.

Lomaketutkimuksen jälkeen vastaukset kerättiin yhteen ja ne tallennettiin excel-
taulukkaan. Tutkimustulosten analysointi tehtiin siten, että ennen vastauslomakkeiden tutkimista ja kirjaamista tyhjään excel-taulukkaan tehtiin pystysuoralle riville numerot 1-101 ja vaakasuoralle lomakkeen kysymykset järjestyksessä. Tämän jälkeen vastauslomakkeet käytiin läpi yksitellen ja tiedot tallennettiin taulukkaan huolellisesti. Tallentamisen jälkeen alkoi tietojen analysointi ja läpikäyminen. Aluksi tietoja tutkittiin pinta-puolisesta, jotta nähtiin, oliko tuloksissa samankaltaisuuksia ja mistä tutkimuksen analysoinnissa kannatti lähteä liikkeelle. Tämän jälkeen taustatiedoista tehtiin pylväskaaviot, jotta nähtiin, minkälaisia henkilöitä vastaajat oikein olivat. Kaavioiden avulla saattoi nähdä tuloksia hieman eri tavalla, kun niitä pystyi vertailemaan selkeämmin keskenään. Seuraavaksi vuorossa oli tulosten analysoiminen ja johtopäätöksien tekeminen.

4.3 Laktoosittomien tuotteiden myynti elintarvikekaupassa vuosina 2009–2011

Toiseksi tutkimustavaksi valittiin erään helsinkiläisen elintarvikemyymälän maitojen ja laktoosittomien maitojuomien myyntiluvut vuosina 2009–2011. Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miten laktoosittoman maitojuoman myynti oli kehittynyt tavalliseen laktoosia sisältävään maitoon verrattuna kolmen viimeisen vuoden aikana. Tuotteiden tutkimuksessa käytettiin helsinkiläisen elintarvikemyymälän myyntitilastoja ja raportteja tutkittavilta vuosilta. Tutkimus päätettiin tehdä viimeisen kolmen vuoden tietojen perusteella, sillä vuoden 2008 ja sitä aikaisemmin tallennetut tiedot olivat vaikeasti saatavilla, eikä niiden katsottu antavan välttämätöntä tietoa tähän tutkimukseen. Kolmen vuoden myyntitiedot näyttivät selvästi laktoosittomien maitojuomien myynnin suunnan.

Tutkimus eteni siten, että aluksi laskettiin esimerkiksi vuoden 2009 Valion rasvattoman maidon kaikki myydyt litran tölkit yhteen. Samoin toimittiin Valion rasvattoman laktoosittoman maitojuoman kohdalla. Tämän jälkeen saatuja lukuja verrattiin toisiinsa ja

katsottiin, kuinka suuri osa myydystä kokonaismäärästä oli laktoositonta maitojuomaa. Tätä vertailua tehtiin neljälle eri tutkimusparille, jotka olivat Valion rasvaton maito ja Valion rasvaton laktoositon maitojuoma, Valion kevytmaito ja Valion laktoositon kevytmaitojuoma, Ingmanin rasvaton maito ja Ingmanin laktoositon rasvaton maitojuoma sekä Ingmanin kevytmaito ja Ingmanin kevyt laktoositon maitojuoma. Lopuksi saaduista tiedoista tehtiin johtopäätökset ja yhteenveto.

Tutkittavat tuotteet valittiin kyseisen elintarvikemyymälän myyntitilastoja silmällä pitäen. Valitut tuotteet olivat olleet myydyimpien maitotaloustuotteiden joukossa usean vuoden ajan ja ne olivat vertailukelpoisia keskenään, sillä valitut parit olivat saman valmistajan tuottamia ja niiden kokoluokka oli sama, yksi litra. Tähän tutkimukseen ei voitu ottaa muiden valmistajien samanlaisia tuotteita, sillä ne eivät joko olleet myymälän valikoimissa kolmea vuotta tai sitten sopivalla tuotteella ei ollut vertailukohdetta. Esimerkiksi S-ryhmän oma merkki Rainbow:n tuotteisiin kuuluivat sekä rasvaton että kevyt laktoositon maitojuoma. Tuotteille ei kuitenkaan löytynyt vastaavaa kevyttä tai rasvatonta maitoa. Tutkimuksessa ei myöskään pystytty vertailemaan esimerkiksi jogurtteja tai voita. Esimerkiksi Valio valmistaa molempia laktoosia sisältävänä ja laktoosittomana, mutta pakkauskoot ja jogurttien maut ovat erilaisia. Vertailua olisi ollut lähes mahdoton tehdä, eikä siitä olisi saanut totuudenmukaista. Tämän vuoksi tutkimus ei keskity edellä mainittujen tuotteiden vertailemiseen.

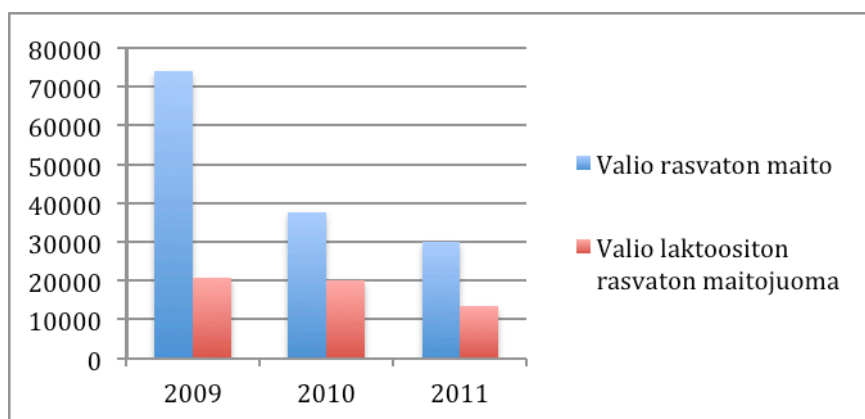
5 Tulokset

Tässä luvussa keskitytään erään helsinkiläisen elintarvikemyymälän maitojen ja laktoosittomien maitojuomien myyntilukuihin vuosina 2009-2011. Luku käsittelee laktoosittomien maitojuomien suosiota verrattuna tavallisiin maitoihin. Lisäksi luvussa kerrotaan lomakehaastattelusta saatujen tietojen tuloksia kuvioiden ja tutkimustyön perusteella.

5.1 Laktoosittoman maitojuoman osuus myydyistä maidoista kasvaa

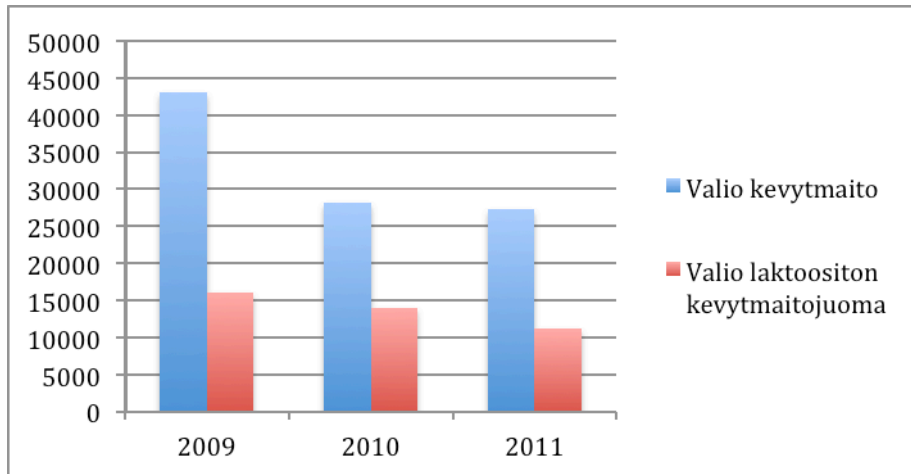
Tässä alaluvussa vertaillaan maitojen ja maitojuomien lukuja. Osaa luvuista on hieman pyöristetty lukijaystävällisemmiksi, mutta prosentteja laskettaessa ja kuvioita tehdessä, laskuissa on käytetty tarkkoja lukuja.

Alla olevasta kuviosta 1 voidaan havaita, että tutkimuksessa käytetty helsinkiläinen elintarvikemyymälä oli myynyt vuonna 2009 yli 74 000 litraa Valion rasvatonta maitoa. Valion valmistamaa rasvatonta laktoositonta maitojuomaa myytiin noin 21 000 litraa. Yhteensä tuotteita myytiin vuonna 2009 yli 95 000 litraa. Laktoosittoman maitojuoman osuus kokonaismyynnistä oli prosentteina 21,9. Vuonna 2010 luvut olivat 37 500 ja 20 000, jolloin kokonaismääräksi muodostui yli 57 000 myytyä litraa. Rasvattoman laktoosittoman maitojuoman osuus oli näin 34,8 %. Vuonna 2011 luvut olivat 31 000 ja 13 500, mikä tarkoittaa, että kokonaismäärä oli lähes 44 500 litraa. Rasvattoman laktoosittoman maitojuoman osuus oli näin ollen 30,5 %.



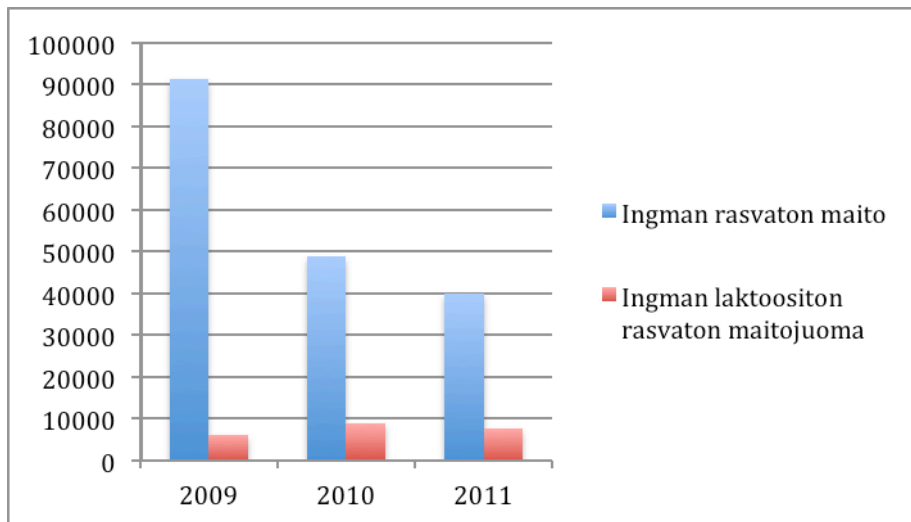
Kuvio 1. Valion rasvattoman maidon ja laktoosittoman maitojuoman myyntiluvut vuosina 2009-2011

Kuviosta 2 voidaan todeta, että Valion kevytmaitoa myytiin vuonna 2009 noin 43 000 litraa, kun laktoositonta kevyttä maitojuomaa myytiin puolestaan hieman yli 16 000. Yhteismääräksi muodostui yli 59 000 myytyä litraa, mikä tarkoittaa laktoosittoman maitojuoman osuuden olleen 27,2 %. Vuonna 2010 luvut olivat 28 000 ja 14 000 litraa, mikä tarkoittaa yhteensä noin 42 000 litraa. Laktoosittoman maitojuoman osuus myydyistä tuotteista oli näin ollen 32,9 %. Vuonna 2011 luvut olivat noin 27 000 ja 11 000. Laktoosittoman maitojuoma osuus kokonaismäärästä 38 500 litraa eli 29 %.



