



Keliakiadiagnoosin vaikutus ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen

Julia Jääskeläinen

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Keliakiadiagnoosin vaikutus ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen

Julia Jääskeläinen
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2021

Julia Jääskeläinen

Keliakiadiagnoosin vaikutus ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen

Vuosi

2021

Sivumäärä

57

Opinnäytetyön tavoitteena oli saada tutkimuksen avulla tietoa keliakiadiagnoosin vaikutuksesta ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen. Tutkimuksessa ulkona syömisellä tarkoitettiin kaikkea kodin ulkopuolella tapahtuvaa ruokailua esimerkiksi kahviloissa, henkilöstöravintoloissa, huoltoasemilla ja pikaruokapaikoissa. Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimi Keliakialiitto Ry. Opinnäytetyön tarkoituksena oli, että toimeksiantaja voi hyödyntää tutkimuksessa saatuja tuloksia koulutuksissaan sekä vaikuttamistyössään HoReCa-sektorilla.

Opinnäytetyön tietoperusta käsitteli keliakiaa sairautena, gluteenitonta ruokavaliota, kuluttajakäyttäytymistä sekä ulkona syömistä. Teoreettisen viitekehyksen pohjalta laadittiin kyselylomake, joka lähetettiin elokuussa 2020 Keliakialiiton jäsenrekisteristä satunnaisesti poimituille jäsenille. Kyselyyn vastasi 872 henkilöä.

Kyselylomake valikoitui aineistonkeruumenetelmäksi, sillä sähköisesti lähetettävällä kyselyllä voidaan tavoittaa suuri määrä ihmisiä anonymiteetin säilyessä. Tutkimuksen tuloksia analysoitiin teoreettisen viitekehyksen avulla ja Webropol-kyselytyökaluohjelman antamien lukujen avulla. Avoimet vastaukset ryhmiteltiin ensin teemoittain etsimällä samaa tarkoitettavia asioita, jotka nousivat esille vastauksissa, ja lopulta analysoitiin sisällönanalyysin avulla.

Keskeisinä tuloksina esille nousi ruokapaikkojen henkilökunnan keliakiatietämyksen vaikutus keliakikokien ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen. Keliakikot kokivat ruokailun kodin ulkopuolella olevan haastavampaa kuin ennen keliakiadiagnoosia, sillä he eivät luota henkilökunnan tietämykseen ruokavalion ehdottomuudesta. Ruokapaikan valitsemisen koetaan olevan hieman haastavampaa kuin ennen, sillä aiemmat huonot kokemukset tai epäselvät merkinnät nettisivuilla tai ruokalistassa aiheuttavat epävarmuutta keliakia-asiakkaissa. Lisäksi ennen keliakiadiagnoosia ulkona syömiseen liittyi enemmän uteliaisuutta ja halua kokeilla uusia ruokia. Nykyään keliakikot turvautuvat mieluummin tuttuihin, varmoihin paikkoihin, joista ei ole vierailun jälkeen ilmennyt keliakialle tyypillisiä oireita.

Asiasanat: keliakia, gluteeniton, erityisruokavalio, kuluttajakäyttäytyminen, ulkona syöminen

Julia Jääskeläinen

The Effects of a Celiac Disease Diagnosis on Consumer Behavior of Eating out

Year

2021

Pages

57

The objective of the thesis was to gain knowledge about the effects of a celiac diagnosis on consumer behavior when eating out. In this study, eating out refers to eating or having a drink for example in restaurants, cafés, fast food restaurants, gas stations and other places outside home, except for when visiting friends or joining parties. This commissioner of the study is Keliakialiitto Ry. The purpose of this study is that Keliakialiitto can benefit from the results and use the gained information in their trainings. With the data collected, Keliakialiitto can influence the field of HoReCa as well.

The theoretical section of the study introduces celiac as a disease, gluten-free diet, consumer behavior and eating out. The questions of the survey were created based on the theory, and the online survey was sent to a randomly selected, anonymous group of Keliakialiitto's members in August 2020. 872 members of Keliakialiitto answered the survey.

The online survey is a great way to gain a multitude of data from a big group of people anonymously, and that is why it was selected as the data collect method. The results of the study were analyzed in the light of the theoretical framework of the study and the diagrams provided by the online survey tool Webropol were checked and analyzed. The method of content analysis was used for open questions.

The main results of the study are associated with the celiac knowledge of the staff in restaurants. Consumers with the celiac disease experience that eating out is more difficult comparing to the time before the diagnosis. One reason for that is that people with celiac disease do not trust the celiac knowledge of the personnel and how strict the gluten-free diet is. When eating out, choosing the restaurant or café is experienced to be somewhat harder than before, since unclear descriptions in menus and previous experiences make consumers insecure. In addition, in the time before the celiac disease diagnosis, consumers were more curious to test different foods and products. Nowadays people with the celiac disease prefer secure and familiar places instead of places they have received typical celiac symptoms after a visit.

Keywords: celiac disease, gluten-free, special diet, consumer behavior, dining out

Sisälllys

1	Johdanto.....	6
2	Tietoa erityisruokavalioista.....	7
2.1	Erityisruokavaliot.....	7
2.2	Ruoka-allergiat	7
3	Keliakia	8
3.1	Mahdolliset oireet.....	8
3.2	Ihokeliakia.....	9
3.3	Gluteeniton ruokavalio	10
4	Kuluttajakäyttäytyminen.....	10
4.1	Demografiset tekijät.....	11
4.2	Psykologiset tekijät	11
4.3	Sosiaaliset tekijät	12
4.4	Kulutusprosessi	14
5	Ruokailu kodin ulkopuolella.....	15
5.1	Ruokapaikan valinta ja ruokailutottumukset.....	15
5.2	Ulkona syöminen keliaakikkona	16
5.3	Gluteenittomuuden huomioiminen ruokapaikoissa	17
6	Tutkimusprosessi	18
6.1	Kyselytutkimus	18
6.2	Kysymysten laatiminen	19
6.3	Tutkimuksen vaiheet	20
6.4	Reliabiliteetti ja validiteetti	22
7	Tutkimuksen tulokset	23
7.1	Vastaaajien taustatiedot	23
7.2	Ruokailutottumukset kodin ulkopuolella.....	24
7.3	Ruokapaikan valintaan vaikuttavat tekijät	26
7.4	Arvot ja asenteet.....	27
7.5	Keliaakikkojen kokemuksia ulkona syömisestä.....	28
8	Johtopäätökset	40
9	Pohdinta	42
	Lähteet.....	44
	Kuviot	47
	Taulukot	47
	Liitteet	48

1 Johdanto

Opinnäytetyön tavoitteena on saada tutkimuksen avulla tietoa keliakiadiagnoosin vaikutuksesta ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen. Lisäksi opinnäytetyössä tutkitaan ulkona syömisen mahdollisia muutoksia ajassa ennen keliakiadiagnoosia ja sen jälkeen. Tutkimuksessa ulkona syömisellä tarkoitetaan kodin ulkopuolella sijaitsevia ruokapaikkoja, joissa harjoitetaan liiketoimintaa, kuten esimerkiksi kahvilat, henkilöstöravintolat ja pikaruokapaikat. Toimeksiantaja opinnäytetyölle toimii Keliakialiitto Ry.

Keliakialiitto ry on potilasjärjestö, joka toimii valtakunnallisesti ja edustaa 30 paikallisyhdistystä eri puolilla Suomea. Ensisijaisesti liitto turvaa ja edistää keliakiaa sekä muista syistä gluteenitonta ruokavaliota noudattavien hyvinvointia. (Kekkonen, Kosunen & Polso 2008, 31.) Paikallisiin keliakiayhdistyksiin kuuluvia jäseniä on yhteensä 21 000 ympäri Suomea. Keliakiaa sairastavien lisäksi liittoon kuuluu ammattilaisia terveydenhuollosta sekä ravitsemisalalta. (Keliakialiitto 2020a.)

Opinnäytetyön tarkoituksena on, että tulevaisuudessa Keliakialiitto voi hyödyntää tutkimustuloksia vaikuttamistyössään HoReCa-sektorilla sekä järjestämässään erilaisissa koulutuksissa. Tutkimuksen keskeisistä tuloksista kirjoitetaan Keliakialiiton Gluteeniton elämä-lehteen.

Tutkimuksen tutkimusongelma on: Millainen vaikutus keliakiadiagnoosilla on keliakikon kuluttajakäyttäytymiseen kodin ulkopuolella syödessä?

Kyseessä on tutkimuksellinen opinnäytetyö, jossa aineistonkeruumenetelmänä käytetään sähköisesti lähetettävää kyselylomaketta Keliakialiiton jäsenille. Teorian pääkäsitteitä, joihin opinnäytetyö pohjautuu, ovat kuluttajakäyttäytyminen sekä keliakia. Terminä kuluttajakäyttäytyminen tarkoittaa ostopäätökseen vaikuttavia taustatekijöitä. Keliakiaa tarkastellaan niin sairauden, kuin siihen liittyvän gluteenittoman ruokavalion näkökulmasta.

Gluteenitonta ruokavaliota noudattavat muutkin kuin keliakiadiagnoosilla varmistetut henkilöt. Vaikka Keliakialiitto toimii myös muista syistä gluteenitonta ruokavaliota noudattavien järjestönä, tutkimus on rajattu koskemaan nimenomaan keliakiaa ja ihokeliakiaa sairastavia henkilöitä. Näin saadaan paremmin tietoa, miten juuri keliakiaa sairastavat, ja siksi gluteenitonta ruokavaliota noudattavat asiat kokevat. Tässä tutkimuksessa kuluttajakäyttäytyminen ja sen tarkastelu kohdennetaan ulkona syömiseen niin, että tutkitaan keliakikon valintoja ja tapoja sekä ennen että jälkeen kulutusprosessin.

2 Tietoa erityisruokavalioista

Erityisruokavalioiden tunnistaminen ja niiden toteutumisen takaaminen kodin ulkopuolella ruokaillessa on tärkeää. Tarve erityisruokavaliolle voi johtua lukuisista syistä, kuten eettisistä, uskonnollisista tai terveydellisistä syistä. Tietyin väliajoin jokin erityisruokavalio nousee pinnalle ja siitä tulee osa trendiä, mistä johtuen osa ihmisistä alkaa noudattaa erityisruokavaliota, vaikka heillä ei olisi siihen terveydellistä perustetta.

2.1 Erityisruokavaliot

Erityisruokavaliolla tarkoitetaan ruokavaliota, jossa terveydellisten syiden takia rajoitetaan yhden tai useamman ruoka-aineen käyttöä. Erityisruokavaliion noudattamisella tähdätään esimerkiksi kokonaisvaltaisen terveyden tukemiseen tai sairauden hoitamiseen.

Sokeriaineenvaihdunnan sairaudelle, diabetekselle, on laadittu oma ruokavaliosuositus, ja keliakia vaatii gluteenittoman ruokavaliion noudattamista. Lisäksi laktoosi-intoleranssi eli laktoosin imeytymishäiriö vaatii osaltaan erityisruokavaliion noudattamista. (Ruokavirasto, 2020.)

Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen ylläpitämän elintarvikkeiden kansallisen koostumuspankin, Finelin, mukaan erityisruokavalioiden kirjoon kuuluvat edellä mainittujen lisäksi myös muun muassa kolesteroliton, suolaton, rasvaton, lakto-ovo-vegetaarinen, laktovegetaarinen, vegaaninen, makeuttamaton, munaton ja soijaton ruokavalio. (Fineli 2021.)

Riskinä erityisruokavaliion noudattamisessa on ravintoaineiden puutokset tai liian vähäinen energiansaanti, sillä ruokavalio saattaa yksipuolistua. Ruokavaliota voidaan tarvittaessa täydentää ravintolisillä, jos vältettäviä ruoka-aineita ei pystytä korvaamaan ravitsemukseltaan vastaavilla elintarvikkeilla. (Reumaliitto 2020.)

2.2 Ruoka-allergiat

Ruoka-allergialla tarkoitetaan yliherkkyyttä jollekin aineisosalalle, jota ruoka sisältää. Yleisimpiä aiheuttajia ovat runsaasti käytetyt elintarvikkeet. Tavallisimmin ruoka-aineallergiaa aiheuttavat viljat, lehmänmaito, kala ja kananmuna, jotka sisältävät paljon valkuaisaineita. (Ruokavirasto 2020.)

Mikä tahansa ruoka-aine voi laukaista allergisen reaktion. Aikuisväestöstä arviolta noin 3-5 % kärsii erilaisista ruoka-aineallergioista. Suurin osa lasten ruoka-allergioista paranee viimeistään kouluiässä, mutta aikuisten ruoka-allergiat ovat pysyvämpiä. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2020.) Vilja-allergia on eri asia kuin keliakia, ja maitoallergia on eri asia kuin laktoosi-intoleranssi, vaikka nämä saatetaan joskus sekoittaa keskenään (Ruokavirasto, 2020).

3 Keliakia

Keliakia on autoimmuunisairaus, johon voi sairastua missä iässä tahansa. Kyseessä on elinikäinen sairaus, jonka oireita pystytään kuitenkin hallitsemaan gluteenittoman ruokavalion avulla. Keliakiassa gluteeni, eli rukiin, ohran ja vehnän valkuaisaine, vaurioittaa ohutsuolen limakalvoa. Vaurioitumisen seurauksena suolinukka tuhoutuu kokonaan tai osittain. (Käypähoito 2019.) Keliakialiiton mukaan (2020b) Suomessa keliakiaa sairastaa arviolta kaksi prosenttia väestöstä. Nykyisen tiedon valossa keliakiaa ei voi ehkäistä ja alttius sairastua on perinnöllistä. Suurin riski on keliakiaa sairastavan lähisukulaisilla sekä esimerkiksi tyypin 1 diabetesta sairastavilla henkilöillä.

Keliakia ei ole sama asia kuin vilja-allergia, eikä niitä tule sekoittaa. Ruoka-allergiassa elimistössä syntyy vasta-aineita ruoka-aineiden proteiineja vastaan, kun taas keliakiassa gluteeniin vaikutuksesta elimistö alkaa muodostaa vasta-aineita omia kudoksiaan vastaan. (Keliakia sairautena 2020.) Hoitamaton keliakia on riskitekijä muille sairauksille, mutta tarkalla gluteenittoman ruokavalion noudattamisella riski pienenee. (Kekkonen ym. 2008, 13).