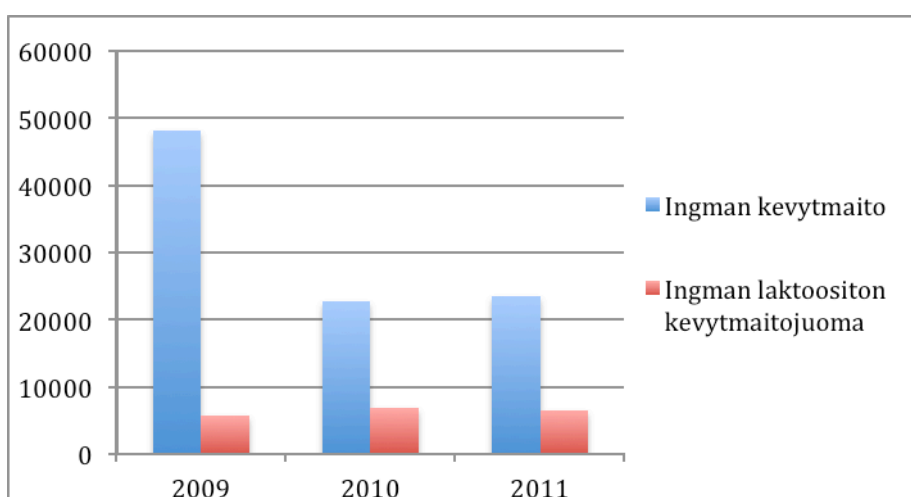
Kuvio 2. Valion kevytmaidon ja kevytmaitojuoman myyntiluvut vuosina 2009-2011

Kuviot 3 ja 4 vertailee Ingmanin myytyjä maitoja ja maitojuomia. Kuviosta 3 voidaankin havaita, että Ingmanin rasvatonta maitoa myytiin vuonna 2009 yli 91 000 litraa, kun rasvatonta maitojuomaa myytiin reilut 6000 litraa. Kokonaismyynti määräksi muodostui yli 97 000 litraa, josta laktoosittoman maitojuoman osuus oli 6,3 %. Vuonna 2010 rasvatonta maitoa myytiin noin 49 000 ja rasvatonta maitojuomaa hieman alle 9 000 litraa. Yhteenlaskettuna tuotteet tekevät lähes 58 000 litraa, josta laktoosittoman maitojuoman määrä oli 15,4 %. Vuonna 2011 luvut olivat 40 000 ja 7 700 eli yhteensä vajaat 48 000 litraa, josta laktoositonta maitojuomaa oli 16,1 %.



Kuvio 3. Ingmanin rasvattoman maidon ja laktoositoman maitojuoman myyntiluvut vuosina 2009-2011

Kuvio 4 vertailee Ingmanin kevytmaidon ja kevytmaitojuoman myyntitilastoja. Ingmanin kevytmaito myytiin vuonna 2009 noin 48 000 litraa, kun kevytmaitojuomaa myytiin 5600 litraa. Yhteensä tuotteet tekevät lähes 54 000 litraa josta laktoositoman maitojuoman määrä oli 10,4 %. Vuonna 2010 luvut olivat noin 23 000 ja 7 000, mikä tarkoittaa yhteensä lähes 30 000 myytyä litraa. Laktoositonta maitojuomaa myytiin siis kokonaismäärästä 23,1 %. Vuonna 2011 kevytmaidon myytiin 23 500 ja kevytmaitojuomaa hieman yli 6 000. Kokonaismyymäntimäärä oli näin ollen lähes 30 000 litraa, mikä tekee laktoositoman maitojuoman osuudeksi 21,3 %.



Kuvio 4. Ingmanin kevytmaidon ja laktoositoman kevytmaidon myyntiluvut vuosina 2009-2011

Tulokset kertovat siitä, että laktoosittoman maitojuoma myynti oli vuodesta 2009 vuoteen 2010 noussut jokaisen verrattavan parin kohdalla. Varsinkin Ingmanin laktoosittoman maitojuomat olivat nostaneet myyntiosuuttaan verrattuna Ingmanin tavalliseen rasvattomaan ja kevyeen maitoon. Esimerkiksi vuonna 2009 Ingmanin laktoosittomaa maitojuomaa myytiin 6,3 %, kun tavallisen rasvattoman osuus oli 93,7 %. Vuonna 2010 prosentit olivat jo muuttuneet huomattavasti, sillä maitojuomaa oli myyty 15,4 %, mikä tarkoittaa, että tavalliselle rasvattomalle maidolle jää 84,6 % osuus. Tämän voi havaita myös kuvioista 3. Valion laktoosittomien maitojuomien myyntiosuudet olivat myös nousseet, mutta eivät niin paljon. Vuoden 2010 oli siis laktoosittomien maitojuomien kannalta hyvin nousujohteinen vuosi verrattuna vuoteen 2009. Vuonna 2011 laktoosittomien maitojuomien prosenttiosuudet lähtivät pienen laskuun muiden paitsi Ingmanin rasvaton maito/rasvaton maitojuoma-parin kohdalla. Lähes kaikkia maitoja ja maitojuomia myytiin hieman edellisvuotta vähemmän. Tulokset kertovat myös sen, että laktoosittomien maitojuomien myyntiosuudet laskivat hieman tavallisiin maitoihin verrattuna. Vain Ingmanin kevytmaitoa myytiin edellisvuotta enemmän.

5.2 Haastattelututkimus elintarvikemyymälässä

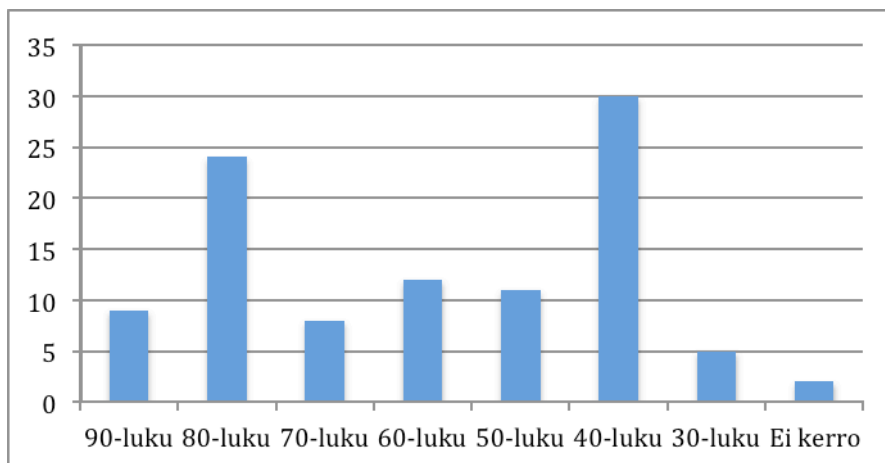
5.2.1 Vastaajien taustatiedot

Tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää sitä, ketkä käyttivät laktoosittomia tuotteita, minkä takia he tuotteita käyttivät ja mitä tuotteita he ostosreissuiltaan ostivat. Tutkimukseen osallistujien määrään vaikutti vahvasti se, miten asian esitti potentiaalisille vastaajille. Vastaajien kiinnostuksen herättäminen riippui usein siitä, aloittiko sillä, että on opinnäytetyötutkimus vai sillä, onko henkilöllä pieni hetki aikaa. Kun aloitti puhumisen opinnäytetyötutkimuksesta, ihmiset vastasivat mielummin kuin silloin, jos aloitti jollain muulla tavalla. Jotkin elintarvikemyymälään tulleet asiakkaat käänsivät päänsä suoraan pois, jonka vuoksi heiltä ei kysytty lainkaan.

Haastattelijat pyysivät yhteensä 426 henkilöä vastaamaan tutkimukseen ja heistä osallistui 101 henkilöä. Tutkimukseen pyydetty henkilöt jaettiin kolmeen ryhmään. Ensimmäinen ryhmä koostui 175 henkilöstä, joista suurin osa kertoi kieltäytymisen syyksi kiireen tai kiinnostuksen puuttumisen. Osa pelkäsi, että haastattelijat olivat myymässä jotain tai tekemässä gallup-tutkimusta, eivätkä halunneet edes kuunnella. Jotkin tutki-

mukseen pyydetty henkilöt eivät vastanneet mitään tai halusivat selvästi välttää kontaktia haastattelijan kanssa. Osa tutkimukseen pyydettyistä pariskunnista oli sellaisia, joissa mies olisi ollut kiinnostunut vastaamaan, mutta nainen ei. Tutkimuksen kieltäytyjät olivat suurimmaksi osin perheellisiä 30-40-vuotiaita tai keski-ikäisiä miehiä ja naisia. Toiseen ryhmään kuuluivat henkilöt pysähtyivät tai ainakin hidastivat vauhtiaan kuullakseen haastattelijan aiheen ja mahdollisesti kysymykset. Nämä kuultuaan he kuitenkin ilmoittivat, etteivät ostaneet laktoosittomia maitotaloustuotteita ja sen vuoksi eivät sopineet vastaajiksi. Jotkin ohikulkijat olivat hyvin innoissaan tutkimuksesta ja olisivat kovasti halunneet vastata, mutta he eivät sopineet kohderyhmään, minkä takia tutkimusta ei voitu suorittaa.