Verikokeiden avulla mitattavia keliakian vasta-aineita voidaan käyttää alustavasti sairauden tutkimiseen. Ennen diagnoosi varmistettiin koepalalla ja vasta sitten potilas pystyi aloittamaan uuden gluteenittoman ruokavalion. Nykyään riittävän korkeat vasta-ainepitoisuudet auttavat diagnoosin tekemisessä ilman ohutsuolessa tehtävää tähystystä. Tällöin kyseessä on transglutaminaasivasta-aineiden määrittäminen, jota täydennetään endomysiumvasta-aineiden määrittämisellä verestä. (Terveyskirjasto 2020.)

Alle 16-vuotiaat keliakikot ovat oikeutettuja Kelan maksamaan lapsen vammaistukeen. Tuen saaminen edellyttää Kelan hakemuslomakkeen täyttämisen sekä siihen lääkärinlausunnon liittämisen. (Kekkonen ym. 2008, 31.) Aiemmin lääkärintodistuksella myös yli 16-vuotiaat saivat korvausta, mutta nykyään korvaus ruokavalion kustannuksista tätä vanhemmilta on poistunut. (Terveyskirjasto 2020).

3.1 Mahdolliset oireet

Ruoansulatuskanavan oireet ovat tyypillisiä keliakiassa, mutta oireita voi esiintyä myös muualla. Lisäksi sairastava voi olla oireeton tai lieväoireinen. Turvotus, vatsakivut, ilmavaivat, ripuli ja löysät ulosteet sekä mahdollinen pahoinvointi ovat esimerkkejä ruoansulatuskanavan oireista. Muita oireita, jotka voivat liittyä keliakiaan ovat esimerkiksi anemia, osteoporoosi, vitamiinipuutokset, aftat suun limakalvoilla sekä hampaiden kiillevauriot. Keliakiaan saattaa liittyä lapsettomuutta, toistuvia keskenmenoja sekä joitakin psyykkisiä oireita. Lapsen keliakiassa kasvun hidastuminen voi olla ensioireita keliakiasta. Lisäksi murrosiän viivästyminen, niveloireet, levottomuus, ärtyisyys, suolisto-oireet sekä lisääntynyt murtumariski ovat mahdollisia keliakian oireita. Keliakia lapsella voi oireilla hyvin monella tavalla. (Keliakialiitto 2020b.)

Oireet häviävät hoidon aloituksen jälkeen yleensä muutaman viikon tai kuukauden kuluttua. Tilannetta seurataan oireiden korjaantumisella sekä vasta-ainemäärityksillä verestä. Toisinaan hoidon seurannassa tarvitaan tähytyksen tekemistä, jolloin tutkitaan potilaalta otettua seurantakoepalaa. Palatessa normaaliin ruokavalioon, oireet palaavat ja suolivaurio ilmaantuu uudelleen. Näin tapahtuu luonnollisesti myös gluteenittomasta ruokavaliosta lipsuessa. Jos tarkasti noudatettu gluteeniton ruokavalio ei helpota oireita, saattaa kyseessä olla Suomessa harvinainen refraktaarikeliakia. Erikoislääkärin tehtävänä on tällöin tutkia, onko kyseessä jokin keliakian alatyyppejä tai muu suolistoon liittyvä sairaus. (Terveyskirjasto 2020.)

3.2 Ihokeliakia

Ihokeliakia eli dermatitis herpetiformis on sairaus, jossa muodostuu pienirakkulaista, kutisevaa ihottumaa erityisesti polviin, pakaroihin, kynärpäihin sekä hiusrajaan (Keliakialiitto 2020b). Ihokeliakiaa sairastaa noin kymmenesosa aikuisista keliakikoista. Tämä keliakian ilmenemismuoto on harvinaisempi, ja etenkin lapsilla selvästi harvinaisempi. (Käypähoito 2019.) Miehillä ihokeliakia on yleisempi kuin naisilla. Lähes kaikilla ihokeliakiaa sairastavilla on myös lieväoireinen tai oireeton suolen keliakia. (Terveyskirjasto 2020.)

Keliakiaa sairastavan henkilön saadessa gluteenia, immuunijärjestelmä suoliston limakalvolla reagoi tuottamalla vasta-ainetyyppiä immunoglobuliini A (IgA). Gluteenin nauttiminen aiheuttaa tulehdusreaktion ja sen seurauksena suolinukan vaurioitumisen. Jos vasta-ainetestit ovat positiivisia, ja terveeltä iholta otetusta näytteestä löytyy ihokeliakialle tyypillisiä löydöksiä, ei suolesta otettua koepalaa tarvita diagnoosin vahvistamiseksi. Ihokeliakian oireilla puolestaan on tapana ilmaantua ja hävitä, mutta noudattamalla tiukkaa gluteenitonta ruokavaliota pitäisi niiden pysyä poissa. (Celiac Disease Foundation 2021.) Kuitenkin ihokeliakian ollessa kyseessä, alussa saatetaan muuttuneen ruokavalion lisäksi tarvita lääkehoitoa rauhoittamaan ihottumaa (Kekkonen ym. 2008, 13). Pelkkä gluteeniton ruokavalio tehoaa iho-oireisiin hitaasti, joten ihotautilääkäri voi määrätä dapsoni-lääkkeen 1-2 vuoden ajaksi. (Terveyskirjasto 2020).

Vuoden 2020 keliakiatutkijaksi valittu Teea Salmi toivoo ihokeliakian diagnosoimiseen nopeampaa aikataulua. Salmen mukaan useiden kuukausien tai pahimmassa tapauksessa vuosien viive diagnosoissa on sietämätön hankalien iho-oireiden takia. Salmi on kuitenkin sitä mieltä, että nykypäivänä diagnosointi on potilaiden onneksi nopeutunut. Tampereen yliopiston keliakiakeskuksen ihokeliakian tutkimusryhmää johtava Salmi pitää myös mielenkiintoisena sitä, että keliakiaan liitetään maailmalla esimerkiksi atooppinen ihottuma ja psoriasis. Tutkimukset ihotautien esiintymisestä suomalaisilla keliakikoilla ovat parhaillaan käynnissä. (Keliakialiitto 2020c.)

3.3 Gluteeniton ruokavalio

Gluteenittomassa ruokavaliossa gluteeni jätetään pois ruokavaliosta. Elinikäinen ja huolellisesti noudatettu gluteeniton ruokavalio on keliakian ainoa hoitomuoto. Hoidon tavoitteena on poistaa hoitamattomasta sairaudesta aiheutuvat oireet sekä korjata limakalvovaurio ohutsuolessa. Noudattamalla tarkasti gluteenitonta ruokavaliota ehkäistään keliakiasta aiheutuvia lisäsairauksia. Näitä ovat muun muassa pahanlaatuiset kasvaimet, osteoporoosi sekä hedelmättömyys. (Keliakialiitto 2020f.) Gluteenittomassa ruokavaliossa vehnän, rukiin ja ohran voi korvata esimerkiksi tattarilla, maissilla, riisillä sekä hirssillä. Osa keliakiaa sairastavista käyttää tuotteita, jotka sisältävät vehnätärkkelystä. Tällöin vehnätärkkelys on teollisesti puhdistettua, mutta saattaa silti herkistää käyttäjiä sen sisältämien erittäin vähäisten gluteenijäämien vuoksi. Ruokavalio kuitenkin kapenee tarpeettomasti vehnätärkkelystä sisältävien tuotteiden poisjättämisestä. (Kekkonen ym. 2008, 15.)

Haasteellisin osa gluteenittomassa ruokavaliossa on kuidun saanti. Verensokerin vaihtelut sekä kylläisyydentunne pysyvät tasapainossa riittävällä kuidun saannilla. Kuidunsaannin päivittäinen suositeltu määrä on 25-35 grammaa, ja lähes jokaisella aterialla tulisi syödä kuitupitoisia valmisteita tai täysjyväleipää. (Keliakialiitto 2020f.) Kuitupitoisen lisän saa gluteenittomasta kaurasta, joka sopii useimmille keliakikoille. Kaura tuo vaihtelun lisäksi maukkautta, ja on siksi suositeltava lisä keliakikon ruokavalioon. Gluteenittomaksi kauraksi luokitellaan kauratuote, johon ei ole koko tuotantoprosessin aikana sekoittunut muista viljoista ruista, vehnää ja ohraa, ja joka sisältää gluteenia enintään 20 mg/kg. Gluteeniton kaura sopii käytettäväksi niin lapsi- kuin aikuiskeliakikoilla. (Antikainen & Louheranta 2009, 125.)

Laktoosin eli maitosokerin imeytymisessä voi ilmetä häiriöitä hoitamattomaan keliakiaan liittyen. Laktoosin sietokyky paranee ajan kanssa noudattamalla gluteenitonta ruokavaliota, kun ohutsuolen suolinukka normalisoituu. (Antikainen & Louheranta 2009, 123.) Keliakian sekä gluteeni-intoleranssin lisäksi gluteenitonta ruokavaliota on käytetty hoitomuotona esimerkiksi MS-tautiin, migreeniin sekä autismiin. Anekdootit ovat tällöin hoidon kannalta pääosassa, vaikka toisaalta on tutkittu, että MS-tautiin liittyisi yleisestikin tavallisemmin gluteeniyliherkkyyttä. (Haavisto 2011, 117.)

4 Kuluttajakäyttäytyminen

Useat tekijät, jotka kaiken lisäksi muuttuvat jatkuvasti, vaikuttavat kuluttajan ostopäätökseen. Vaikka asiakaslähtöisyydestä paljon puhutaan, todellisuudessa yritykset eivät aina tunnista niitä tekijöitä, jotka vaikuttavat kuluttajien ostopäätöksiin. (Viitala & Jylhä 2007, 85.) On myös olemassa erilaisia riskejä, jotka voivat sisältyä ostoon. Tällaisia riskejä

ovat esimerkiksi laaturiski, terveydellinen tai turvallisuusriski, taloudellinen riski, sosiaalinen riski sekä ajankäyttöön liittyvä riski. Jos ostotilanteeseen liittyy edellä mainittuja riskejä, tilanteeseen liittyy myös kuluttajan osalta vaivannäköä, esimerkiksi tiedonhankintaa, ennen tapahtumaa. (Bergström & Leppänen 2015, 123.)

Asiakkaiden ryhmittely on tärkeää. Esimerkiksi vaikka nuorilla ei useinkaan ole varaa kuluttaa yhtä paljon kuin he haluaisivat, heillä on kuitenkin kiinnostus kokeilla uusia asioita. Vanhempien ihmisten kulutusta ohjaa vakiintuneet tavat ja tottumukset, vaikka heiltä löytyy enemmän varallisuutta. Lisäksi on otettava huomioon, että kotitalouksien määrä kasvaa ja toisaalta keskikoko pienenee. Tämä on seurausta yhden hengen talouksien yleistymisestä. (Viitala & Jylhä 2007, 85.)

Kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät on ryhmitelty kolmeen pääluokkaan. Nämä kolme luokkaa ovat demografiset tekijät, psykologiset tekijät sekä sosiaaliset tekijät. Seuraavissa alaluvuissa kerrotaan mitkä asiat kuuluvat näihin tekijöihin, ja viimeisessä alaluvussa perehdytään kulutukseen prosessina.

4.1 Demografiset tekijät

Vallitsevan maailmantilanteen sekä ympäröivän yhteiskunnan lisäksi kuluttajan käyttäytymiseen vaikuttaa kuluttajan elinpiiri ja henkilökohtaiset ominaisuudet. Demografiset tekijät ovat väestötekijöitä, joilla tarkoitetaan yksilön ominaisuuksia.

Näistä tekijöistä tärkeimmät ovat muun muassa ikä, sukupuoli, siviilisääty, asuinpaikka, perheen koko, käytettävissä olevat varat, kulutus, koulutus, kieli sekä uskonto. Yhdessä sosiaalisten sekä psykologisten tekijöiden kanssa demografiset tekijät vaikuttavat ostokäyttäytymiseen. (Bergström & Leppänen 2015, 94.)

4.2 Psykologiset tekijät

Sisäiset ostamiseen vaikuttavat tekijät kuuluvat psykologisiin tekijöihin, ja demografiset tekijät sekä muut ihmiset vaikuttavat omalta osaltaan käyttäytymiseen (Bergström & Leppänen 2015, 96). Psykologisia tekijöitä, jotka vaikuttavat käyttäytymiseen, ovat esimerkiksi asenteet ja uskomukset, kyky omaksua asioita sekä motivaatio. Tottumukset, tunteet ja järki ohjaavat kuluttajan käyttäytymistä. (Viitala & Jylhä 2007, 86.)

Tarpeet ja tunteet ovat psykologisia tekijöitä, jotka ohjaavat kuluttajakäyttäytymistä. Bergströmin ja Leppäsen mukaan (2015, 96) ihminen ei voi tyydyttää kaikkia tarpeitaan, joten ainoastaan kaikista pakottavimpiin tarpeisiin reagoidaan. Nämä tarpeet voivat olla erilaisia yksilöstä riippuen.

Lähtökohtaisesti tunteiden tehtävänä on pitää ihmiset hengissä. Toimintaa syntyy, kun tunteet ovat positiivisia tai negatiivisia. Ajatellaan, että esimerkiksi tunteet rahaa kohtaan

vaikuttavat varojen kuluttamiseen. Palkasta helpommin säästetään, kun taas veronpalautukset saatetaan käyttää vähemmän järkevästi tai suunnata itsensä palkitsemiseen ja hemmotteluun. (Bergström & Leppänen 2015, 99.) Hyväntuulinen tai väsynyt kuluttaja käyttäytyvät ostotilanteessa eri tavoilla. Ylipäätään ostajan sen hetkinen tunnetila vaikuttaa ostotilanteeseen sekä kuinka ympäristöön reagoidaan. Ei ole väliä johtuuko ärtymys asiakaspalvelijasta, muista ihmisistä tai kuluttajasta itsestään, tunne vaikuttaa palvelukokemukseen siitä huolimatta jollain tavalla. (Bergström & Leppänen 2015, 99.)

Motiivilla tarkoitetaan syytä, joka suuntaa käyttäytymistä kohti tiettyä toimintaa. Ostopäätöksiä tehdessä motiivit vaikuttavat valintojen taustalla. Motiivit vaikuttavat niin tuote- kuin merkkivalintaan. (Bergström & Leppänen 2015, 99-100.) Aivan kuten tarpeita, myös motiiveja voidaan luokitella. On olemassa järki- ja tunneperäisiä ostomotiiveja. Tunneperäinen motiivi perustuu esimerkiksi yksilöllisyyteen tai ympäristön hyväksyntään, kun taas järkiperäisen ostomotiivin syynä on tehokkuus, hinta tai helppokäyttöisyys. Ostajat usein perustelevat valintansa enemmän järkiperäisyydellä tai tunteella, sillä he kokevat sen tärkeäksi. (Bergström & Leppänen 2015, 100.)

Myös arvot ja asenteet vaikuttavat kuluttajakäyttäytymiseen. Arvot muuttuvat ajan kuluessa. Muutokset tapahtuvat yleensä yksilöllisten muutosten vaikutuksesta. Nämä muutokset tapahtuvat kuluttajaryhmittäin. (Viitala & Jylhä 2007, 86.) Käyttäytymistä ei aina voida ennustaa asenteiden perusteella. Vaikka henkilöllä olisi positiivinen mielikuva ja asenne jotain tuotetta tai brändiä kohtaan, se ei vielä tarkoita, että hän ostaisi kyseisen tuotteen. Vahvistamalla jo valmiiksi myönteistä suhtautumista esimerkiksi hyvillä arvosteluilla lehdessä tai muiden asiakkaiden suosittelulla, voidaan vaikuttaa kuluttajaan niin, että hän todennäköisemmin ostaisi kyseisen tuotteen tai palvelun. (Noel 2009, 17.)

4.3 Sosiaaliset tekijät

Sosiaalisia tekijöitä kutsutaan myös termillä viiteryhmätekiöt. Nimensä mukaisesti tutkitaan kuluttajakäyttäytymistä sosiaalisissa ryhmissä. Ryhmiä on erilaisia; sellaisia, joihin samastutaan, joihin halutaan kuulua, joihin kuulutaan sekä sellaisia, joihin ei haluta kuulua. (Bergström & Leppänen 2015, 110-111.)

Laajimmillaan viiteryhmä, johon kuulutaan, on esimerkiksi kansanryhmä kuten suomalaiset. Jäsenryhmä primaarisena tarkoittaa perhettä ja ystäviä, kun taas sekundaarisena esimerkiksi urheiluseuraa tai muuta sosiaalista yhteisöä. Ihanneryhmä, johon halutaan kuulua voi esimerkiksi olla jengi tai urheilujoukkue. Negatiivinen viiteryhmä on sellainen, jota vieroksutaan esimerkiksi maineen tai siihen kuuluvien muiden ihmisten takia. (Bergström & Leppänen 2015, 110-111.)

Aivan kuten elämän, myös ostokäyttäytymisen kannalta yksi tärkeimmistä vaikuttajaryhmistä on perhe. Kuluttajan arvomaailmaan vaikuttavat omat vanhemmat kiistattoman paljon niin

asenteiden kuin kulutustottumusten kannalta. Myös mahdolliset lapset sekä puoliso vaikuttavat kuluttajan päätöksentekoon yksilönä. (Bergström & Leppänen 2015, 112.)

Bergström ja Leppänen (2015, 114) neuvovat markkinoijia olemaan tietoisia rakenteesta, josta heidän asiakaskuntansa koostuu. Erytisen tärkeää on selvittää, kuka perheessä tekee ostopäätökset sekä kuka tuotteita todellisuudessa käyttää. Tällöin valikoima palvelee sekä tuotteiden ostajia että käyttäjiä.

Erilaisten yhteisöpalvelujen rooli korostuu entisestään, ja nykypäivänä kuluttajat etsivät tietoa etukäteen internetin keskustelupalstoilta sekä blogeista. Kuluttajia kiinnostaa kuulla muiden kokemuksia palveluista, hinnoista sekä eri yrityksistä. Lähes kaikilta löytyy Suomessa älypuhelimet, ja maailmassa tehdään päivittäin yli 1,5 miljardia Google-hakua. (Bergström & Leppänen 2015, 115.)

Sosiaalisten yhteisöjen merkittävyys perustuu ihmisen perustarpeelle olla osa yhteisöä. Kommentointi sekä askarruttavien asioiden kysyminen on tehty helpoksi verkossa. Miellyttävä tosiasia yrityksille tai ei, tänä päivänä kuluttajat jakavat koko maailmalle kokemuksiaan ja mielipiteitään yrityksestä internetin välityksellä, ja sana leviää nopeammin kuin koskaan. On esitetty, että parhaiten verkossa pärjäävät yritykset, jotka eivät pelkää kohdata asiakkaidensa palautetta, vaan ovat valmiita kehittämään tuotteitaan tai palvelujaan kuluttajien kokemusten pohjalta. (Bergström & Leppänen 2015, 116.)

Sosiaaliluokka on ryhmä, joka pohjautuu demografisiin tekijöihin, ja eroaa toisista ryhmistä tottumuksillaan sekä kulutuksellaan. Tavallisesti kuluttajien kulutus on samaa luokkaa kuin mitä oman sosiaaliluokan oletetaan keskimäärin kuluttavan. Toisaalta on olemassa myös statuskuluttajia, jotka usein kuluttavat yli varojensa. (Bergströmin & Leppänen 2015, 116-117.) Tyypillisesti sosiaaliluokkien ajatellaan määräytyvän sen kotitalouden henkilön mukaan, joka on suurituloisin. Liikkuminen luokkien välillä on kuitenkin mahdollista, ja esimerkiksi Pohjoismaissa luokkien väliset erot ovat tyypillisesti pienet. Huomattavasti suurempia eroja tavataan kehittyvissä maissa, joissa luokasta toiseen siirtyminen ei ole yleistä. (Bergström & Leppänen 2015, 117.)

Lisäksi kulttuurilla on oma vaikutuksensa. Noelin mukaan (2009, 13) kulttuurilla tarkoitetaan ihmisen tai yhteisön tapoja, sosiaalista käyttäytymistä sekä ajatuksia. Vaikka kuluttajan kulttuuri on ulkoinen tekijä, se vaikuttaa suoraan kuluttajan sisäisiin psykologisiin prosesseihin ja sitä kautta kuluttajan päätöksentekoon. Kulttuuritekijöistä esimerkiksi uskonto voi vaikuttaa kuluttajan asenteeseen lihansyöntiä kohtaan.

Niin yhteiskunnassa vallitseva kulttuuri kuin muut kulttuuritekijät, kuten sosiaaliluokka ja alakulttuurit, vaikuttavat vahvasti ostotilanteessa. Jatkuvasti vuorovaikutuksessa työpaikalla, perheessä, asuinympäristössä ja yhteiskunnassa toimiva ihminen on luonteeltaan sosiaalinen. Tulevaisuudentutkimukseen erikoistuneet tutkijat perehtyvätkin erilaisiin elämäntyyliin

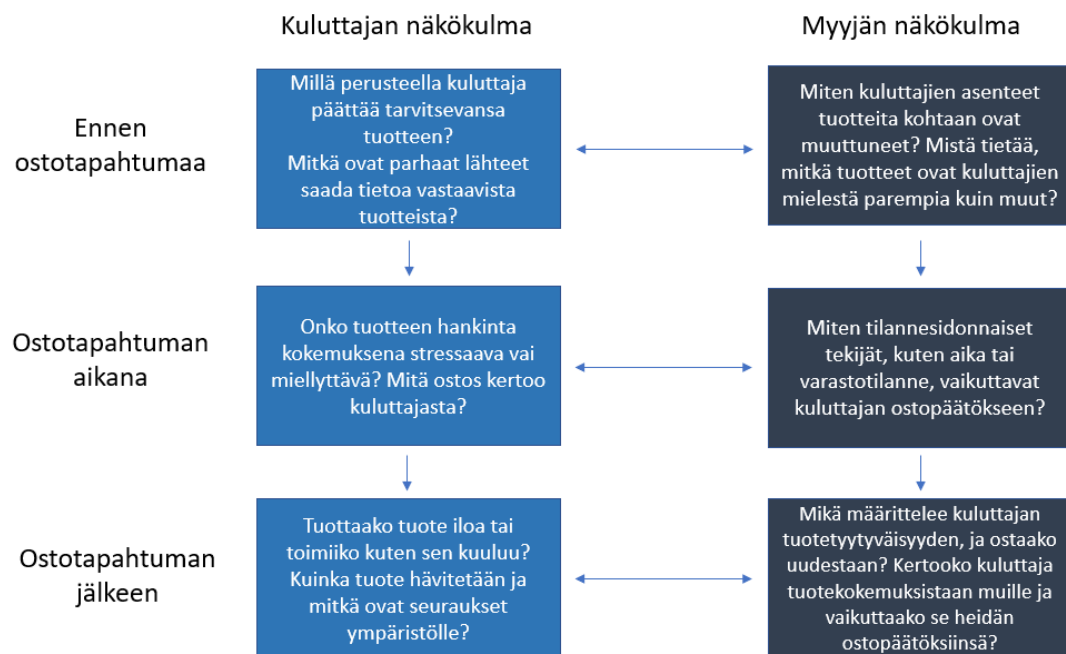
sekä seuraavat tarkasti mediaa ja kulutuksessa tapahtuvia suuntauksia. (Viitala & Jylhä 2007, 86.)

4.4 Kulutusprosessi

Kuluttajakäyttäytyminen on ennen kaikkea prosessi. Tutkijat ovat aiemmin puhuneet ostajakäyttäytymisestä, joka ennen kaikkea viittaa tapahtumaan oston hetkellä.

Kuluttajakäyttäytyminen on kuitenkin muutakin kuin se hetki kassalla, jolloin asiakas tarjoaa käteistä tai maksukorttia vastineeksi jostain tuotteesta tai palvelusta.

Kuluttajakäyttäytymistä tutkitaan nykyään prosessina, johon kuuluvat vaiheet ennen ja jälkeen ostamisen. (Solomon 2012, 32.) Kuvio 1 havainnollistaa prosessin vaiheet sekä kuluttajan että myyjän näkökulmasta.



Kuvio 1: Kulutusprosessin vaiheet (mukaillen Solomon 2012, 32)

Ostoa edeltävä tiedonhankinta perustuu ensisijaisesti kuluttajan muistiin, aiempiin kokemuksiin, ennen kuin tietoa etsitään muista lähteistä. Mitä parempi aiempi kokemus on ollut, sitä vähemmän kuluttaja tarvitsee päätöksentekoon tietoa ulkopuolelta. Useimmat kuluttajan tekemät valinnat perustuvat sekoitukseen aiempaa kokemusta sekä ulkoista informaatiota. (Schiffman & Wisenblit 2019, 378.)

Kuluttajan kohdatessa puutteellista tietoa prosessin aikana on hänen käytettävä muita keinoja paikataksaan puuttuvia osia. Kuluttajat käyttävät neljää eri tapaa, jotka auttavat heitä selviytymään puutteellisen tiedon kanssa. Ensimmäinen vaihtoehto on, että kuluttaja lykkää päätöksentekoa, kunnes puuttuva tieto on saatavilla. Toisena vaihtoehtona on, että kuluttaja jatkaa päätösprosessia puutteellisesta tiedosta huolimatta. Kolmas tapa on, että

kuluttaja muuttaa strategiaansa sellaiseksi, johon puuttuvan tiedon voi mukauttaa. Viimeinen vaihtoehto on, että kuluttaja saattaa itse päätellä tiedon, joka puuttuu. (Schiffman & Wisenblit 382.)

Tyytyväinen kuluttaja kokee saavansa rahoilleen vastinetta. Kuluttaminen voidaan nähdä ikään kuin äänestämisenä; kuluttaja vaikuttaa ympäristöönsä ja yhteisöönsä ostovalinnoillaan. Kun tuote tai palvelu on kulutettu, kuluttaja joko sitoutuu käyttämään tuotetta tai vaihtaa sen toiseen. Lisäksi kuluttaja saattaa jättää kohteesta arvostelun, joko positiivisen tai negatiivisen. (Schiffman & Wisenblit 2019, 384.)

5 Ruokailu kodin ulkopuolella

Käsitys ravintolasta on monipuolistunut. Usein on tapana ajatella, että ravintola toimii tietyllä periaatteella ja sijaitsee tietyssä paikassa. Ravintolan käsitettä ovat murtaneet niin alan tapahtumat kuin esimerkiksi 2010-luvun alkupuolella suosituksi tulleet pop up -ravintolat. (Catani 2014, 25.)

Ulkona syöminen on viime vuosien aikana kasvattanut suosiotaan, ja ravintoloissa käyntien määrä on kasvanut. Erityisesti kahvilassa käyminen sekä aamiaisen nauttiminen kodin ulkopuolella on lisääntynyt. (MaRa 2018.) Tänä päivänä säännöllinen ravintoloissa käyminen on vakiintunut käytännöksi suomalaisille, etenkin alle 30-vuotiaille kaupunkilaisille (Catani 2014, 25). Lisäksi ruoan tilaaminen netistä on yleistynyt. Kuluttajat valitsevat kotiinkuljetuksen erityisesti sen nopeuden ja helppouden vuoksi. (Verneau & Griffith 2016, 573.)

Catanin (2014, 25) mukaan suomalaisia kiinnostaa erityisesti ruoan puhtaus ja terveellisyys. Pysyväksi trendeiksi jääneet ravitsemus ja terveys ovat asiakkaiden arvostuksessa.

Mertanen (2007, 265) korostaa, että näihin edellä mainittuihin tarpeisiin yritysten tulee kiinnittää huomiota pysyäkseen kilpailukykyisinä. Kodin ulkopuolella syödessä ruoan hyvyttä arvioidaan ennen kaikkea yksittäisten kokemusten, hinnan sekä ruoan maineen perusteella. Kokonaisuutena onnistuneeseen ravintola-ateriaan liitetään maistuvan ruoan lisäksi ruokapaikan ilmapiiri, hyvä palvelu sekä ruokaseura. Ulkona syötyä ruokaa arvioidaan subjektiivisesti, ja psykologisilla tekijöillä on lisäksi oma vaikutuksensa. (Mertanen 2007, 45.)

5.1 Ruokapaikan valinta ja ruokailutottumukset

Kulttuuri on vahvasti sidoksissa siihen, mitä ruoka-aineita arvostetaan ja miten ruokaan suhtaudutaan. Voidaan sanoa, että ruoka on kulttuurin tuote. Se, mitä ruoasta ajatellaan, sekä millä perusteella valintoja tehdään, pohjautuu kulttuuriin. (Vieltojärvi, Palojoki & Janhonen-Abuquah 2012, 8.) On tapana ajatella, että ihmisillä on viehtymys

monipuolisuuteen. Siitä huolimatta, että jokin asia tuottaa nautintoa, useissa tilanteissa rajoitus ainoastaan yhteen vaihtoehtoon tuottaa lopulta mielipahaa ja johtaa kyllästymiseen. Lempiruoka ei todennäköisesti maistu enää yhtä herkulliselta, jos sitä syö joka päivä. (Iyengar 2011, 244.)