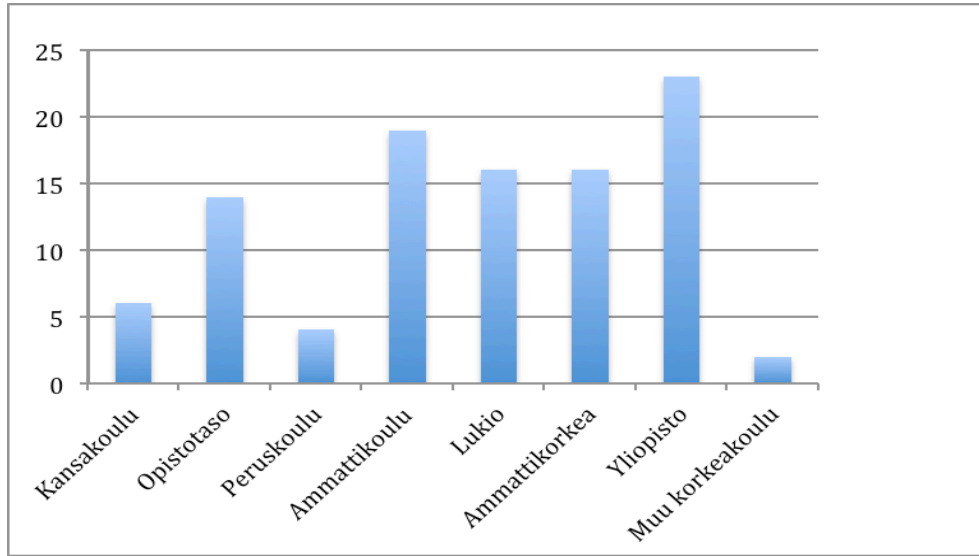
Tutkimuksen vastanneista 101 henkilöstä 43 oli miehiä ja 58 naisia. Toisena kysymyksenä vastaajilta kysyttiin lomakehaastattelussa syntymävuotta. Ikäkysymystä esittävä kuvio kertoo kuitenkin syntymäkymmentä kertovat luvut. Tutkimukseen osallistui suuri määrä eri vuosina syntyneitä henkilöitä, minkä vuoksi päätettiin laittaa samalla vuosikymmenellä syntyneet samaan ryhmään. Alla olevasta pylväskaavioista on näin ollen helppo tulkita tutkimuksen tuloksia.



Kuvio 5. Tutkimukseen osallistuneiden (n=101) lukumäärä syntymävuosikymmenen mukaan

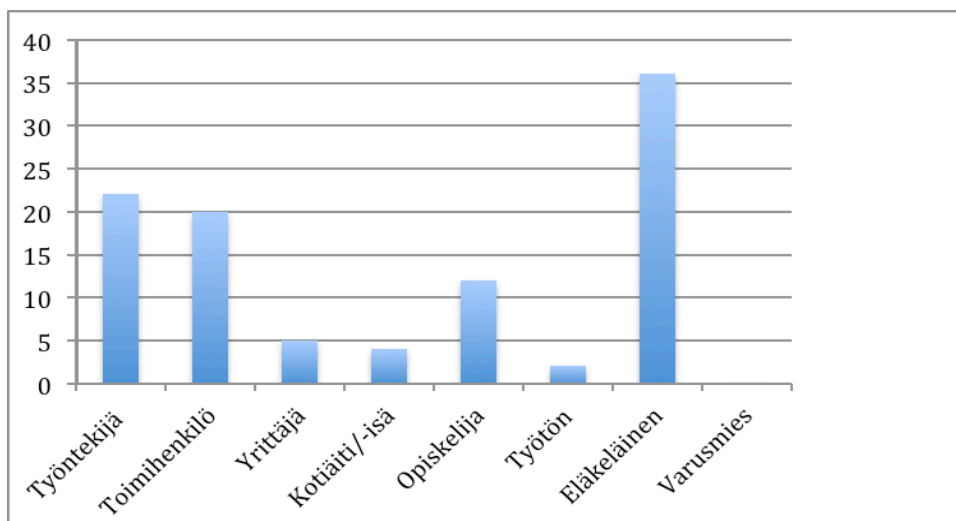
Kuviosta 5 voidaan huomata, että eniten vastanneita oli 1940-luvulla syntyneet, joita oli yhteensä 30. Toiseksi suurin ryhmä oli 1980-luvulla syntyneet, joita oli 24. Loput vastaajat jakaantuivat suhteellisen tasaisesti eri vuosikymmenille. Kolmanneksi ja neljänneksi eniten vastaajia oli 50- ja 60-luvulla syntyneet, joiden jälkeen tulivat 90- ja 70-

luku. Vähiten vastauksia saatiin 30-luvulla syntyneiltä henkilöiltä. Kaksi vastaajaa ei halunnut kertoa syntymävuottaan, jonka vuoksi heidät sijoitettiin Ei kerro-ryhmään.



Kuvio 6. Vastaajien (n=101) jakautuminen koulutustaustan mukaan

Kolmas kysymys käsitteli vastaajan koulutusta. Kuviosta 6 nähdään, että tavallisimmat vastausryhmät, johon kuhunkin kuului yli 15 vastaajaa, olivat ammattikoulu, lukio, ammattikorkea ja yliopisto. Niiden jälkeen tuli opistotaso, joka sopi 14 vastaajalle parhaiten. Kansakoulu, peruskoulu ja muu korkeakoulu saivat kukin 2-6 vastaajaa.



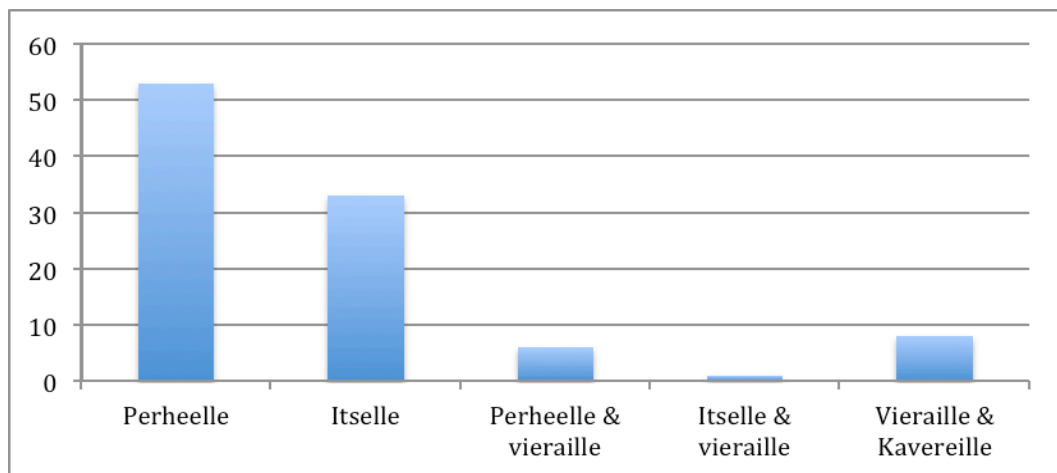
Kuvio 7. Vastaajien (n=101) jakautuminen ammattiaseman mukaan

Neljäntenä kysymyksenä kysyttiin vastaajan ammattiasemaa tällä hetkellä. Kuviosta 7 voidaan huomata, että vastaajista suurin osa oli eläkeläisiä, työntekijöitä ja toimihenki-

löitä. Opiskelijoita osallistui tutkimukseen seuraavaksi eniten 12 vastauksella. Yrittäjät, kotiäidit/-isät ja työttömät sopivat yhteensä yhdelletoista vastaajalle. Tutkimukseen ei osallistunut varusmiehiä.

5.2.2 Elintarvikemyymälän asiakaskunnan laktoosittomien maitotuotteiden käytön syyt

Viidentenä kysymyksenä kysyttiin, kenelle tutkimuksen vastaaja osti laktoosittomia tuotteita.

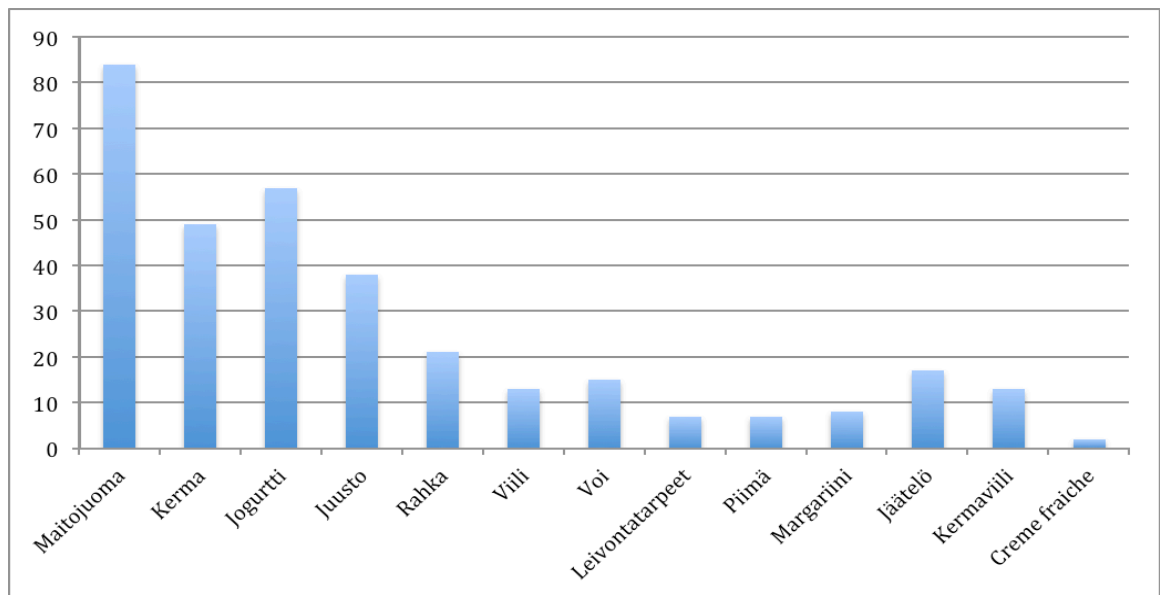


Kuvio 8. Vastaajat (n=101) ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita kuvion henkilöille

Kuviosta 8 voidaan havaita, että selvästi suurin osa vastaajista kertoi ostavansa laktoosittomia maitotaloustuotteita perheelleen. Jotkin vastaajat kertoivat ostavansa tuotteita itselleen ja perheelleen. Tällaiset vastaukset sijoitettiin perheelleni-ryhmään, sillä vastaajien katsottiin olevan osa perhettä. Monet vastaajat kertoivat kysymyksen yhteydessä, että jollain perheenjäsenellä oli joko todettu laktoosi-intoleranssi tai hänellä oli vastaavia oireita. Tämän vuoksi koko perhe söi laktoosittomia maitotaloustuotteita lähes päivittäin. Jotkin vastaajat kertoivat, että olisi turhan vaivanloista ostaa osalle perhettä laktoositonta ja osalle laktoosia sisältäviä tuotteita, koska kaikki perheessä pystyvät syömään laktoosittomia maitotaloustuotteita. Jotkin vastaajat olivat sitä mieltä, että oli oikeastaan turhaa ostaa monenlaisia laktoosittomia ja tavallisia tuotteita, kun koko perhe pystyi syömään laktoosittomia maitotalousvalmisteita. Useat avatut purkit ja tölkit vaikeuttivat perheen arkea.