Mertanen (2007, 263) kirjoittaa, että ravintolaruokailuun yhdistetään tietynlainen vapaus. Toisaalta voidaan ajatella, että vapautta rajoittaa jo lähtökohtaisesti paikan ruokalista ja tarjonta. Lisäksi lukuisat kulttuuriset rajoitteet tai omat henkilökohtaiset rajoitteet ruokailulle murentavat vapauden illuusiota.

Kespron tutkimuksen (2019) mukaan ravintoloissa käymisen kulttuuri on muuttunut niin allergioiden, kuin erityisruokavalioiden myötä. Nykyään asiakkaan ravintolavalintaan vaikuttaa erityisesti se, että löytää omaan ruokavalioon sopivaa, mutta samanveroista ruokaa, mitä muille on tarjolla. Aromin (2015) mukaan lopulliseen päätökseen seurueen ruokapaikasta vaikuttaa usein erityisruokavaliota noudattava, esimerkiksi keliakiaa sairastava henkilö, sillä on mentävä paikkaan, jossa voi ruokailla turvallisesti ja josta löytyy omaan ruokavalioon sopiva vaihtoehto. Ravintoloiden tulisikin ymmärtää, kuinka tärkeää on panostaa gluteenittomuuteen. Yrityksen liiketoiminnan kannalta on fiksua palvella myös erityisruokavaliota noudattavia ryhmiä.

5.2 Ulkona syöminen keliakikkona

Erityisesti vastasairastuneet keliakikot pohtivat, uskaltaako kodin ulkopuolella syödä ja onko ruoka turvallista keliakikolle. Ulkona syöminen on mahdollista, mutta vaatii omalta osaltaan tarkkuutta, yhteistyötä ja keskustelua ruokavalioon liittyvistä yksityiskohdista. (Kekkonen ym. 2008, 28-29.) Lisäksi keliakikon on hyvä pysyä jämmäkkänä oman sairauden vakavuuden ja ruokavalion huolellisen noudattamisen suhteen. Ei ole väärin lähettää väärää annosta takaisin keittiöön, tai varmistaa vielä kertaalleen annoksen gluteenittomuutta sitä vastaanottaessa. (Celiac Disease Foundation 2020.)

Ruokalistan merkinnöistä ”-ton” -loppuosainen merkintätapa, kuten gluteeniton tai maidoton, on haastava allergisen tai sairaan asiakkaan kannalta. Esimerkiksi tuotteen maininta gluteenittomuudesta ei kerro viljattomuudesta. Helpottava ratkaisu tähän on siis kertoa tarkasti esimerkiksi listaamalla ainesosat, joita annos sisältää. (Kespro 2020.)

Erityisruokavaliota noudattavalla asiakkaalla on oikeus huomaamattomuuteen oman ruokavalionsa kanssa. Sen sijaan, että ruokapaikoissa pyydetään kääntymään henkilökunnan puoleen lisätietojen saamiseksi, tieto allergeeneista ja muista ainesosista tulisi olla valmiina näkyvillä. Näin yritys toimii asiakkaan kannalta parhaiten. (Kespro 2020.)

Usein ruokalistaan on merkitty annokset, jotka on mahdollista tilata gluteenittomana. Jos gluteeniton-merkintää ei listasta löydy, kannattaa asiaa kysyä henkilökunnalta. On mahdollista, että tietyt annokset voidaan valmistaa gluteenittomasti tai muuntaa

gluteenittomaan ruokavalioon sopiviksi. (Kekkonen ym. 2008, 29.) Kuitenkaan G-merkintä ei aina takaa gluteenittomuutta. Riippuen ruokapaikasta merkki voi tarkoittaa joko gluteenitonta vaihtoehtoa tai sitä, että se on mahdollista valmistaa gluteenittomana. Toisaalta joissain paikoissa G-merkintä viestii tuotteen sisältämästä gluteenista. On tärkeää varmistaa tilauksen gluteenittomuus sekä tilausvaiheessa että tilausta vastaanottaessa. (Keliakialiitto 2020d.) Pääsääntöisesti keliakikolle turvallisia vaihtoehtoja ravintolassa ovat esimerkiksi kasviksia sisältävät salaatit, vihannekset, hedelmät ja marjat, riisi, peruna sekä leivittämätön kala ja liha. Lisäksi keitot, jotka eivät ole suurustettu, sopivat usein keliakikon ruokavalioon. (Kekkonen ym. 2008, 29.)

Vuonna 2014 julkaistussa tutkimuksessa, joka käsittelee ulkona syömistä keliakikon näkökulmasta, kerrotaan erityisesti henkilökunnan tietämättömyyden aiheuttavan huonoja kokemuksia kodin ulkopuolella ruokaillessa. Lisäksi vieraanvaraisuuden puute sekä ruokailun jälkeen ilmaantuneet keliakiaoireet vaikuttavat negatiivisesti ulkona syömisestä kokemukseen. Lisäksi keliakiaa sairastavat asiakkaat kokevat häpeää, syyllisyyttä, ahdistuneisuutta ja pelkoa siitä, että he ovat ruokavaliionsa takia vaivaksi ruokapaikalle. Tutkimuksen mukaan keliakikon huonot kokemukset kodin ulkopuolella ruokailusta saattavat aiheuttaa luottamuspulaa ja uskomuksen siitä, ettei ulkona syöminen ole turvallista gluteenitonta ruokavaliota noudattavalle henkilölle. Yritysten tulee panostaa henkilökunnan koulutukseen ja keliakiatietämykseen, jotta keliakia-asiakkailta on turvallinen sekä luottavainen olo ruokapaikassa asioidessa. (Solomon & McClinchy 2014.)

5.3 Gluteenittomuuden huomioiminen ruokapaikoissa

Yritysten ei tarvitse luoda kokonaan uusia ruokalistoja keliakiaa sairastavia asiakkaita varten. Sen sijaan yritysten tulee tunnistaa nykyisestä ruokalistasta gluteenittomat tuotteet sekä kouluttaa ja varmistaa, että henkilökunta osaa välttää ristikontaminaatiota. Ristikontaminaatio voi tapahtua keittiössä esimerkiksi niin, että gluteenia sisältävän tuotteen murusia kulkeutuu gluteenittoman ruoan sekaan puhdistamattomien pintojen tai välineiden vuoksi. (Shadix 2006.)

Keliakialiitto on kehittänyt Gluteenittoman palvelun merkin. Merkki on kehitetty ennen kaikkea helpottamaan keliakiaa sairastavien henkilöiden kodin ulkopuolista ruokailua. Käyttöoikeus merkkiin ei edellytä kaikkien tarjottavien tuotteiden gluteenittomuutta, mutta se kertoo asiakkaalle, että yrityksen gluteenittomaan osaamiseen voi luottaa. Lisäksi merkin avulla yritys viestii asiakaskunnalleen, että gluteenittomien annosten saaminen on turvallista ja helppoa. Jotta yritys saa käyttöoikeuden merkkiin, on osaaminen gluteenittomuudesta todistettava. Tämä edellyttää kouluttautumista, ja lisäksi yrityksessä käydään paikan päällä varmistamassa gluteenittomuus ja sen toteutuminen. Omaohjaus yrityksessä on ensiarvoisen tärkeää. (Keliakialiitto 2020e.)

Gluteenittoman palvelun merkki on maksullinen ja sen käyttöoikeutta haetaan Keliakialiitosta. Ensimmäiset käyttöoikeudet merkille on myönnetty keväällä 2017 ja merkin käyttöoikeuden saavien yritysten määrä kasvaa koko ajan. Yritys, joka on saanut käyttöoikeuden Gluteenittoman palvelun merkkiin, voi käyttää merkkitunnusta niin sosiaalisessa mediassa kuin ruokalistassaan sekä yrityksen ikkunassa ja omilla verkkosivuillaan. Tällä hetkellä kyseisen merkin saaneiden yritysten joukosta löytyy muun muassa potilashotelli, artesaanileipomo, erilaisia kahviloita sekä luomuravintola. (Keliakialiitto 2020e.)

6 Tutkimusprosessi

Heikkilän (2014, 13) mukaan tieteellisessä tutkimustyössä on kyse ennen kaikkea ongelmanratkaisusta. Tieteellisessä tutkimuksessa tavoitteena on selvittää tutkimuskohteen toimintaperiaatteita. Määrällisessä eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa aineistonkeruumenetelmät ovat tyypillisesti lomake- ja internetkyselyitä, strukturoituja haastatteluja tai systemaattista havainnointia. (Heikkilä 2014, 13.)

Kvantitatiivinen tutkimus ei automaattisesti vaadi kyselytutkimuksen laatimista, mutta kyselyä käytetään usein aineiston keräämisessä määrällisessä tutkimuksessa. Kun vastausmäärä on suuri ja tieto esitetään numeroin, on yleensä kyseessä määrällinen tutkimus. Lisäksi sekä tutkimusprosessi että tutkimuksen tulokset ovat objektiivisiä eli puolueettomia. (Vilka 2007, 17.)

Tässä opinnäytetyössä aineiston kerääminen toteutetaan sähköisen kyselylomakkeen avulla. Lomake laaditaan Webropol-kyselytyökalun avulla, ja hyväksytetään Keliakialiitolla ennen sen lähettämistä. Kyselylomake lähetetään tietosuojasyistä Keliakialiiton toimesta jäsenille satunnaisotantana. Tutkimukseen vastaaminen ja lähettäminen tehdään nimettömänä, eikä vastauksia voi yhdistää yksityishenkilöihin. Tutkimuskyselyssä kysytään tutkimuksen kannalta oleellisia tietoja.

Lisäksi aineiston analysoinnissa käytetään sisällönanalyysin menetelmää, joka on kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa käytetty menetelmä. Tutkimuksen ollessa muutoin kvantitatiivinen, sisällönanalyysiä tarvitaan kyselytutkimuksen avointen vastausten analysoimiseen. Sisällönanalyysin tulokset esitetään taulukoiden sekä tekstin avulla Tutkimuksen tulokset -kappaleessa.

6.1 Kyselytutkimus

Kysely on aineiston keruutapa, jonka voi toteuttaa internetissä tai postitse. Kysymykset kysytään vastaajilta samassa järjestyksessä, samalla tavalla ja kysymykset ovat kaikille samat. Kysymykset ovat muodoltaan standardoituja eli vakioituja. (Vilka 2007, 28.) Tässä

opinnäytetyössä internetkysely valikoitui aineiston keräämisen tavaksi, sillä vastauksia haluttiin saada useaan kysymykseen ja suurelta joukolta ihmisiä. Lisäksi sähköinen kysely on toteutustapana helppo ja nopea.

Internetkyselyn vahvuutena on nopea vastausten saanti eikä haastattelihoita tarvita. Toisaalta väärinkäyttömahdollisuus on suuri, ja vastausprosentti riippuu kohdejoukosta. Lisähavaintoja ei ole mahdollista tehdä, ja avoimiin kysymyksiin jätetään herkästi vastamaatta. Internetkyselyn avulla on mahdollista saada tietoa myös arkaluontoisista asioista, mikä voi kasvotusten haastateltaessa joskus olla vaikeaa. Toisaalta vastausten tarkkuus on hieman kyseenalainen. (Heikkilä 2014, 18.)

Kyselyä voidaan käyttää silloin, kun tutkitaan henkilökohtaisia asioita, kuten terveyteen liittyviä asioita, ansiotuloja ja ruokatottumuksia (Vilkkä 2007, 28). Nimettömänä toteutettu kyselylomake sopii erityisesti tämän opinnäytetyön tutkimukseen, jossa käsitellään henkilökohtaista aihetta, eli tässä tapauksessa sairautta. Vastauksia ei voi yhdistää yksityishenkilöihin ja kyselyssä kysytään vain perustietoja kuten ikää, sukupuolta sekä maakuntaa, jossa vastaaja asuu.

6.2 Kysymysten laatiminen

Tutkimuksen kyselylomakkeen kysymykset laadittiin teoreettisen viitekehyksen pohjalta. Kyselylomakkeen ensimmäisessä luonnoksessa oli mukana myös kysymyksiä, jotka jätettiin pois yhteistuumin toimeksiantajan kanssa kysymyksiä tarkastellessa. Nämä kysymykset eivät päätyneet lopulliseen kyselylomakkeeseen, sillä niiden ei koettu olevan tarpeellisia tutkimusongelman kannalta.

Kyselylomakkeeseen päätyneet kysymykset valikoituivat kuluttajakäyttäytymisen teorian sekä keliakian ja gluteenittoman ruokavalion teoreettisen viitekehyksen pohjalta. Lisäksi kysymyksiä laatiessa on otettu huomioon teoria kodin ulkopuolella syömisestä keliakikkona sekä ruokapaikan valitsemiseen ja ruokailutottumuksiin pohjautuva teoria. Lomakkeen alussa kolme ensimmäistä kysymystä koskevat demografisia tekijöitä, sillä kuluttajakäyttäytymisen teorian mukaan demografiset tekijät vaikuttavat osaltaan kuluttajakäyttäytymiseen. Näitä tekijöitä ovat muun muassa ikä, sukupuoli ja maantieteellinen sijainti. Kyselylomakkeessa kysytään ensin vastaajan ikää, seuraavaksi sukupuolta ja kolmanneksi maakuntaa, jossa vastaaja asuu.

Kysymyksessä numero 4 kysytään, kuinka kauan keliakiadiagnoosin saamisesta on kulunut aikaa. Jos kysymykseen vastaa henkilö, jolla ei ole keliakiadiagnoosia, kysely päättyy automaattisesti. Lomakkeen alussa kerrotaan kyselytutkimuksen koskevan ainoastaan keliakiaa sairastavia henkilöitä, jotka ovat saaneet diagnoosin, mutta jos tätä ei ole huomannut, kyselyyn vastaaminen loppuu viimeistään tässä vaiheessa, sillä henkilö ei kuulu tutkimuksen kohderyhmään. Seuraavaksi kysytään, sairastaako vastaaja lisäksi ihokeliakiaa.