Seuraavaksi eniten vastaajat ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita itselleen. Tämän jälkeen suosituin vastausvaihtoehto olivat vieraat & kaverit. Tähän ryhmään kuuluvat myös tuttavat. Jotkin vastaajat kertoivat ostavansa nimenomaan vieraita ja kavereita varten laktoosittomia tuotteita. Jotkin sanoivat, että ostivat tuotteita varmuuden vuoksi, koska eivät tiedäneet, oliko jollain vieraalla oireita. Osa vastaajista käytti laktoosittomia maitotuotteita itsekin, mikäli kaapissa sellaisia sattui olemaan, kun tuotetta tarvitsi. Pääasiassa oireettomat vastaajat käyttivät kuitenkin laktoosia sisältäviä tuotteita, koska heillä ei ollut oireita. Perheelle & vieraille-ryhmä sai vastauksia yhteensä kuusi kappaletta. Itselle & vieraille-ryhmä sai yhden vastauksen.

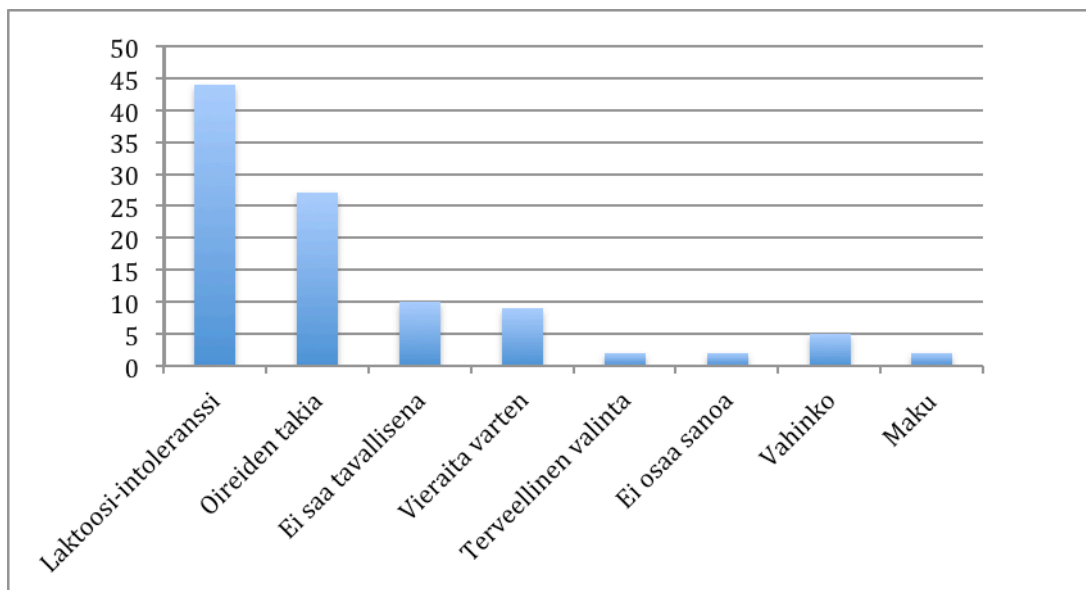
Kuudes kysymys koski sitä, oliko vastaajalla itsellään tai puolestaan sillä, jolle laktoosittomia tuotteita ostettiin, laktoosi-intoleranssia. Tutkimukseen vastanneista 51 vastasi, ettei laktoosi-intoleranssia ollut todettu ja 49 kertoi, että heillä tai laktoosittomia tuotteita käyttävällä henkilöllä, oli todettu laktoosi-intoleranssi. Yksi vastaaja kertoi, että toisella oli todettu ja toisella ei, jonka vuoksi vastaaja ei kuulunut kumpaakaan edellä mainittuun ryhmään.



Kuvio 9. Vastaajat (n=101) ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita

Seitsemännessä kysymyksessä tiedusteltiin, mitä laktoosittomia maitotaloustuotteita vastaaja osti. Vastaajat luettelivat erilaisia tuotteita ja niistä tehtiin havainnollistava kuvio 9, josta voidaan huomata, että selvästi eniten vastaajat ostivat maitojuomaa. Maito

tai maitojuoma mainittiin 84 kertaa, mikä tarkoittaa, että 83 % vastaajista osti laktoositonta maitojuomaa. Toiseksi eniten ostettiin jogurttia ja heti sen perässä tuli kerma. Kerma-ryhmään on laskettu ruoka-, vispi- ja kuohukerma. Useat kertoivat käyttävänsä kaikkia laktoosittomia kermoja, mutta eivät maininneet tarkasti, mitä kermoja ostivat. Tämän vuoksi kaikki kermat päätettiin sisällyttää kerma-ryhmään. Seuraavaksi eniten ostettiin juustoa. Myös juusto-ryhmään kuuluvat sekä rae-, tuore-, leipä-, kerma- ja edam-juusto. Monet vastaajat kertoivat ostavansa vaihtelevasti erilaisia juustoja, eivätkä jaksaneet tai halunneet mainita kaikkia, jonka vuoksi kaikki juustot päädyttiin laittamaan samaan ryhmään. Yli 20 vastaajan listalta löytyi vielä rahka. Loput ryhmät koostuivat alle 20 vastaajan tuotteista. 17 vastaajaa kertoi ostavansa jäätelöä, 15 voita ja 13 viiliä ja kermaviiliä. Helmikuu ja talvi saattoivat vaikuttaa siihen, että jäätelön mainitsi vain pieni osa vastaajista. Lämpimällä tai kuumalla ilmalla jäätelö olisi luultavasti mainittu useampaan kertaan. Alle kymmeneen vastaukseen kuuluivat margariini, piimä, leivontatarpeet ja creme fraiche.

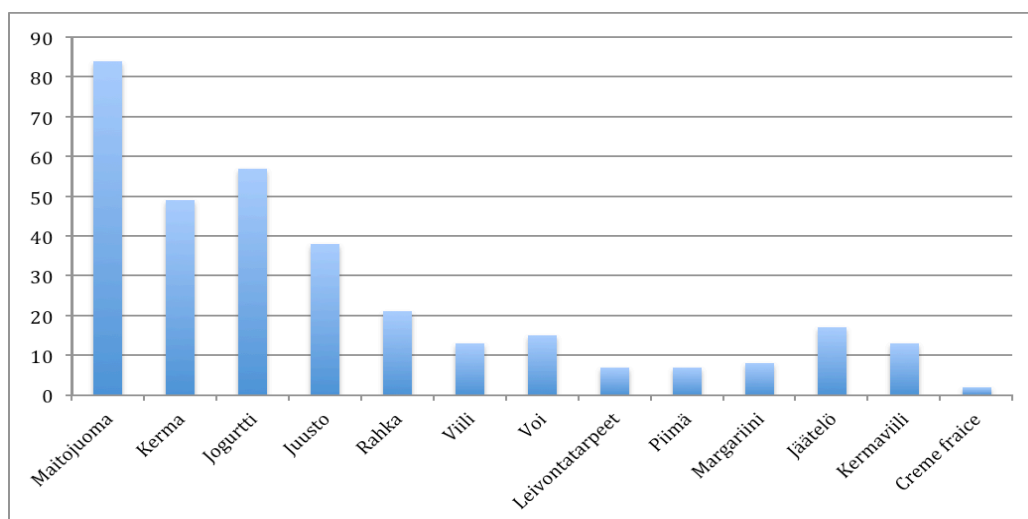


Kuvio 10. Vastaajien (n=101) syyt siihen, miksi he ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita

Toiseksi viimeinen eli kahdeksas kysymys koski sitä, miksi vastaajat ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita. Vastaajien vastaukset jakautuivat kuvion 10 mukaan seuraavasti: 101 vastaajasta 44 kertoi ostavansa laktoosittomia maitotaloustuotteita, koska hänellä tai tuotetta ostettavalle henkilölle tai henkilöille oli todettu laktoosi-intoleranssi.

Muutamalla tähän ryhmään kuuluvalla vastaajalla tai laktoosittomien tuotteiden käyttäjällä oli todettu laktoosi-intoleranssi, mutta kun kysyttiin, miksi henkilö osti laktoosittomia tuotteita, hän ei osannut sanoa. Vastaajista 27 kertoi ostavansa laktoosittomia tuotteita, koska heille tuli oireita, kuten vatsavaivoja, suolistovaivoja, mahan turvotusta, ripulia ja ilmavaivoja. Eräs vastaaja kertoi, että hänen ihonsa irtoaa, ellei hän käytä laktoosittomia tuotteita.

Ei saa tavallisena tuotteena-ryhmään kuuluvat seuraavat vastaukset: tuotetta ei saa tavallisena tai laktoosia sisältävänä tuotteena, ja tuote on uutuus ja se sattuu olemaan laktoositon tuote. Yhdeksän vastaajaa kertoi ostavansa laktoosittomia maitotaloustuotteita vierailleen. Tämän ryhmän vastaajat kertoivat myös, että halusivat ottaa huomioon vieraat ja heidän ”sairautensa”, jotta vierailu sujuisi mukavasti. Tutkimukseen vastanneista kaksi kertoi ostavansa laktoosittomia maitotaloustuotteita sen takia, että ne olivat heidän mielestään terveellisiä. Toiset kaksi vastaajaa ostivat laktoosittomia tuotteita, mutta eivät osanneet sanoa, miksi ostivat tuotteita. Neljä vastaajaa puolestaan kertoi ostavansa laktoosittomia maitotaloustuotteita yleensä vahingossa. Tähän ryhmään kuuluivat myös vastaajat, jotka kertoivat ostavansa mitä tahansa samantapaista tuotetta. Heille ei merkinnyt se, oliko tuote laktoositon, vähälaktoosinen vaiko normaali tuote, joka sisälsi laktoosia. Muutama kertoi myös, että osti laktoosittomia tuotteita vain sen takia, että kaupan hyllyltä ei muuta saanut. Viimeiset kaksi vastaajaa kertoivat ostavansa laktoosittomia maitotaloustuotteita maun takia.