Kysymyksessä 6 kysytään, kuinka usein keliakikko ruokailee kodin ulkopuolella keskimäärin yhden viikon aikana. Aikamääreeksi on valittu viikko, sillä se on vastaajalle selkeästi hahmotettavissa oleva ajanjakso. Jos vastaaja ruokailee keskimäärin joka arkipäivä opiskelupaikassaan, on kysymykseen helppo valita vaihtoehdoksi ”4-5 kertaa viikossa”. Jos vastaajalla on tapana käydä viikonloppuisin kaupungilla ja samalla ulkona syömässä, vastausvalinta voi tässä tapauksessa olla ”kerran viikossa”. Kysymykseen on myös mahdollista vastata, ettei käy koskaan ulkona syömässä. Tässä tapauksessa vastaajalle annetaan mahdollisuus kertoa avoimella vastauksella, miksi kodin ulkopuolella ei ruokailla ollenkaan. Kyselyssä osaan tutkimuksen kysymyksistä on mahdollista vastata avoimella vastauksella. Kun vastaajalle annetaan mahdollisuus avoimeen vastaukseen, saadaan tutkimuksen kannalta arvokasta lisätietoa.

Seuraavaksi kysytään, minkä tyyppisiä aterioita ulkona syödään ja minkälaisissa ruokapaikoissa. Nämä tiedot liittyvät kuluttajakäyttäytymiseen, sillä halutaan saada selville, käyvätkö keliakikot erityisen paljon joissakin paikoissa tai eivät ollenkaan tietynlaisissa ruokapaikoissa. Lisäksi kysymällä ulkona syömisen tottumuksia ennen keliakiadiagnoosia ja sen jälkeen, saadaan tutkimuksen kannalta kiinnostavaa vertailua keliakiadiagnoosin vaikutuksista ulkona syömiseen. Kysymys 19 liittyy tiedonhankintaan, sillä tiedon etsiminen on osa kulutusprosessia ja liittyy olennaisesti kuluttajakäyttäytymiseen. Kysymyksessä 21 tiedustellaan, vaikuttaako annoksen gluteenittomasta versiosta veloittava lisämaksu ruokapaikan valintaan. Kysymys on valittu mukaan, sillä tutkimuksessa halutaan selvittää, onko taloudellinen tekijä, eli tässä tapauksessa lisämaksu, ratkaiseva tekijä eri vaihtoehtoja pohdittaessa.

Kyselyn loppupuolella kysytään tekijöitä, jotka vaikuttavat onnistuneeseen ruokailukokemukseen kodin ulkopuolella sekä tekijöitä, jotka vaikuttavat ruokapaikan valintaan. Avoimen vastauksen välityksellä vastaaja pystyy myös kertomaan mitä kanavia hän käyttää hakiessaan tietoa siitä, sopiiko ruokapaikka keliakikolle. Avoin vastausvaihtoehto on annettu myös kysymykselle, jossa kysytään, mikä olisi todennäköisin syy olla valitsematta ruokapaikkaa. Keliakikkojen omia kokemuksia halutaan myös kuulla kysymyksessä, jossa tiedustellaan ulkona syömisen tilanteita, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut tai siitä ei ole voitu olla varmoja. Lopuksi kysytään vielä syitä, jotka saisivat keliakikon palaamaan ruokapaikkaan uudelleen sekä tekijöitä, jotka vaikuttaisivat siihen, ettei keliakikko palaisi samaan paikkaan uudelleen. Nämä kysymykset on valittu kyselyyn, jotta voidaan tutkia kulutusprosessin jälkeisiä tapahtumia kuten ruokapaikkaan palaamista.

6.3 Tutkimuksen vaiheet

Tutkimus alkoi aiheen valitsemisella, jota seurasi tutkimussuunnitelman laatiminen. Heikkilän (2014, 22) mukaan tutkimuksen aihealue on usein hyvin laaja, joten sitä on pystyttävä

rajaamaan. Rajaus tehdään niin, ettei aihe ole laaja ja käsittele tutkimuskohdetta pinnallisesti, vaan mieluummin suppea, mutta syvälinen. Tutkimussuunnitelma on vaikea toteuttaa kohteen ollessa yksinkertaisesti liian laaja. Opinnäytetyön aiheen rajaamisen takia työssä tutkittiin ainoastaan suolenkeliakiaa ja ihokeliakiaa sairastavien tottumuksia. Ulkona syömisen käsitteen ollessa laaja aihetta tarkasteltiin kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta.

Tutkimuksen aiheen rajaamisen jälkeen seuraava vaihe oli päättää tutkimuksen toteutustavasta. Kyselylomake valittiin aineistonkeruumenetelmäksi, kun haluttiin saada tietoa suurelta joukolta ihmisiä nopealla aikataululla. Sähköinen kyselylomake koettiin helpoksi tavaksi sekä tutkimuksen lähettämiseksi että vastausten tarkastelulle. Lisäksi, kun tieto on sähköisessä muodossa, se on kätevästi aina saatavilla samalla kun kirjoittaa opinnäytetyötä tietokoneella verrattuna siihen, että tieto olisi esimerkiksi erillisillä paperilapuilla.

Tutkimuskysely lähetettiin 2500:lle Keliakialiiton jäsenelle sähköisesti elokuussa 2020. Tutkimukseen mukaan valikoituneet henkilöt poimittiin Keliakialiiton jäsenrekisterin kautta satunnaisotantana. Tutkimuskyselyyn vastattiin sähköpostitse saadun linkin kautta Webropol-kyselytyökalun alustalla. Aikaa vastata kyselyyn annettiin kaksi viikkoa, ja viikon kuluttua tutkimuskutsun lähettamisestä lähetettiin muistutusviesti Keliakialiiton toimesta niille henkilöille, jotka eivät olleet kyselyyn vielä vastanneet. Toimeksiantajan kanssa sovittiin, että kahden viikon kuluttua kyselyn lähettamisestä kysely suljetaan.

Tutkimuskyselyn kysymykset laadittiin yhdessä Keliakialiiton kanssa. Kysymyksiä oli yhteensä 27 kappaletta. Kysymykset koostuivat monivalintakysymyksistä sekä muutamista avoimista ”Muu, mikä?” -kysymyksistä, joihin pystyi kirjoittamalla antamaan vastauksensa, jos annetuista vaihtoehdoista ei löytynyt sopivaa. Kyselylomake löytyy kokonaisuudessaan opinnäytetyön liitteet-osiosta.

Kysely lähetettiin sähköisesti Keliakialiiton jäsenrekisteristä poimituille henkilöille elokuussa, vaikka alun perin lähetyssajankohdan piti olla heinäkuu. Mahdollisten kesälomien takia vastausmäärä olisi saattanut jäädä oletettua pienemmäksi, joten kyselyn lähetyssajankohta siirrettiin alkusyksyyn. Tavoitteena oli saada noin 200 vastausta.

Vastausten analysointi tapahtui Webropol-työkalun laatimien valmiiden diagrammien avulla, joista oli helppo lukea vastausten määrät prosentteina. Avoimet vastaukset luettiin ensin huolella läpi, jonka jälkeen vastaukset siirrettiin uuteen tiedostoon. Kunkin kysymyksen avoimet vastaukset koottiin yhteen ja niistä muodostettiin pelkistettyjä ilmauksia. Tämän jälkeen niistä etsittiin samankaltaisuuksia, joiden pohjalta saatiin luokiteltua ala- ja yläluokat pelkistetyistä ilmauksista.

Sisällönanalyysiä käytettiin tutkimusaineiston analyysimenetelmänä avointen kysymysten kohdalla. Tuomen (2018, 4.4) mukaan sisällönanalyysi on tiivistetty kuvaus tutkittavasta

ilmiöstä, ja kyseisellä menetelmällä mahdollistetaan dokumenttien systemaattinen ja objektiivinen analysointi. Avoimista vastauksista esille nousevat teemat ja tulokset esitetään Tutkimukset tulokset -kappaleessa. Tutkimuksen luotettavuutta sekä pätevyyttä arvioidaan seuraavassa alaluvussa 6.4.

6.4 Reliabiliteetti ja validiteetti

Tilastokeskus (2020) määrittelee validiteetin ilmentävän, kuinka hyvin käytetty mittausmenetelmä mittaa tutkittavaa ilmiötä ja niitä ominaisuuksia, joita on tarkoitus mitata. Lisäksi Tilastokeskus käyttää esimerkkinä työpaikan viihtyvyyden mittaamista, jolloin kysymys työpaikan ilmanvaihdosta ei riitä ilmiön mittaamiseen. Heikkilä (2014, 27) tiivistää validiteetin tarkoittavan tutkimuksen pätevyyttä.

Reliabiliteetti, tutkimuksen luotettavuus, kertoo tulosten tarkkuudesta. Luotettava tutkimus on mahdollista toistaa, eivätkä tulokset tällöin ole sattumanvaraisia. Virheitä voi sattua niin tiedonkeruuvaiheessa kuin tuloksia tulkittaessa, joten tutkijan on oltava kriittinen ja erityisen tarkka tutkimuksen alusta loppuun. Jos otos, eli perusjoukkoa edustava pienkuva, on liian pieni, tulokset ovat sattumanvaraisia. Kyselylomaketta tehdessä on varauduttava katoon, eli siihen joukkoon, jotka eivät palauta täytettyä kyselyä vastauksineen. (Heikkilä 2014, 28.)

Tässä tutkimuksessa reliabiliteettia eli tutkimuksen luotettavuutta lisää otoksen koko. Perusjoukkoa edustava kuva on tarpeeksi iso, ja kyselyyn vastattiin suurella joukolla. Kysymyslomaketta luodessa kuitenkin sattui valitettava virhe koskien kysymysten asettamista pakollisiksi, mikä huomattiin vasta myöhemmin lomakkeen lähetyksen jälkeen. Kysymyksiin olisi vastannut sama määrä ihmisiä, jos kysymykset olisi asetettu pakollisiksi ja vastaajan jättäessä vastaamatta kysymykseen joko tarkoituksella tai epähuomiossa, Webropol olisi huomauttanut tästä kyselyn täytön yhteydessä.

Tutkimuksen validiteetti eli tutkimuksen pätevyys muodostuu tässä tutkimuksessa siitä, että tutkimuskyselyn lomakkeessa kysytään asioita, joita halutaan mitata ja vertailla. Käytännössä tämä tarkoittaa, että tutkimuksessa selvitetään tapoja ja mieltymyksiä sekä ennen diagnoosia että sen jälkeen, jotta ymmärretään paremmin keliakiadiagnoosin vaikutusta kuluttajakäyttäytymiseen. Tutkittaessa kuluttajakäyttäytymistä taustatietojen lisäksi kysytään ruokapaikan valintaan vaikuttavia perusteita, palaamiseen vaikuttavia tekijöitä, sekä yleisesti arvoja ja ruokailutottumuksia ulkona syödessä keliakikkona.

7 Tutkimuksen tulokset

Kysely lähetettiin sähköisesti 2500 Keliakialiiton jäsenelle. Kuitenkin osa sähköpostiosoitteista ei ollut enää käytössä, joten kyselyä ei voinut lähettää kaikkiin jäsenrekisteristä poimituihin sähköpostiosoitteisiin. Edellä mainitusta syystä johtuen kysely lähetettiin lopulta 2391 jäsenelle, joista 872 vastasi kyselyyn. Webropol-alusta kertoo, että sähköinen kyselylomake avattiin 1197 vastaajan toimesta, ja 921 on aloittanut kyselyyn vastaamisen. Kaiken kaikkiaan yli 70 prosenttia kyselylomakkeen avanneista vastaajista on vastannut kyselyn loppuun asti.

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen tuloksia. Ensimmäisessä alaluvussa käsitellään vastaajien demografisia tietoja, ja seuraavissa alaluvuissa tulokset on esitetty tutkimuksen kyselylomakkeen teemojen mukaisesti. Näitä teemoja ovat ruokailutottumukset kodin ulkopuolella, ruokapaikan valinta sekä arvot, asenteet ja kokemukset ohjaavina tekijöinä. Tulokset esitetään taulukoiden, kuvioiden sekä tekstin avulla.

7.1 Vastaajien taustatiedot

Ikä

Lähes puolet vastaajista kuuluvat ikäluokaltaan 50-59-vuotiaisiin tai 60-69-vuotiaisiin. Vastaajia molemmista ikäryhmistä on 23 % kokonaisvastaajamäärästä. Vähiten vastaajia on alle 20-vuotiaiden ikäryhmästä, sillä heitä on 3 % kokonaisvastaajamäärästä. Tähän voi vaikuttaa osaltaan se, että kysely lähetettiin ainoastaan 18 vuotta täyttäneille jäsenille.

Sukupuoli

Vastaajista 76 % ilmoitti sukupuolekseen naisen ja 24 % vastaajista miehen. Lisäksi vaihtoehto ”muu/en halua kertoa” on valittu yhden kerran. Enemmistö kyselyyn vastanneista oli siis naisia.

Maakunta

Kyselyyn vastanneista prosentuaalisesti eniten on Uudenmaan maakunnasta, 23 % kokonaismäärästä. Seuraavaksi eniten Pirkanmaalta, 14 % vastaajista, ja kolmanneksi eniten Varsinais-Suomesta, 9 % vastaajista. Vastaajia oli kaikista maakunnista, mutta Ahvenanmaalta ei tullut yhtään vastausta.