Kuvio 11. Vastaajien (n=101) ajatuksia siitä, ostivatko he laktoosia sisältäviä maitotaloustuotteita

Viimeisessä eli yhdeksännessä kysymyksessä kysyttiin, oliko sellaista maitotaloustuotetta -tai tuotteita, joita vastaaja ei ostanut laktoosittomana. Kuviosta 11 voidaan huomata, että 35 vastaajaa kertoi, ettei ollut sellaista maitotaloustuotetta, jota hän ostaisi laktoosia sisältävänä normaalina tuotteena. Useat vastaajat kertoivat ostavansa aina ja vain laktoosittomia tuotteita, koska eivät voineet käyttää normaaleita. Jotkin kertoivat myös, että jos laktoositonta vaihtoehtoa ei ollut saatavilla, korvaavaa tuotetta ei ostettu. 13 vastaajaa puolestaan ei osannut sanoa, oliko jokin maitotaloustuote, jota hän ei ostanut laktoosittomana. Useat ryhmään kuuluvat vastaajat kertoivat, etteivät olleet miettineet asiaa. Neljä vastaajaa kertoi, että hänelle oli ihan sama, ostaako laktoositonta vai laktoosia sisältävää tuotetta. 10 vastaajaa taas kertoi, että osti suurimman osan laktoosittomana, mutta ne tuotteet, joita hän ei ollut maininnut kysymyksessä seitsemän, hän osti tavallisena eli laktoosia sisältävänä. Tämän ryhmän vastaajiin kuuluivat sekä sellaisia, joilla oli todettu laktoosi-intoleranssi ja sellaisia, joilla sitä ei oltu todettu.

Neljä henkilöä kertoi ostavansa laktoosittomien tuotteiden lisäksi tuotteita, jotka olivat vähälaktoosisia. Loput vastaajat ostivat joitain tuotteita tavallisena eli laktoosia sisältävänä. Vastaajien lukumäärä vaihteli 1-12 välillä. Suosituin tavallisena tuotteena ostettu oli juusto. Sen jälkeen tulivat jogurtti, maito, rasva, jäätelö, viili ja püümä. Vastaajilta ei kysytty, miksi he ostivat joitain tai useita tuotteita laktoosittomina, ja silti jotkin tuotteet ostettiin tavallisena maitotaloustuotteena. Jotkin vastaajat kuitenkin kertoivat, että ostivat joitain tuotteita mieluummin tavallisena kuin laktoosittomana. Eräs vastaaja osti tavallista rasvatonta maitoa laktoosittoman sijaan pahan maun vuoksi. Toinen osti tavallista maitoa, koska laktoositon maitojuoma maksaa niin paljon. Erään vastaajan mielestä osa laktoosittomista maitotaloustuotteista oli liian keinotekoisia, eikä hän sen takia halunnut ostaa niitä. Tavallisen juuston ostajat puolestaan halusivat jotain tiettyä juustoa, eikä sitä saanut laktoosittomana. Jotkin vastaajat olivat laittaneet toiveita meijereihin saadakseen haluamansa tuotteen markkinoille laktoosittomana.

6 Pohdinta ja johtopäätökset

Laktoosittomat maitotaloustuotteet ovat olleet tärkeä innovaatio monille ihmisille niin Suomessa kuin ulkomailla. Tähän johtopäätökseen on helppo tulla, kun tarkastelee jo tapahtunutta kehitystyötä, kulutuksen kasvua ja kuluttajien jatkuvaa kiinnostusta tuoteryhmän valikoimaa kohtaan. Tutkimusta tehdessä havaittiin, että Valion tuottama innovaatio on vaikuttanut monen perheen arkeen ja elämänlaatuun. Pohdinta keskittyy pohtimaan sitä, minkä takia laktoosittomia maitotaloustuotteita käytetään eli miten ja miksi monet kuluttajat ovat päättäneet alkaa käyttämään laktoosittomia tuotteita vähälaktoosittomien tuotteiden sijaan. Lisäksi pohditaan Valion laktoosittomien maitotaloustuotteiden kehittämisen syitä eli muun muassa sitä, miksi laktoosittomia maitotaloustuotteita tulee jatkuvasti lisää markkinoille vähälaktoosisien tuotteiden vähentyessä. Luvun lopuksi pohditaan muun muassa tulosten luotettavuutta ja omaa oppimista, jonka jälkeen ovat johtopäätökset.

6.1 Laktoosittomia maitotaloustuotteita ostettiin oireellisille ja oireettomillekin perheenjäsenille

Tutkimuksen mukaan suurin osa laktoosittomien tuotteiden ostajista osti tuotteita perheelleen. Monet vastaajat kertoivat tutkimuksen yhteydessä, että laktoosittomia tuotteita ostetaan koko perheelle, vaikka perheessä olisikin vain yksi tai kaksi laktoosintoleranssista kärsivää tai oireita saavaa henkilöä. Tämä tarkoittaneekin sitä, että laktoosittomia tuotteita käyttävät myös henkilöt, joilla ei ole oireita. Useiden mielestä laktoosittomien ja laktoosia sisältävien tuotteiden maussa ei ollut eroa ja muun muassa sen vuoksi vanhemmat ostivatkin perheeseen laktoosittomia tuotteita ja niitä nauttivat sekä oireelliset että oireettomat henkilöt. Monet vastaajat nimenomaan kertoivat, että laktoosittomat tuotteet olivat helppo valinta koko perheelle, sillä niitä pystyivät käyttämään sellaisetkin perheenjäsenet ja vieraat, joilla ei ole oireita. On mahdollista, että laktoosittomien maitotaloustuotteita käyttävät perheet haluavat myös käytännöllisistä syistä pitää jääkaapissa vain yhdenlaista maitoa tai raejuustoa. Joillekin perheille tietyn tuotteen ostaminen voi olla lähes pakollista, sillä pienet lapset, jotka kärsivät laktoosintoleranssista, eivät välttämättä osaa ottaa oikeaa tuotetta kaapista ilman valvontaa, tai sitten perheen kaappitila on rajallinen, eikä monille purkeille ole yksinkertaisesti tilaa.

Toiseksi eniten laktoosittomia maitotaloustuotteita ostettiin itselle ja sitten vieraille ja kavereille. Monet kertoivat ostavansa tuotteita vierailleen varmuuden vuoksi. Useat vastaajat eivät siis tiedäneet, oliko kyseisillä henkilöillä oireita. Kun laktoosittomia maitotaloustuotteita ostetaan myös oireettomille henkilöille, tarkoittaa se tuotteiden määrällisesti suurempaa ostamista ja kulutusta. On mielenkiintoista huomata, että laktoosittomat maitotaloustuotteet ovat kehitetty tietysti laktoosi-intolerantikoille, mutta nykyään niitä nauttivat myös useat oireettomat henkilöt. Monet oireettomat henkilöt käyttävät laktoosittomia maitotaloustuotteita varmasti tietämättään, sillä esimerkiksi monissa ravintoloissa ja kahviloissa käytetään vähälaktoosisia ja laktoosittomia tuotteita kaikissa ruuissa, koska halutaan ottaa huomioon asiakkaiden mahdolliset oireet samalla helpottaen yrityksen päivittäistä toimintaa. Joissain pienemmissä kaupoissa joistakin tuotteista saattaa olla vain laktoositon vaihtoehto tarjolla. Koska monet henkilöt ostavat laktoosittomia tuotteita esimerkiksi vierailleen tietämättä hänen oireistaan, laktoosittomia tuotteita ostetaan ja kulutetaan tarpeettomasti. Kun laktoosittomia maitotaloustuotteita käytetään ilman oikeaa tarvetta, vaikuttaa se myös ihmisen laktaasientsyymin tuotantoon. Kun laktoosia sisältäviä tuotteita varotaan tarpeettomasti, aiheuttaa se entsyymin toiminnan vähenemistä, mikä tarkoittaa taas entistä enemmän laktoosi-intolerantikkoja.

Tutkimukseen osallistuneista 49 kertoi, että laktoosi-intoleranssi oli todettu ja 51 puolestaan kertoi, ettei sitä ollut todettu. Yksi henkilö vastasi molemmat. Kun tutkimukseen osallistuneilta henkilöiltä kysyttiin, miksi he ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita, vain 44 kertoi syyksi laktoosi-intoleranssin ja 27 oireet. Loppujen 32 vastaukset koskivat muita asioita kuin itse laktoosi-intoleranssia. Vaikka 44 henkilöä vastasi ostosten syyksi laktoosi-intoleranssin, jäi tutkimuksessa todettujen laktoosi-intolerantikkojen määrästä puuttumaan viisi henkilöä. Nämä henkilöt kertoivat ostavansa tuotteita muun muassa sen takia, että tavalliset maitovalmisteet maistuivat pahoilta ja tuotteita piti olla varalla vieraita varten. On mielenkiintoista havaita, että vaikka joillakin henkilöillä oli todettu laktoosi-intoleranssi, he eivät ostaneet laktoosittomia maitotaloustuotteita omien sanojensa mukaan välttääkseen tulevat oireet. Näin ollen on mahdollista, että joidenkin haastatteluun vastanneiden henkilöiden laktoosi-intoleranssin oireet olivat vähäisiä, eivätkä he tarvinneet laktoosittomia tuotteita.

Lomakehaastattelun viimeisessä kysymyksessä kysyttiin, ostivatko vastaajat jotakin maitotaloustuotetta laktoosia sisältävänä. Puolet vastaajista eivät joko osanneet sanoa oliko sellaista tuotetta tai sitten he ostivat laktoosia sisältäviä maitotaloustuotteita. Näin ollen on syytä olettaa, että monet käyttävät laktoosittomien maitotaloustuotteiden ohella myös tavallisia tuotteita. Toinen mahdollisuus on se, että jotkin vastaajat ostivat laktoosia sisältäviä tuotteita muulle perheelle, mutta unohtivat mainita sen haastattelussa. On myös mahdollista, että tavallista juustoa ostaneet vastaajat eivät tienneet, että useat juustot ovat valmiiksi laktoosittomia, vaikka niissä ei merkintää olisikaan. Esimerkiksi useat ulkomailla valmistetut juustot ovat laktoosittomia, mutta niissä ei ole merkintää laktoosittomuudesta. Laktoosia sisältävien tuotteiden ostoa on vaikea selittää yksiselitteisesti, koska vastausmahdollisuuksia on useita. Markkinoilla on myös tuotteita, joita ei saa laktoosittomina, jonka vuoksi kuluttajien tulee ostaa niitä halutessaan tavallisena oireista riippumatta.