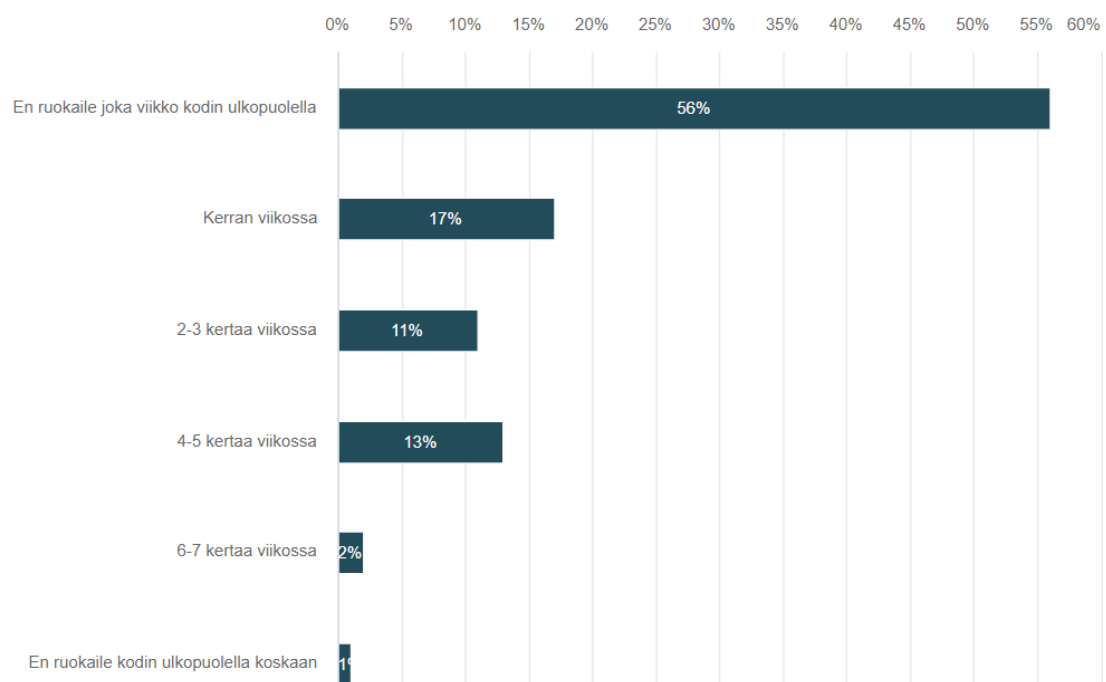
Keliakiadiagnoosi

Vastaajista 2 % ilmoitti, ettei heillä ole keliakiadiagnoosia. Tämän vaihtoehdon valitessaan kysely päättyy, sillä tutkimuksessa selvitetään nimenomaan keliakiadiagnoosin saaneiden ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymistä. Vastaajista 30 % ilmoitti, että keliakiadiagnoosin saamisesta on kulunut yli 15 vuotta ja vähemmistö vastaajista (4 %) ilmoitti diagnoosin olevan

tuore, alle vuosi sitten saatu. 1-2 vuotta sitten diagnoosin saaneita on 9 % vastaajista ja 3-5 vuotta sitten diagnoosin saaneita 17 %. Vastaajista 6-10 vuotta sitten diagnosoituja on 20 % kokonaisvastaajamäärästä ja 11-15 vuotta sitten diagnoosin saaneita on 18 % vastaajista. Lisäksi kaikista vastanneista 13 % ilmoitti sairastavansa lisäksi ihokeliakiaa.

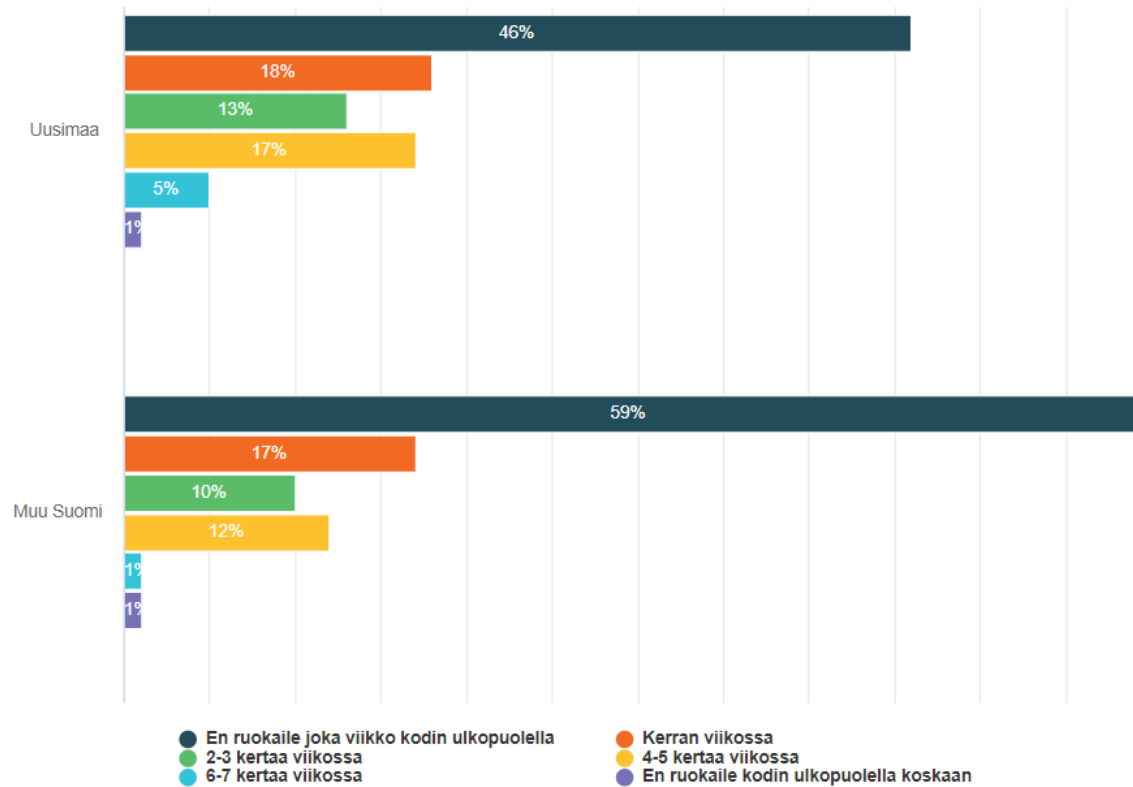
7.2 Ruokailutottumukset kodin ulkopuolella

Tutkimuksessa selvitettiin, kuinka usein keliakikot syövät ulkona keskimäärin yhden viikon aikana (Kuvio 2). Vastaajista 17 % ilmoitti ruokailevansa kodin ulkopuolella keskimäärin kerran yhden viikon aikana. Yli puolet vastaajista ei ruokaile joka viikko kodin ulkopuolella ja 1 % vastaajista ilmoitti, etteivät he ruokaile kodin ulkopuolella koskaan.



Kuvio 2: Keliakikon ruokailu kodin ulkopuolella yhden viikon aikana (n= 856)

Alla oleva kuvio esittelee vastaukset kysymykseen, jolla haluttiin myös verrata kodin ulkopuolisen ruokailun tottumuksia Uudenmaan sekä muiden Suomen maakuntien välillä (Kuvio 3). Keliakikot, jotka ovat ilmoittaneet maakunnakseen Uudenmaan, ruokailevat keskimäärin muuta Suomea useammin kodin ulkopuolella. Alla oleva kuvio osoittaa, että on hieman todennäköisempää, että muualla Suomessa asuvat keliakikot eivät ruokaile joka viikko kodin ulkopuolella. Uudenmaan keliakikot syövät todennäköisemmin ulkona 6-7 kertaa viikossa verrattuna muiden maakuntien keliakikkoihin, joista vain 1 % vastasi ruokailevansa 6-7 kertaa viikossa ulkona.

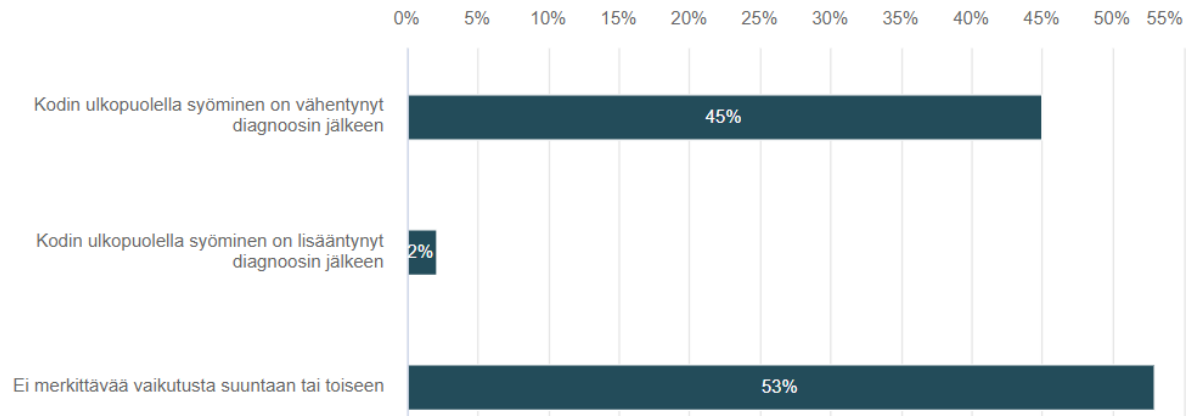


Kuvio 3: Keliakikön ruokailu kodin ulkopuolella, vertailussa Uusimaa ja muu Suomi.

Ulkona syödään eniten lounasta, seuraavaksi eniten pientä suolaista tai makeaa purtavaa. Vähiten kodin ulkopuolella nautitaan aamupalaa vastaajien toimesta. Paikkana toimii hyvin usein ruokaravintola, jonka lähes 70 % vastaajista valitsi tyypilliseksi kodin ulkopuolella syömisestä paikaksi. Seuraavaksi eniten kodin ulkopuolella ruokaillaan kahviloissa ja henkilöstö- sekä lounasravintoloissa esimerkiksi työpaikalla. Tasaista jakoa on pizzerioiden, pikaruokapaikkojen sekä liikenneasemien välillä, sillä jokainen vaihtoehto on saanut reilut 20 % vastaajien äänistä. Vähiten annetuista vaihtoehdoista ruokaillaan hotelliravintoloissa.

Keliakikön kodin ulkopuolella ruokailemisen syy on useimmiten vapaa-ajan vietto tai lounasruokailu. Vastaajista 7 % juhlistavat merkkipäivää tai muuta asiaa ruokailemalla kodin ulkopuolella ja 6 % syö ulkona silloin kun ei itse ehdi kokata. Keliakikoista 2 % kertovat ulkona syömisestä motiiviksi uteliaisuuden ja halun kokeilla jotain uutta.

Tulokset osoittavat, että ennen diagnoosia kodin ulkopuolisen ruokailun syyt ovat samassa järjestyksessä, kuin keliakiadiagnoosin saamisen jälkeen. Myös diagnoosia edeltävänä aikana vapaa-ajan vietto korostui syynä ulkona syömiselle ja seuraavaksi tärkeimpänä pidettiin lounasruokailua.



Kuvio 4: Keliakiadiagnoosin vaikutus ulkona syömiseen (n= 845)

Kyselyyn vastanneista yli puolet kokevat, että keliakiadiagnoosilla ei ole juurikaan vaikutusta siihen, kuinka usein ulkona syödään verrattuna aikaan ennen diagnoosia. Kuitenkin 45 % vastaajista kertoo kodin ulkopuolisen ruokailun vähentyneen saatuaan keliakiadiagnoosin. Lisäksi 2 % vastaajista kertoo syöminen kodin ulkopuolella puolestaan lisääntyneen diagnoosin saamisen jälkeen.

7.3 Ruokapaikan valintaan vaikuttavat tekijät

Kyselyyn vastanneista yli puolet kertoo ruokapaikan valitsemisen olevan hieman haastavampaa kuin ennen keliakiadiagnoosia ja lähes 40 % kertoo ruokapaikan valitsemisen olevan nykyään huomattavasti haastavampaa. Toisaalta 6 % vastaajista kertoo paikan valitsemisen olevan samanlaista kuin ennen, vastaajista 2 % ei osaa sanoa diagnoosin vaikutuksesta valintaan ja 0,5 % vastaajista kertoo ruokapaikkavalinnan olevan helpompaa kuin ennen.

Kyselyyn vastanneiden keliakikkojen mukaan ruokapaikan valintaan vaikuttaa merkittävimmin kaksi tekijää; turvallisuus keliakikolle sekä ruokalistan merkinnät gluteenittomuudesta. Seuraavaksi eniten vaikuttaa tilattavissa olevien vaihtoehtojen määrä. Sijainnilla ja Gluteenittoman palvelun merkillä on myös vaikutusta. Vastaajien mielestä hinnalla ei juurikaan ole ruokapaikan valinnan suhteen ratkaisevaa vaikutusta.

Eniten tietoa ruokapaikan soveltuvuudesta keliakikolle vastaajat etsivät yrityksen omilta verkkosivuilta. Seuraavaksi eniten suositaan ruokapaikan Facebook-sivuja, Keliakialiiton verkkosivuja sekä Gluteeniton Elämä -lehteä tiedonlähteenä. Alle 50-vuotiaat suosivat huomattavasti enemmän ruokapaikan Facebook-sivuja sekä keskustelupalstoja tiedonlähteenä kuin heitä vanhemmat vastaajat. Yli 50-vuotiaat keliakikot kertovat sen sijaan etsineensä ruokapaikoista tietoa Keliakialiiton Gluteeniton Elämä -lehdestä useammin kuin heitä nuoremmat vastaajat.

Lähes 60 % vastaajista kertoo keliakian vaikuttavan ruokapaikan valintaan aina, vaikka mukana olisi seurue, johon kuuluu muitakin kuin keliakikkoja. Noin 30 % vastaajista arvelee keliakiadiagnoosin vaikuttavan paikan valintaan satunnaisesti ja 10 % vastaajista mukaan hyvin harvoin. Ainoastaan 5 % vastaajista kertoo, ettei keliakia vaikuta ruokailuseurueen ruokapaikan valintaan ollenkaan.

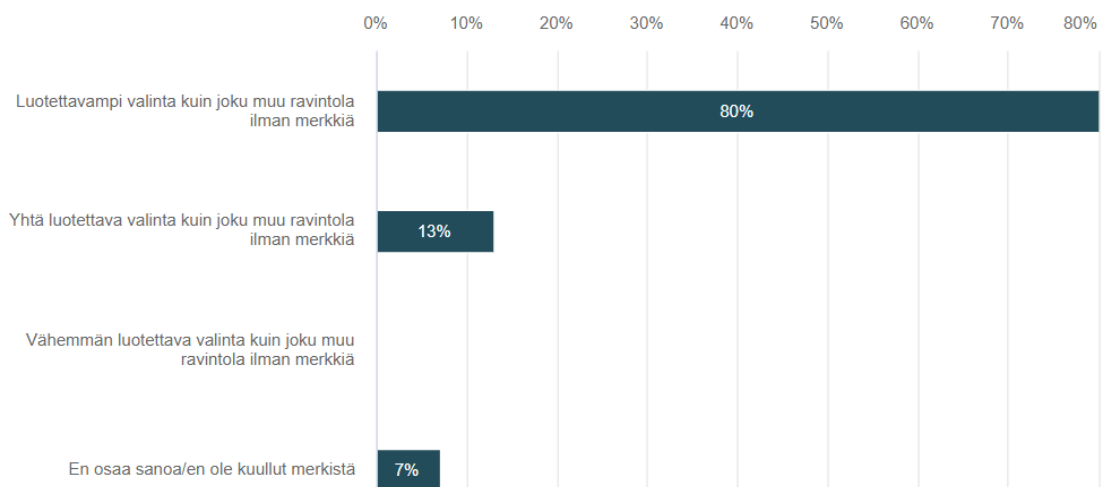
7.4 Arvot ja asenteet

Tutkimuksessa kysyttiin, mitä asiaa ulkona syödyssä annoksessa arvostetaan eniten. Kyselyn mukaan keliakikot arvostavat annoksessa ylivoimaisesti eniten ruoan gluteenittomuutta. Ruokavalion ollessa tarkka ja ehdoton, ruoan gluteenittomuus on todella tärkeää. Seuraavaksi tärkeimmäksi asiaksi nostetaan ruoan turvallisuus ja kolmanneksi ruoan maku. Nämä kolme asiaa erottuvat joukosta selvästi. Ennen keliakiadiagnoosin saamista tärkeimmäksi asiaksi annoksessa arvotettiin ruoan maku. Seuraavaksi tärkeintä annoksessa oli ruoan terveellisyys ja kolmanneksi ruoan puhtaus.