6.2 Laktoosittomien maitotaloustuotteiden valikoiman kasvaessa vähälaktoosiset tuotteet vähenevät

On todennäköistä, että monet intolerantit voisivat käyttää laktoosittomien tuotteiden sijaan vähälaktoosia tuotteita. Valion kehittämät vähälaktoosiset tuotteet tuntuvat kuitenkin vähenevän vuosi vuodelta elintarvikemyymälöiden hyllyiltä samalla kuin laktoosittomia tuotteita tulee lisää. HYLÄ-maidon myyntimäärät ovat selvästi laskeneet viime vuosien aikana elintarvikemyymälässä, jonka myyntilukuja tutkimuksessa käytettiin. HYLÄ-maidon makeahko maku eroaa laktoosittoman maidon mausta, mikä on varmasti yksi syy siihen, miksi monet ovat alkaneet ostaa laktoositonta maitojuomaa. On kuitenkin todennäköistä, että useat laktoosittoman maidon ostajat voisivat käyttää huomattavasti edullisempaa HYLÄ-maitoa, mutta ovat päättäneet kuitenkin ostaa laktoositonta maitojuomaa mahdollisesti maun vuoksi. HYLÄ-maidon hinta noin kolmasosan edullisempi kuin laktoositon maitojuoma. Vähälaktoosisien tuotteiden valikoima on selvästi supistunut sekä maidon että esimerkiksi jogurtin, kermojen ja voin osalta. Valikoimasta löytyy edelleen vähälaktoosisia tuotteita, kuten jogurtteja, joita monet intolerantit voisivat nauttia, sillä niiden maku ei eroa tavallisesta tai laktoosittomasta jogurtista. Vähälaktoosisia tuotteita ei kuitenkaan kehitetä enää eli uusia tuotteita ei juu-

rikaan tule markkinoille. Sitä vastoin laktoosittomia jogurtteja, kermoja ja voipaketteja on lisätty valikoimiin entistä enemmän.

Luvussa 2.1. pohdittiinkin sitä, että monet laktoosi-intolerantit ovat oireettomia ja he voivat nauttia maitotaloustuotteita saamatta vaivoja. Intolerantit voivat nauttia maitotalousvalmisteita omat oireensa huomioon ottaen ja onkin todennäköistä, että useat henkilöt voisivat käyttää vähälaktoosisia tuotteita, vaikka heillä olisi todettu laktoosi-intoleranssi. Tästä herääkin kysymys, miksi Valio on kehittänyt laktoosittomat tuotteet ja korvannut useat valikoimansa vähälaktoosiset maitotaloustuotteet laktoosittomilla. Alun perin tuotteet on varmasti kehitetty laktoosi-intolerantikoille, jotka saavat oireita pienestäkin maitomäärästä. Monet kuluttajat varmasti ajattelevat Valion tehneen heille palveluksen muuttaen vähälaktoosisia tuotteita laktoosittomiksi hinnan pysyessä samana. Valion laktoosittomat tuotteet kuitenkin maksavat huomattavasti enemmän kuin vähälaktoosiset ja vaikka muutoksen yhteydessä vuonna 2007 hinnat pysyivät samoina, ovat ne viiden vuoden aikana nousseet samoihin lukuihin kuin jo silloin markkinoilla olleet laktoosittomat maitotaloustuotteet. On mahdollista, että monet kuluttajat eivät tiedosta tavallisen ja laktoosittoman maitotaloustuotteen hintaeroa tai eivät välitä siitä, koska luulevat tarvitsevansa tuotteita.

Tällä hetkellä näyttääkin siltä, että Valio on luonut ihmisille tarpeita ostaa laktoosittomia maitotaloustuotteita ja näin ollen ohjailee kuluttajia ostamaan laktoosittomia tuotteita vähälaktoosisien sijaan. Laktoosittomien maitotaloustuotteiden laajempi tuotanto ei luultavasti olisi este samalla lailla kuin esimerkiksi luomutuotannolle, joka on ollut vaikeuksissa, kun luomuna viljeltyjä tuotteita on ollut vaikea saada kysynnän noustessa. Laktoosittomien maitotaloustuotteiden kohdalla tilanne olisi toisenlainen ja tuotteita pystyttäisiin valmistamaan isompiakin määriä. Olisi mielenkiintoista nähdä, miten laktoosittomien maitotalousvalmisteiden määrän kasvu vaikuttaisi ihmisiin ja kuluttajakäyttäytymiseen. Nousisiko myytyjen laktoosittomien tuotteiden määrä entisestään ja kävisikö jossain vaiheessa niin, että maitotaloushyllystä löytyisi enemmän laktoosittomia maitotaloustuotteita kuin laktoosia sisältäviä vai ollaanko muutenkin jo menossa siihen?

Mikäli laktoosittomia tuotteita ostetaan entistä enemmän valikoiman laajentuessa myös hintaero nousee tavalliseen tuotteeseen verrattuna. Vuoden 2011 lopussa Valion kevytmaito maksoi tutkimuksessa käytetyssä elintarvikemyymälässä 0,87 €, kun taas Valion kevyt laktoositon maitojuoma maksoi 1,81 €. Tämä tarkoittaa, että laktoositon maito maksoi hieman yli kaksi kertaa enemmän kuin tavallinen maito. Mikäli laktoosittomien tuotteiden myynti ja hintaero kasvaa tavallisiin maitotaloustuotteisiin verrattuna tulevaisuudessa, tulee se näkymään myös kuluttajan lompakossa. Laktoosittomia tuotteita on tuolloin totuttu ostamaan ja ne kuuluvat jokapäiväiseen ruokailuun, eikä hinnan nouseminen vaikuttaisi juurikaan kuluttajien ostopäätökseen. Innovaation tarkoituksena on varmasti ollut sopivan maitotaloustuotteen kehittäminen intoleranttikolle, mutta on myös todennäköistä, että innovaation tavoitteena on ollut Valiolle tuloksen tekeminen. On mahdollista, että esimerkiksi Valion monipuolisen laktoosittomien maitotaloustuotteiden markkinoinnin myötä, useat luulevat tai ajattelevat omien oireidensa tarkoittavan laktoosi-intoleranssia, koska sitä puhutaan ja se on esillä esimerkiksi medias- sa, mainoksissa ja elintarvikemyymälöissä. Jotkin ihmiset saattavat omaksua itselleen esillä olevat asiat ja oireet, vaikka eivät oikeasti niistä kärsisikään. Valion tuotekehityksessä on varmasti otettu huomioon muuttuvat trendit ja niiden perusteella valikoiman suunnittelu on lähtenyt käyntiin. Tällä hetkellä rasvaisten maitotaloustuotteiden kulutus on nousussa ja onkin havaittavissa, että lähes kaikki Valion kehittämät laktoosittomat maitotaloustuotteet ovat selvästi rasvaa sisältäviä. Laktoosittomista maitotaloustuotteista tehdään tarkoituksella rasvaisia versioita, jotta ne palvelisivat sekä laktoosi-intoleranttikkoja, mutta myös muuta kuluttajakuntaa.

Tässä opinnäytetyössä on pohdittu paljon sitä, miksi ihmiset ostavat laktoosittomia maitotaloustuotteita. Lähes 32 % kaikista vastaajista osti laktoosittomia tuotteita muihin syihin kuin laktoosi-intoleranssiin tai oireisiin vedoten. Suurin osa näistä henkilöistä osti tuotteita sen takia, ettei haluttua tuotetta saanut tavallisena tuotteena tai sen takia, että se oli vieraille varmasti sopiva valinta. Vastauksien joukosta löytyi myös terveellisyys, vahinko, maku sekä se, ettei osannut sanoa syytä. Tutkimuksen perusteella voidaan siis havaita, että laktoosittomien maitotuotteiden käytön syy ei ole pelkästään laktoosi-intoleranssi tai vastaavat oireet, vaan tuote itsessään. Esimerkiksi monet Valion valmistavat laktoosittomat jogurtit ovat sellaisia makuja, joita ei saa laktoosia sisältävänä lainkaan. Tästä esimerkkinä omena-kaneli jogurtti ja lohkeava raparperijogurtti. Kun

kuluttaja haluaa jonkin tuotteen, eikä saa sitä tavallisena, laktoosia sisältävänä, valitsee henkilö laktoosittoman tuotteen. Laktoositon-merkki ei näin ollen tuo henkilölle lisäarvoa, eikä hän sitä tarvitse, mutta valinnanvaraa ei kyseisen tuotteen kohdalla ole. Jos tuote on esimerkiksi maukas ja hyvä vaihtoehto, henkilö saattaa ostaa sitä uudelleen. Jotkin vastaajat olivat ostaneet laktoosittoman maitotaloustuotteen vahingossa. Kun tuotteita ostettiin vain vieraita varten, laktoosittoman tuotteen vahingossa ottaminen tuntui monesta vastaajasta lähes huijaamiselta. Esimerkiksi useat Valion kermaviilit ja kermat ovat hyvin samannäköisiä, eikä joskus kermaviiliä tai kermaa ostava henkilö tunne tai tunnista purkkeja kunnolla. Tämä on todennäköisesti yksi syy, jonka vuoksi erehdyksiä sattuu. Alaluvussa 3.5 kerrottiin, kuinka Valio oli päättänyt uudistaa laktoosittoman tuoteperheen ulkonäköä muun muassa sen vuoksi, etteivät laktoosia sisältävää tuotetta aikeissa ostavat kuluttajat ottaneet hyllyltä vahingossa laktoositonta. Tutkimustulosten perusteella voidaan sanoa, ettei uudistus ole ollut täysin toimiva, sillä kuluttajille on sattunut edelleen virheostoja, joiden vuoksi kuluttaja on joutunut pettymään joissain tapauksissa pahastikin.

Tutkimuksessa lähes 27 % kertoi ostamisen syyksi oireet, vaikka kaikissa vastauksissa oireita luetellessa, ne eivät täysin vastanneet laktoosi-intoleranssiin kuuluvia oireita. Alaluvussa 2.3. pohdittiinkin enemmän sitä, olivatko ihmisten kokemat oireet yksiselitteisesti laktoosi-intoleranssin oireita vai olisivatko oireet perua esimerkiksi ärtyvä suoli-oireryhmästä tai jostain muusta allergiasta. Esimerkiksi jo edellä mainitussa artikkelissa elintarvikeaineiden lehtori Kirsti Parkkisen mukaan monet luulevat ja kokevat, että ulkomailla voi nauttia maitoa vapaasti ilman oireita, vaikka syy saattaisikin oikeasti olla ruuan erilaisuus kohteessa kuin Suomessa. Parkkisen mukaan tuore ruisleipäkin voi aiheuttaa oireita ärtyneen suoli-oireryhmää sairastavalle. Tämä voi yksinkertaisuudessaan tarkoittaa sitä, että mikäli henkilö ruisleipää tehdessään käyttää siihen esimerkiksi laktoosia sisältävää juustoa ja voita, saattaa hän ajatella oireiden tullessa niiden johtuvan laktoosista ja näin ollen laktoosi-intoleranssista. Tämä lisää taas laktoosittomien tuotteiden kulutusta.

6.3 Tutkimuksen luotettavuus, onnistuminen ja oma oppiminen

Tutkimusta voidaan pitää luotettava, sillä tutkimuksen tavoitteena oli kerätä noin 100 vastausta, mikä myös saavutettiin. Naisvastaajien lukumäärä oli suurempi kuin miesten, mutta sen ei katsottu vaikuttavan tutkimustuloksiin, sillä monet ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita perheelleen tai vierailleen, eivätkä itselleen. Itse tutkimustilanne ja lomake oli valittu tutkimusaiheen mukaan ja ne todettiin onnistuneiksi. Lomakkeen avulla kerättiin tarvittavat tiedot elintarvikemyymälän asiakkailta ja tutkimuksen tavoitteisiin saatiin vastauksia. Vaikka haastattelijat joutuivat tekemään suhteellisen paljon töitä saadakseen tarvittavan vastausmäärän täyteen, oli menetelmä sopiva tähän tutkimukseen. Työn ja tutkimuksen valmistumisen kannalta oli tärkeää, että tutkimusta oli suorittamassa kaksi henkilöä. Muutaman tunnin kyselemisen jälkeen alkoivat haastattelijat olemaan väsyneitä, eikä parasta otetta tekemiseen enää ollut. Mikäli tekijä olisi suorittanut tutkimusta yksin, olisi se vienyt huomattavasti enemmän aikaa, eikä tutkimustyön tekeminen olisi enää ollut niin mielekäästä.

Haastattelut sujuivat hyvin ja niistä saatiin paljon irti tutkimusta ajatellen. Vastaajat olivat selvästi vakavissaan tutkimuksen kanssa varsinkin sen jälkeen, kun heille kerrottiin sen tulevan osaksi opinnäyte- ja koulutyötä. Monet vastaajat miettivät vastausvaihtoehtoja tosissaan ja varsinkin avoimiin kysymyksiin useat vastasivat todella pitkästi ja yrittivät keksiä niin paljon tuotteita kuin mahdollista. Jotkin pahoittelivat, kun eivät keksineet enempää, vaikka vastausmäärä oli jo kiitettävä. Monille vastaajille oli todella tärkeää, ettei mukana ollut yritystä. Tämä kertoo hyvin paljon siitä, etteivät ihmiset halunneet olla mukana yritysten järjestämissä tutkimuksissa tai gallupeissa. Koulutyötä varten kerätty tieto sitä vastoin oli monelle helpotus ja se muutti monen vastaajan asennetta positiiviseksi. Useat vastaajat olivat iloisia, että pääsivät mukaan tutkimukseen ja kiittelivät haastattelijoita haastattelun jälkeen.

Haastattelijat totesivat jo tutkimuksen aikana, että paikka ja ympäristö olivat hyvin valittu. Kun tutkimus tapahtui ostostenteko ympäristössä, ihmiset olivat jo miettineet valmiiksi tuotteita, joita suunnittelivat ostavansa. Jotkin vastaajat kaivoivat taskuistaan ostoslistan ja luettivat sen avulla tulevia ostoksia. Ajankohta oli myös sopiva tutkimukselle, sillä kaupassa oli asiakkaita riittävästi, mutta ei kuitenkaan liikaa. Kun iltapäivä alkoi

lähestyä, tutkimukseen oli vaikea saada vastaajia, sillä kaikilla tuntui olevan kiire ja ihmisiä oli paljon, mikä vaikeutti haastattelijoiden työtä. Potentiaalista vastaajaa oli hankalampi saada väkijoukon keskeltä kuin, että hän olisi tullut yksin. Toisen tutkimuskerran ajankohta sattui hiihtolomaviikolle, jolloin väkeä oli jonkin verran vähemmän. Haastattelijat eivät kuitenkaan katsoneet sen aiheuttavan suurempaa muutosta vastaajien määrään, sillä vastaajia oli tarpeeksi.

Haastattelijat kirjoittivat kaikki tutkimuslomakkeen vastaukset itse lomakkeeseen. Tämä edesauttoi sitä, että minä sain käsialasta selvää, eikä väärinkäsityksiä päässyt syntymään. Mikäli tutkimus olisi tehty esimerkiksi sähköpostilla tai muulla tavalla, jossa haastattelijat eivät olisi olleet kasvokkain vastaajan kanssa, ei ihmiset reaktioita tai suhtautumista asiaan olisi voitu havaita. Kun haastattelijat tutkimusta tehdessään havaitsivat epävarmuutta tai vaikeuksia vastaajan käytöksessä tai ilmaisussa, he auttoivat vastaajaa parhaansa mukaan. Vastaajia ei kuitenkaan johdateltu tai hänelle ei annettu valmiita vastausvaihtoehtoa, sillä se ei olisi palvellut tutkimuksen tavoitteita.

Tutkimuksessa oli kuitenkin joitain asioita, jotka vaikuttavat tuloksien luotettavuuteen. Muutamassa tapauksessa vastaaja kuuli aiheen väärin ja silloin vastaaminen lopetettiin. On kuitenkin mahdollista, että edellä mainittujen henkilöiden lisäksi joku muukin oli kuullut aiheen väärin ja vastannut silti, koska ei ollut kehdannut tai halunnut lopettaa. Tutkimukseen osallistujista suurin vastaajaryhmä oli eläkeläiset ja 80-luvulla syntyneet. Vastaajakuntaan vaikutti varmasti keskipäivän ajankohta. On kuitenkin todettava, että kyseisen elintarvikemyymälän asiakaskunta koostuu pääosin perheellisistä ja eläkeläisistä, jonka vuoksi eläkeläiset määrä ei ollut yllättävä. Eläkeläiset ja nuoret perheelliset elivät useat 80-luvulla syntyneet käyvät usein kaupassa silloin, kun siellä ei ole ruuhkaa. Tutkimustulos ei näin ollen vastaa helsinkiläisiä yleisesti, eikä tutkimustuloksia voisi soveltaa esimerkiksi maaseudulla olevaan pieneen kylään tai kaupunkiin. Tutkimus ei myöskään ollut tasapuolinen vastaajien iän ja ammattiaseman mukaan. Täytyy kuitenkin huomioda, että lähes kaksi kolmasosaa vastaajista osti tuotteita jollekin muulle kuin itselleen. Näin ollen vastaajien taustatiedot eivät ole oleellisin osa tutkimuksen luotettavuutta.

Minun mielestäni työ onnistui kaiken kaikkiaan hyvin. Opin työtä tehdessä paljon aiheesta ja siinä sivussa onnistuin korjaamaan monen muunkin käsitystä eri käsitteiden oikeellisuudesta ja tiedoista. Työn aiheesta löytyi hyvin vaihtelevasti tietoa, mutta pitkienkin etsintöjen jälkeen onnistuin löytämään lähes kaiken tarvitsemani. Työtä tehdessä ilmeni joitain vastoinkäymisiä, kuten se, ettei tutkimusta päästy tekemään maitotaloustuotteiden läheisyyteen, koska elintarvikemyymälän sääntöjä tuli noudattaa. Tämä tai jotkin muut vastoinkäymiset olivat suhteellisen pieniä ja selvisin niistä kaikista pohdiskeluiden jälkeen. Työ toteutettiin sovitun aikajanan puitteissa eli se valmistui aikataulun mukaan.

6.4 Johtopäätökset

Laktoosittomat maitotaloustuotteet ovat suuri ilmiö niin Suomessa kuin ulkomailla. Suurin kiitos kuuluu Suomen suurimmalle maidonjalostajayritykselle eli Valiolle, joka kehitti laktoosittomat maitotaloustuotteet markkinoille 2000-luvun alussa. Monien elämä ja sen laatu on muuttunut oleellisesti innovaation myötä ja se on vaikuttanut perheiden jokapäiväiseen arkeen. Laktoosi-intoleranssia esiintyy Suomessa noin 17 % väestöstä, vaikka kaikilla oireita ei juuri olekaan. Laktoosittomat maitotaloustuotteet ovat hyvin suosittuja tälläkin hetkellä, mikä voidaan havaita muun muassa tutkimustuloksista ja siitä, että tuotteita kehitetään jatkuvasti lisää.

Tutkimustulosten mukaan useilla vastaajista oli todettu laktoosi-intoleranssi tai he olivat itse todenneet oireiden olevan laktoosi-intoleranssia. Silti monet tutkimuksessa mukana olleet vastaajat ostivat laktoosittomia maitotaloustuotteita turhaa eli tuotteiden käyttäjillä ei ollut intoleranttikkojen oireita. On mahdollista, että monet laktoosittomia tuotteita käyttävät kuluttajat voisivat käyttää vähälaktoosisia tuotteita eli heidän ei tarvitsisi ostaa laktoositonta. On todennäköistä, että laaja ja suhteellisen pitkäaikainen markkinointi, laktoosi-intoleranssin esilläolo ja tuotteiden monipuolinen valikoima muodostavat sellaisen yhtälön, johon moni oireeton tai oireita muista tuotteista kuin maitotaloustuotteista saava henkilö, on langennut. Tulokset kertovat, että laktoosittomia maitotaloustuotteita käytetään monissa tapauksissa turhaan eli kuluttajat maksavat laktoositon-merkinnästä suotta tuplahintaa, vaikka tavalliset ja vähälaktoosiset tuotteet voisivat olla sopiva ratkaisu. Jotkin kuluttajat tykkäävät yksinkertaisesti jonkin tuotteet

mausta ja sen vuoksi ostavat laktoositonta tuotetta. Joillekin laktoosittoman maitotaloustuotteen osto oli pakollinen, sillä tietyn tuotteen kohdalla valinnanvaraa ei ollut. Tutkimustulokset osoittivat myös sen, että laktoosittomia maitotaloustuotteita ostavat kuluttajat ostivat laktoosia sisältäviä tuotteita laktoosittomien maitotaloustuotteiden ohella.

Opinnäytetyön aihe oli minulle mieluinen ja työn tekemisen aikana opin paljon aiheesta. Opinnäytetyön ja sen tulosten hyötyä on vaikea sanoa ennalta, mutta on todennäköistä, että työ avartaa ainakin joidenkin näkemyksiä laktoosittomista maitotaloustuotteista ja niiden käytön syistä. Jatkotutkimus opinnäytetyön aiheesta voisi olla selvitys siitä, miten kuluttajien ostokäyttäytyminen laktoosittomien maitotaloustuotteiden kohdalla on muuttunut. Mikäli tulevaisuuden merkkeihin on uskomista, tulee laktoosittomien maitotaloustuotteiden valikoima laajenemaan entisestään seuraavien vuosien aikana. Tutkimus voisikin tapahtua muutaman tai viiden vuoden kuluttua. Lisäksi olisi mielenkiintoista seurata, tuleeko laktoosittomien maitotaloustuotteiden hinta nousemaan valikoiman laajenemisen myötä laktoosia sisältäviin tuotteisiin verrattuna ja mikä sen vaikutus olisi sekä myynnillisesti että kuluttajien näkökulmasta katsoen.

Lähteet

Alho, E. 2009. Helposti maukasta: Luontaisesti gluteeniton ja maidoton erityisruokavalio. Kirjapaja. Helsinki.