Gluteenittoman palvelun merkillä varustettu ravintola on 80 % vastaajista mielestä luotettavampi kuin muu ravintola ilman merkkiä. Yksikään keliakikkovastaajista ei vastannut merkillä varustetun ravintolan vaikuttavan vähemmän luotettavalta valinnalta kuin ravintola ilman merkkiä. 7 % kysymykseen vastanneista ei ollut kuullut merkistä tai osannut arvioida sen vaikutusta tuotteiden gluteenittomuuden luotettavuuteen, ja 13 % vastaajista pitää Gluteenittoman palvelun merkin saanutta ravintolaa yhtä luotettavana kuin toista ravintolaa ilman merkkiä. Yksikään vastaajista ei ollut sitä mieltä, että Gluteenittoman palvelun merkin saanut paikka olisi vähemmän luotettava valinta kuin joku toinen paikka ilman merkkiä.

23. Ravintola, jolle on myönnetty Gluteenittoman palvelun merkki on mielestäni

Vastaajien määrä: 843



Kuvio 5: Gluteenittoman palvelun merkin vaikutus ravintolan luotettavuuteen (n= 843)

7.5 Keliakikkojen kokemuksia ulkona syömisestä

Tässä luvussa perehdytään keliakiaa sairastavien kokemuksiin kodin ulkopuolella ruokailusta. Tulokset perustuvat avoimiin vastauksiin, jotka on analysoitu käyttäen sisällönanalyysin menetelmää laadullisen tutkimuksen puolelta. Samoihin kysymyksiin on jo saatu vastauksia monivalintakysymysten kautta, mutta tässä alaluvussa avoimien kysymysten kautta saadut tulokset esitellään taulukoittain.

Ensimmäisessä taulukossa (Taulukko 1) esitellään tutkimuksessa esille nousseet syyt, joiden takia keliakikko ei ruokaile kodin ulkopuolella. Syynä, ettei kodin ulkopuolella ruokailulle koeta tarvetta on esimerkiksi se, että halutaan valmistaa ruokaa itse kotona. Lisäksi luottamuspuola ruoan gluteenittomuudesta sekä aiemmat huonot kokemukset asiakaspalvelusta vaikuttavat useamman vastaajan mielestä siihen, ettei ulkona käydä syömässä. Joillakin keliakikoilla on lisäksi muita ruokarajoitteita, kuten allergioita tai yliherkkyyksiä, joiden takia ulkona syöminen koetaan hankalaksi. Tutkimuksessa käy myös ilmi, että kaikilla ei ole aihetta ruokailla kodin ulkopuolella muuten kuin juhlissa tai vastaavissa tilaisuuksissa.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
<ul style="list-style-type: none"> Ei luoteta ravintoloiden gluteenittomuuteen On väitetty tuotetta gluteenittomaksi, vaikka todellisuudessa ei ole ollut 	Luottamusongelmat	Sytä, miksi keliakikot, eivät ruokaile kodin ulkopuolella	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttötymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> Ruoat totuttu valmistamaan kotona Kun kokkaa kotona, ei tarvitse varmistella gluteenittomuutta 	Kokataan kotona		
<ul style="list-style-type: none"> Lisäksi muita ruoka-aineallergioita sekä -yliherkkyyksiä Muut ruokarajoitteet hankaloittavat asiaa 	Muut ruokarajoitteet		
<ul style="list-style-type: none"> Gluteenittomuuteen suhtaudutaan vaihtelevasti Kokemukset ynseästi asiakaspalvelusta 	Huonot kokemukset		
<ul style="list-style-type: none"> Ei ole aihetta ruokailla ulkona, ainoastaan juhlissa 	Ei tarvetta syödä ulkona		

Taulukko 1: Syitä, miksi keliakikot eivät ruokaile kodin ulkopuolella

Taulukossa 2 esitellään paikkoja, joissa keliakikot ruokailevat kodin ulkopuolella. Ruokailua tapahtuu koulun tai opiskelupaikan ravintolassa. Lisäksi keliakikot ruokailevat omalla työpaikalla, mutta vastausten perusteella heillä on omat eväät mukana, sillä työpaikan taukotila sekä eväät mainitaan muutamaa otteeseen.

Muita paikkoja, joissa keliaakikot ruokailevat, ovat esimerkiksi laivat, kioskit, huoltoasemat, torikahvilat, tehtaanmyymälä sekä erilaisten tapahtumien yhteydessä. Ulkona syödään tutuissa ja varmoiksi todetuissa paikoissa, joista ei ole tullut oireita. Liiketoimintaa harjoittavien yritysten lisäksi keliaakikot kertovat syövänsä myös vieraillessaan seurakunnassa sekä tuttavien luona.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
<ul style="list-style-type: none"> • Kaikki ”varmoiksi” todetut paikat, joista ei ole tullut oireita 	Tutut ja varmat paikat	Paikat, joissa keliaakikot ruokailevat kodin ulkopuolella	Keliaakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> • Koulun ruokala • Opiskelijaravintola 	Opiskelupaikan ravintola		
<ul style="list-style-type: none"> • Työpaikan taukotila, omat eväät mukana • Eväät työpaikalla • Työpaikan taukotila 	Työpaikka		
<ul style="list-style-type: none"> • Risteilyn buffet 	Laivan noutopöytä		
<ul style="list-style-type: none"> • Seurakunta • Seurakunnan vähävaraisten ruokailu 	Seurakunta		
<ul style="list-style-type: none"> • Kioski 	Kioski		
<ul style="list-style-type: none"> • Huoltoasema 	Huoltoasema		
<ul style="list-style-type: none"> • Sukulaisen luona • Vierailut ystävien luona 	Tuttavien luona		
<ul style="list-style-type: none"> • Torikahvila 	Torikahvila		
<ul style="list-style-type: none"> • Eläkeläisten tapahtuma kahvituksineen 	Tapahtumat		
<ul style="list-style-type: none"> • Tehtaanmyymälän kahvila-ravintola 	Tehtaanmyymälä		

Taulukko 2: Paikat, joissa keliaakikot ruokailevat kodin ulkopuolella

Keliaakikko syö todennäköisesti kodin ulkopuolella esimerkiksi ollessaan matkoilla, jolloin kotona ruokailu ei ole mahdollista (Taulukko 3). Toisinaan matkustaminen kaupunkien välillä tai ruokapaikan sopiva sijainti matkan varrelle tekee ulkona syömisestä todennäköistä. Lisäksi keliaakikot kertovat, että ulkona syödään vaihtelun vuoksi sekä siksi, että on mukava syödä valmista ruokaa silloin, kun ei itse jaksaa valmistaa ruokaa.

Sosiaaliset tilanteet ovat myös syy kodin ulkopuoliseen ruokailuun, kun lounaalla tavataan ystäviä tai tuttavien kanssa sovitaan tapaaminen varta vasten ruokailun tai kahvitteilyn merkeissä. Vastajaat kertovat, että toisinaan nälkä yllättää, mistä johtuen ulkona käydään ruokailemassa. Lisäksi vastaajat kertovat, että välillä halutaan hemmotella itseään tai puolisoaan, jolloin ulkona käydään syömässä kotona ruokailun sijaan.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
<ul style="list-style-type: none"> Vaihtelu Vaihtelun halu 	Vaihtelu	Todennäköisin syy ruokailuun kodin ulkopuolella	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttyymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> Kiva syödä valmista ruokaa Ei jaksakaan tehdä ruokaa 	Joku tekee ruoan puolesta		
<ul style="list-style-type: none"> Matkan aikana Matkoilla Reissussa Sopii matkan varrelle Matkustus kaupunkien välillä Liikkeellä kaukana kotoa, jolloin ruokailu kotona ei mahdollista 	Matkustaminen		
<ul style="list-style-type: none"> Ystävän kanssa lounastaminen Ystävän tapaaminen Tuttavien tapaaminen 	Sosiaaliset tilanteet		
<ul style="list-style-type: none"> Nälkä ja ei muuta mahdollisuutta Nälkä 	Nälkä yllättää		
<ul style="list-style-type: none"> Itsensä hemmottelu Puoliso haluaa vapauttaa vaimon ruoanlaitosta 	Hemmottelu		

Taulukko 3: Todennäköisin syy ruokailuun kodin ulkopuolella

Taulukossa 4 esitellään syitä kodin ulkopuoliseen ruokailuun ennen keliakiadiagnoosin saamista. Muutama keliakikoista kertoo, että syyt ulkona syömiseen ovat samat kuin aikana ennen keliakiadiagnoosia, eli diagnoosi ei ole vaikuttanut siihen, miksi ulkona käydään syömässä. Loput vastaajista mainitsevat samoja asioita, kuin tällä hetkellä todennäköisimmiksi kokevansa syyt sille, että ulkona käydään syömässä.

Aikana ennen keliakiadiagnoosia vastaajat ovat ruokailleet ulkona ollessaan matkoilla joko loman tai työn merkeissä. Lisäksi koulu- ja työympäristö ovat toimineet paikkoina esimerkiksi lounaalle. Myös hemmottelu ja vapautus ruoan laitosta silloin, kun ei ole sitä jaksanut tehdä, ovat olleet syitä käydä syömässä ulkona. Vastauksissa on myös maininta siitä, että ennen keliakiadiagnoosin saamista ei ulkona syömiseen tarvinnut olla erityistä syytä, sillä on mukava käydä usein muualla syömässä.

Kahdessa peräkkäisessä kysymyksessä toistuvat pitkälti samat teemat keliakikkojen vastauksissa. Matkustaminen, hemmottelu sekä se, että joku muu tekee ruoan puolesta, löytyvät kaikki vastauksista ennen ja että jälkeen keliakiadiagnoosin saamisen. Kaikilla vastaajilla ei kuitenkaan ole kokemusta ulkona syömisestä ennen keliakiadiagnoosia esimerkiksi siitä syystä, että sairaus on todettu hyvin nuorena.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääloukka
<ul style="list-style-type: none"> • Sama kuin edellä • Sama kuin ennenkin 	Diagnoosi ei ole vaikuttanut syihin	Syy ruokailuun kodin ulkopuolella ennen keliakiadiagnoosia	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> • Matkailu • Matkatyö • Reissussa • Matkalla, jos ei omat eväät mukana 	Matkustaminen		
<ul style="list-style-type: none"> • Kouluruokailu • Opiskelijaruokalan lounas 	Koulu		
<ul style="list-style-type: none"> • Työpaikkaruokailu • Ei tullut käytyä muualla syömässä kuin työpaikalla 	Työpaikka		
<ul style="list-style-type: none"> • Toisinaan halusi hemmottelua ilman lapsia tai sitten koko perheen kesken ulos syömään • Perheen yhteinen juttu • Ei erityistä syytä, mukava käydä usein jossain 	Hemmottelu		
<ul style="list-style-type: none"> • Ei viitsinyt kokata itse • Ei jaksanut kokata 	Joku tekee ruoan puolesta		

Taulukko 4: Syy ruokailuun kodin ulkopuolella ennen keliakiadiagnoosia

Keliakikot arvostavat ulkona syödyssä ateriasa eniten muun muassa aterian sopivuutta muihin ruokavalioihin (Taulukko 5). Usealla vastaajalla on gluteenittomuuden lisäksi muita ruokavaliorajoitteita, kuten allergioita. Vegaani- ja kasvissyöjäkeliakikot arvostavat ateriasa sen sopivuutta kumpaankin ruokavalioon.

Myös ruoan laatu mainitaan asiaksi, jota arvostetaan ateriasa paljon. Tutkimuksen mukaan keliakikot toivovat, että gluteeniton annos on yhtä hyvä kuin tavallinen annos. Laadun lisäksi ruoan rakenteelle ja purutuntumalle annetaan arvoa.