Arla Ingman a. Historiamme. Luettavissa: <http://www.arlaingman.fi/tietoa-meista/arla-suomessa/historiamme/>. Luettu: 8.2.2012.

Arla Ingman b. Arla Suomessa. Luettavissa: <http://www.arlaingman.fi/tietoa-meista/arla-suomessa/>. Luettu 20.3.2012.

Arla Ingman c. Visio. Luettavissa: <http://www.arlaingman.fi/tietoa-meista/arla-suomessa/yrityksemme/visio/>. Luettu 20.3.2012.

Arla Ingman d. Tuotteet. Luettavissa: <http://www.arlaingman.fi/tuotteet/tuotteet/>. Luettu: 12.2.2012.

C., M. & Carr, T. 2009. Maidoton keittiö. Multikustannus Oy. Helsinki.

Elovainio, M. 7.2.2012. Tuoteviestintäpäällikkö. Arla Ingman Oy Ab. Sähköposti.

Evira 2011. Vähälaktoosiset ja laktoosittomat elintarvikkeet. Luettavissa: http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus_ja_myynti/erityisruokavaliovalmisteet/vahalaktoosiset_ja_laktoosittomat_elintarvikkeet/. Luettu: 7.2.2012.

Harju, M. 2011. Maito- tuotekehityksen aarreaitta. Elintarvike ja Terveys-lehti, 26, 5, 43.

Kaartinen, P., Packalen, L. & Urho, U-M. 1996. Laktoosi ja laktoosi-intoleranssi. 8. uudistettu painos. Maito ja Terveys ry. Helsinki.

Kaleva 2009. Lukiolaistytön rasvateoria sai maitotutkijat kiinnostumaan. Luettavissa: <http://www.kaleva.fi/uutiset/lukiolaistytton-rasvateoria-sai-maitotutkijat-kiinnostumaan-nayta-kommentit/807456>. Luettu: 4.12.2011.

Kulmala, P. 2011. Ruoka-aineallergiat. *Elintarvike ja Terveys-lehti*, 25, 4, 60-61.

Maito ja Me. 2002a. Laktoositon maitojuoma valittiin vuoden 2002 tähtituotteeksi. Luettavissa: http://ammattilaiset.valio.fi/MaitojaMe-lehti/mm6_02/maitojuoma.htm. Luettu: 11.1.2012.

Maito ja Me. 2002b. Valio aloitti laktoosittoman maidon viennin Ruotsiin. Luettavissa: http://ammattilaiset.valio.fi/MaitojaMe-lehti/mm12_02/laktosfri.htm. Luettu: 11.1.2012.

Maito ja Me. 2007. Laktoosittomasta maidosta tuli jättimenestys. Luettavissa: <http://ammattilaiset.valio.fi/MaitojaMe-lehti/markkinointi07/jattimenestys.htm>. Luettu: 9.1.2012.

Maito ja Terveys ry. 2004. Laktoosin sietoa voi lisätä. Luettavissa: http://www.maitojaterveys.fi/www/fi/maitotietoa/tutkimukset/maito_laktoosi_ja_vatsan_toiminta.php?we_objectID=289. Luettu 16.3.2012.

Milk Works a. UHT-käsittely. Luettavissa: http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMI/Milkworks/Oppimateriaali/kasittely_meijerissa/uht_kasittely. Luettu 16.3.2012.

Milk Works b. Homogenointi. Luettavissa: http://portal.hamk.fi/portal/page/portal/HAMI/Milkworks/Oppimateriaali/kasittely_meijerissa/homogenointi. Luettu: 1.2.2012.

MTT 2002. Lehmäkulttuuri ja sen tulevaisuus. Luettavissa: <http://www.mtt.fi/met/pdf/met8.pdf>. Luettu: 8.1.2012.

Paajanen, L. 2005. Milk Hypersensitivity. Effects of Cow's Milk and its Processing on Gastrointestinal Symptoms and Delayed-Type Immune Responses. Väitöskirja. Helsingin yliopisto. Lääketieteen laitos. Luettavissa:

<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/2341/milkhype.pdf?sequence=1>. Luettu: 17.1.2012.

Parkkinen, K. 2007. Laktoosi-intolerantikon ei tarvitse luopua maidosta ja maitovalmisteista. *Vitriini*, 79, 8, 50.

Soinisalo, T. 2011. Maidon ja maitovalmisteiden kulutus ja kehitystrendit. *Elintarvike ja Terveys-lehti*, 25, 5, 36–39.

Tek 2009. Suomalainen Insinööripalkinto 1981–2009. Luettavissa:

<http://www.tek.fi/ci/pdf/teknologia/SITP-kirja2009.pdf>. Luettu: 11.1.2012.

TeKes 2009. Laktoosittomat maitojuomat menestyvät meillä ja maailmalla. Luettavissa:

http://www.tekes.fi/fi/community/Asiakkaiden_tuloksia/403/Asiakkaiden_tuloksia/647?name=Laktoosittomat+maitojuomat+menestyvat+meilla+ja+maailmalla. Luettu: 8.1.2012.

Turpeinen, A. & Tossavainen, O. 2011. Valio tutkimuksen ja tuotekehityksen huipulla. *Elintarvike ja Terveys-lehti*, 25, 5, 44–47.

Valio 2005a. Valio vie laktoositonta maitoa Belgiaan. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/valioyritys/ajankohtaista/uutinen?p_channelid=4&p_id=478. Luettu: 10.1.2012.

Valio 2005b. Laktoositon maito markkinoille Etelä-Koreassa. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/Valioyritys/Ajankohtaista/Uutinen?p_id=477. Luettu: 10.1.2012.

Valio 2006. Valion laktoositon maitojuoma vuotti Euroopan Food Tech-palkinnon.

Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/valioyritys/ajankohtaista/uutinen?p_channelid=4&p_id=589: Luettu: 11.1.2012.

Valio 2007. Valion laktoosittomat yhdennäköisiin pakkauksiin. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/valioyritys/ajankohtaista/uutinen?p_channelid=4&p_id=919. Luettu: 10.1.2012.

Valio 2009. Milk Shake- säker mat. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/valiocom/valio_worldwide/subsidiaries/valio_sverige_ab04082006150209/milkshake_ruot.pdf. Luettu: 10.1.2011.

Valio 2010. Laktoositon maitojuoma palkittiin jälleen. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/valioyritys/ajankohtaista/uutinen?p_channelid=4&p_id=4799. Luettu: 13.1.2012.

Valio 2011a. Laktoositon maitojuoma on huikea menestystarina. Luettavissa:

<http://www.valio.fi/tuotteet/artikkeli/laktoositon-maitojuoma-on-huikea-menestystarina/>. Luettu 19.3.2012.

Valio 2011b. Maidon homogoinnilla ei yhteyttä vatsakipuihin. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/valio/ravitsemus_ja_hyvinvointi/maito_ravitsemuksessa10082006100618/maidon_homogointi10082006102200. Luettu: 17.1.2012.

Valio 2011c. Valio syntyi laadun valvojaksi. Luettavissa:

<http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/Valioyritys/Yritystieto/Historiaa>.
Luettu: 9.1.2012.

Valio 2011d. Press Room. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/valioyritys/ajankohtaista/press_room
. Luettu: 10.1.2012.

Valio 2011e. Valio työpaikkana. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/valioyritys/yritystieto/valio_tyopaikkana. Luettu: 10.1.2012.

Valio 2011f. HYLÄ- pian 30-vuotias keksintö edelleen vahvassa iskussa. Luettavissa:

<http://www.valio.fi/tuotteet/artikkeli/hyla---pian-30-vuotias-keksinto-edelleen-vahvassa-iskussa/>. Luettu: 9.1.2012.

Valio 2011g. Valio terveystuotteita. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/ammattilaiset/ravitsemus_ja_terveys/materiaalit_ja_koulutus/ladattavat_materiaalit08032009130627/valio_terveystuotteita16022011134640/terveystuotteet_syysk_11_lores_23900.pdf. Luettu: 9.12.2011.

Valio 2011h. Laktoosittomien tuotteiden määrä kasvaa. Luettavissa:

http://ammattilaiset.valio.fi/portal/page/portal/ammattilaiset/ravitsemus_ja_terveys/ravitsemus/uutisarkisto/uutinen?channelId=6&newsId=5080. Luettu: 9.12.2011.

Valio 2011i. Valio Laktoositon- huippuinnovaatio- täyttää 10 vuotta. Luettavissa:

<http://www.valio.fi/yritys/valio-laktoositon---suomalainen-huippuinnovaatio---tayttaa-10-vuotta/>. Luettu: 9.12.2011.

Liitteet

Liite 1. Lomakehaastattelu

Opinnäytetyökysely

Tutkimusaihe: Laktoosittomien maitotaloustuotteiden myynti

<input type="checkbox"/> 1 Sukupuoli	<input type="checkbox"/> 2 Syntymävuosi	
<input type="checkbox"/> Nainen	_____	
<input type="checkbox"/> Mies		
<input type="checkbox"/> 3 Koulutus		
<input type="checkbox"/> Kansakoulu	<input type="checkbox"/> Ammattikoulu	<input type="checkbox"/> Yliopisto
<input type="checkbox"/> Opistotaso	<input type="checkbox"/> Lukio	<input type="checkbox"/> Muu korkeakoulu
<input type="checkbox"/> Peruskoulu	<input type="checkbox"/> Ammattikorkea	<input type="checkbox"/> Muu koulutus, mikä? _____
<input type="checkbox"/> 4 Ammattiasema		
<input type="checkbox"/> Työntekijä	<input type="checkbox"/> Varusmies	<input type="checkbox"/> Kotiäiti/-isä
<input type="checkbox"/> Toimihenkilö	<input type="checkbox"/> Yrittäjä	<input type="checkbox"/> Työtön
<input type="checkbox"/> Opiskelija	<input type="checkbox"/> Eläkeläinen	<input type="checkbox"/> Muu, mikä? _____
<input type="checkbox"/> 5 Ostan laktoosittomia maitotaloustuotteita	<input type="checkbox"/> 6 Onko sinulla/hänellä todettu laktoosi-intoleranssi?	
<input type="checkbox"/> Itselleni	<input type="checkbox"/> Kyllä	
<input type="checkbox"/> Perheelleni	<input type="checkbox"/> Ei	
<input type="checkbox"/> Vieraat/kaverit	<input type="checkbox"/> En tiedä	
<input type="checkbox"/> Muu, kenelle? _____		
<input type="checkbox"/> 7 Mitä maitotaloustuotteita ostan laktoosittomina?	<input type="checkbox"/> 8 Mistä syystä ostan tuotteita?	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
_____	_____	
<input type="checkbox"/> 9 Onko jokin maitotaloustuote, jota et osta laktoosittomana?		