Tutkimuksessa selviää myös, että ulkona syödessä ruoan sijoituspaikan huomioimista arvostetaan, sillä huolellisella sijoittelulla voidaan välttää kontaminaatiotilanteet gluteenia sisältävien ruokien kanssa. Vastauksissa on mainittu esimerkkinä tästä noutopöydät, joissa ruokien sekä kauhojen on tapana olla hyvin lähellä toisiaan. Keliakikot arvostavat annoksessa myös sen hintaa ja edullisuutta.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääloukka
<ul style="list-style-type: none"> • Vegaanisuus • Vege • Laktoosittomuus • Sipulittomuus • Muut ruokavaliorajoitteet 	Sopivuus muihin ruokavalioihin	Asiat, joita ulkona syödyssä ateriasa arvostetaan nykyään eniten	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> • Ruoan laatu • Gluteenittoman toivotaan olevan yhtä hyvää kuin "normaali ruoka" 	Laatu		
<ul style="list-style-type: none"> • Ruoan rakenne • Purutuntuma 	Rakenne		
<ul style="list-style-type: none"> • Ruoan sijoituspaikka huomioiden gluteenittomuuden esimerkiksi noutopöydässä 	Sijoituspaikka kontaminaation välttämiseksi		
<ul style="list-style-type: none"> • Hinta • Edullisuus • Ruoan hinta 	Annoksen hinta		

Taulukko 5: Asiat, joita ulkona syödyssä ateriasa arvostetaan nykyään eniten

Taulukossa 6 on analysoitu tekijöitä, joita keliakikot arvostivat ateriasa eniten ennen keliakiadiagnoosiaan. Esille nousi annokset hinta, aterian sopivuus muihin ruokavalioihin sekä laatu. Ennen keliakiaan sairastumista vastaajat arvostivat myös monipuolisuutta, mahdollisuutta kokeilla uusia annoksia sekä annosten erilaisuutta verrattuna kotiruokiin.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääloukka
<ul style="list-style-type: none"> • Edullinen hinta • Hinta-laatusuhde • Hinta • Kohtuullinen hinta 	Annoksen hinta	Ateriasa eniten arvostetut asiat ennen keliakiadiagnoosia	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> • Laktoosittomuus • Muut ruokarajoitteet • Vege 	Sopii muihin ruokavalioihin		
<ul style="list-style-type: none"> • Laatu • Laadukkuus 	Laatu		
<ul style="list-style-type: none"> • Uusien annosten kokeilu • Monipuolisuus • Erilaisuus verrattuna kotiruokiin 	Erikoisuudet ja kokeilumahdollisuudet		

Taulukko 6: Ateriasa eniten arvostetut asiat ennen keliakiadiagnoosia

Vastaajien mukaan (Taulukko 7) onnistuneeseen ruokailukokemukseen vaikuttaa esimerkiksi se, että tarjolla on useampi gluteeniton vaihtoehto ja valinnanvaraa löytyy. Esille nousee myös se, että keliakikon mahdolliset muut ruokavaliot on huomioitu kokonaisuudessa. Lisäksi

henkilökunnan keliakiaosaaminen eli tietoisuus gluteenittomuudesta sekä asiantunteva palvelut vaikuttavat onnistuneeksi koettuun ruokailukokemukseen.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
<ul style="list-style-type: none"> Tarjolla gluteenittomia vaihtoehtoja ja valinnanvaraa Erilaiset vaihtoehdot 	Useampi gluteeniton vaihtoehto	Onnistuneeseen ruokailukokemukseen vaikuttavat tekijät	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttötymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> Laktoosittomuus Muut ruokavaliorajoitteet Hiilihydraattien vähyys 	Muut ruokavaliot huomioitu		
<ul style="list-style-type: none"> Asiantunteva palvelu Tietoisuus gluteenittomuudesta 	Henkilökunnan keliakiaosaaminen		

Taulukko 7: Onnistuneeseen ruokailukokemukseen vaikuttavat tekijät

Ruokapaikan valintaan eniten vaikuttavat tekijät esitellään taulukossa 8. Ruokapaikan valintaan vaikuttaa vastaajien mukaan muun muassa aiemmat kokemukset. Keliakikot suosivat tuttuja ja turvallisia ruokapaikkoja, joista on aiempaa kokemusta. Keliakikko valitsee paikan, jossa henkilökunta osaa gluteenittomuuteen liittyvät asiat sekä huomioi keliakikkoasiakkaan. Lisäksi ruokapaikan viihtyisyys ja siisteys vaikuttavat valintaan. Ruokapaikan tarjoamat vaihtoehdot vaikuttavat myös valintaan, sillä halutaan, että ruokalistalla on jotain kiinnostavaa ja mahdollisesti muutakin kuin pelkkä salaatti.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
<ul style="list-style-type: none"> Aiempi kokemus kyseisestä paikasta Painoarvo omalla kokemuksella Tuttu ja turvallinen paikka 	Aiemmat kokemukset	Tekijät, jotka vaikuttavat ruokapaikan valitsemiseen eniten	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttötymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> Keliakikon huomiointi Henkilökunnan osaaminen gluteenittomuudesta 	Henkilökunnan keliakiaosaaminen		
<ul style="list-style-type: none"> Ravintolan siisteys Ravintolan viihtyisyys 	Ruokapaikan siisteys ja viihtyisyys		
<ul style="list-style-type: none"> Tarjolla muutakin gluteenitonta kuin salaatti Ruokalistalla jotain kiinnostavaa Ruokalistan sisältö Ravintolan tarjoama 	Ruokapaikan vaihtoehdot keliakikolle		

Taulukko 8: Tekijät, jotka vaikuttavat ruokapaikan valitsemiseen eniten

Keliaakikot etsivät eri lähteistä tietoa siitä, sopiiko ruokapaikka keliaakikolle. Alla olevassa taulukossa (Taulukko 9) analysoidaan näitä kanavia. Osa keliaakikoista kertoo selvittävänsä gluteenittomuuden kysymällä asiasta paikan päällä. Toiset tiedustelevat asiasta heti ruokapaikan ovella ja toiset ennen tekemäänsä tilausta. Asiaa voidaan kysyä suoraan myös kokilta. Osa vastaajista kertoo, ettei selvitä asiaa etukäteen. He luottavat siihen, että melkein joka paikasta saa gluteenitonta ruokaa.

Erilaisia sosiaalisen median kanavia kuten blogeja ja Instagramia hyödynnetään tiedonhaussa. Myös muiden jättämiä suosituksia sekä arvosteluja luetaan TripAdvisorista sekä Googlestä. Tietoa gluteenittomia vaihtoehtoja tarjoavista ruokapaikoista etsitään myös gluteenittomuuteen keskittyvistä nettiyhteisöistä sekä Facebookin keliakiaryhmistä.

Lisäksi muut keliaakikot, heidän kokemuksensa ja vinkit, sekä Keliakialiiton paikallisyhdistykset mainitaan lähteinä, joiden kautta saadaan tietoa keliaakikoille soveltuvista ruokapaikoista.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
<ul style="list-style-type: none"> • Kysyminen paikan päällä • Kysyminen ennen tilausta • Asiaa tiedostellaan heti ovella • Kokilta kysyminen • Ravintolan ruokalista 	Gluteenittomuus selvitetään paikan päällä ruokapaikassa	Kanavat, joiden avulla etsitään tietoa, sopiiko ruokapaikka keliaakikolle	Keliaakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> • Asiaa ei selvitetä, sillä melkein joka paikasta saa gluteenitonta • Yleensä löytyy gluteenitonta, ei selvitetä etukäteen • Ei etsitä tietoa etukäteen lainkaan 	Tietoa ei etsitä etukäteen		
<ul style="list-style-type: none"> • Blogit • Instagram • TripAdvisor • Google-arvostelut • Facebookin keliakiaryhmät • Gluteenittomat nettiyhteisöt 	Sosiaalinen media ja muiden suositukset		
<ul style="list-style-type: none"> • Keliakialiiton paikallisyhdistys • Muiden keliaakikoiden kokemukset • Keliakikkoystävien vinkit 	Muut keliaakikot ja liiton paikallisyhdistys		

Taulukko 9: Kanavat, joiden avulla etsitään tietoa, sopiiko ruokapaikka keliaakikolle

Seuraavassa taulukossa (Taulukko 10) esitellään keliakikkojen näkökulmasta todennäköisimmät syyt olla valitsematta ruokapaikkaa.

Tutkimuksen tulosten mukaan keliakikko ei todennäköisesti valitse ruokapaikkaa, jonka verkkosivuilla ei ole mainintaa gluteenittomista vaihtoehdoista. Lisäksi selkeiden allergeenimerkintöjen puuttuminen ruokalistasta voi vaikuttaa siihen, ettei ruokapaikkaa valita.

Keliakikko ei myöskään valitse ruokapaikkaa, jos sen tarjoamat vaihtoehdot eivät sovellu muihin henkilön noudattamiin ruokavalioihin. Lisäksi henkilökunnan puutteellinen keliakiatietämys, joka ilmenee esimerkiksi niin, ettei kysymyksiin osata vastata asianmukaisesti, vaikuttaa todennäköisesti siihen, ettei ruokapaikkaa tulla valitsemaan.

Tuloksissa selvisi, että omat tai muiden huonot kokemukset vaikuttavat siihen, että tiettyä ruokapaikkaa ei valita. Huono kokemus voi olla mikä vain negatiivinen asia liittyen ruokapaikkaan, mutta vastauksissa mainittiin esimerkkinä huono palvelu.

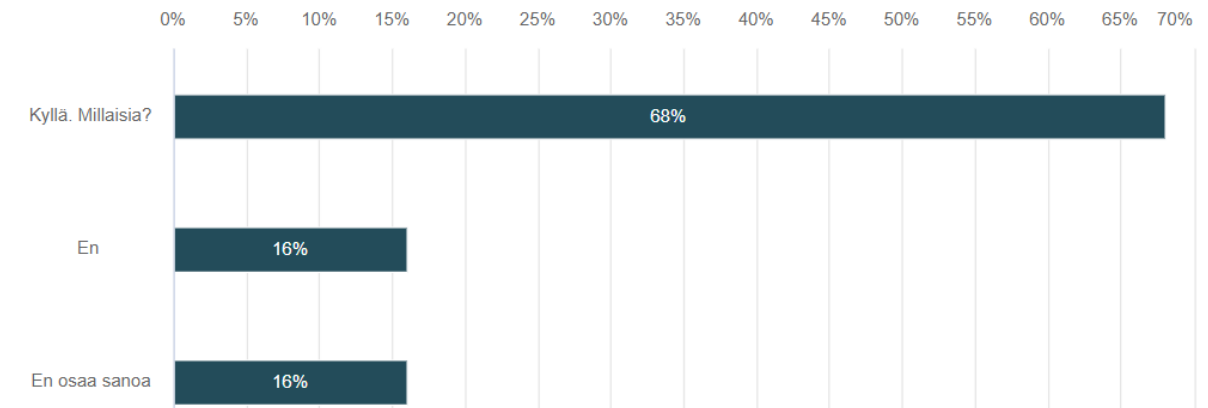
Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Päälouokka
<ul style="list-style-type: none"> Ruokalistassa ei ole selkeitä allergeenimerkintöjä Ei mainintaa gluteenittomuudesta esim. yrityksen verkkosivuilla 	Ei selkeitä mainintoja gluteenittomuudesta	Todennäköisin syy olla valitsematta ruokapaikkaa	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> Paikka ei sovi kasvissyöjälle 	Paikka ei sovellu muihin noudatettaviin ruokavalioihin		
<ul style="list-style-type: none"> Henkilökunta ei vastaa asianmukaisesti gluteenittomuuteen liittyviin kysymyksiin Henkilökunnan heikko keliakiatietämys 	Henkilökunnan puutteellinen keliakiatietämys		
<ul style="list-style-type: none"> Ystävien huonot kokemukset Huono palvelu 	Omat tai muiden huonot kokemukset		

Taulukko 10: Todennäköisin syy olla valitsematta ruokapaikkaa

Alla oleva kuvio (Kuvio 6) osoittaa, että keliakikot ovat kohdanneet kodin ulkopuolella tilanteita, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut tai siitä ei ole voinut olla varma. Lähes 70 prosenttia vastaajista kertoo kohdanneensa yhden tai useamman tällaisen tilanteen. Loput vastanneista eivät ole kohdanneet tällaista tilannetta tai eivät osaa sanoa onko näin tapahtunut ulkona syödessä.

24. Oletko kohdannut kodin ulkopuolella ruokaillessa tilanteita, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut tai et ole voinut olla varma siitä?

Vastaajien määrä: 845



Kuvio 6: Gluteenittomuuden toteutuminen kodin ulkopuolella ruokaillessa (n= 845)

Avointen vastausten avulla saatiin tietoa, millaisista tilanteista on kyse, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut tai siitä ei voi olla varma (Taulukko 11). Keliakikot vastasivat kokeneensa erehdyksiä ja väärinymmärryksiä muun muassa ulkomailla sekä ravintoloissa, joissa ei ole puhuttu suomea. Yleisesti ottaen kielimuuri on hankaloittanut asiointia.

Lisäksi tilanteet, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut, ovat johtuneet henkilökunnan tietämättömyydestä tai väärinkäsityksistä. Kiire on voinut aiheuttaa huolimattomuutta ja henkilökunta ei ole aina tiennyt mitä keliakia tarkoittaa. Sairauden vakavuutta on vähätelty sekä tieto ei ole aina mennyt keittiöön asti. Toisinaan gluteenittomuus ja laktoosittomuus on sekoitettu. Lisäksi vastaajien mukaan ruokalistassa on ollut väärä G-merkintä tai keliakikolle on tuotu väärä annos. Joissakin tilanteissa ruoan on paikan päällä sanottu olevan gluteenitonta, mutta myöhemmin oireita on ilmaantunut. Tarjoilija on myös tullut paikan päällä sanomaan, ettei ruoka ollutkaan gluteenitonta, vaikka ruokailu on jo aloitettu. Lisäksi ruokapaikoissa on sanottu, ettei 100 % gluteenittomuutta voida taata.

Vastaajat kertovat tilanteista, joissa heille on tuotu gluteenia sisältävä annos. Salaatin seasta on löytynyt makaroneja tai leivän muruja. Joskus annoksen päällä olleet krutongit on otettu pois, mutta sama annos on tarjottu asiakkaalle tämän jälkeen. Useampi vastaaja kertoi myös saaneensa samanlaisen leipäkorin kuin seurueen muut jäsenet. Pizzapohja tai hampurilaissämpylä on ollut normaali, vaikka tilausta tehdessä on pyydetty gluteeniton.

Tulosten avulla selvisi myös, että vastaajat ovat kohdanneet erilaisia kontaminaatiotilanteita, joissa gluteenittomat ruoat tai raaka-aineet sekoittuvat gluteenia sisältäviin ruokiin.

Ruokapaikassa on esimerkiksi olleet vain yhdet ottimet annoksille tai gluteeniton ruoka on

valmistettu samoilla työvälineillä ja hanskoilla kuin muut annokset. Vastauksissa ilmenee myös tilanne, jossa annokset ovat olleet niin lähellä toisiaan, että ruoat ovat sekoittuneet.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
<ul style="list-style-type: none"> • Ulkomailla • Kielimuuri vaikeuttanut asiointia • Ravintolassa, jossa ei ole puhuttu suomea 	Ulkomailla tai kielimuurin takia	Tilanteet, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut kodin ulkopuolella ruokaillessa	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> • Tarjoilija antaa ehkä-vastauksen, eikä tarkista asiaa • Paikan päällä väitetty gluteenittomaksi, mutta myöhemmin ilmennyt oireita • Henkilökunta ei tiedä mitä keliakia tarkoittaa • Keliakian vakavuutta on vähätelty ruokapaikassa • Keliakikolle tuotu väärä annos • Ruokalistan väärä G-merkintä • Gluteenittomuus ja laktoosittomuus sekoitettu • Ei ymmärretty kysymystä rasvakeittimestä tai gluteenittomasta kaurasta • Kiire aiheuttanut huolimattomuutta • Kerrottu annoksen olevan ”suurin piirtein gluteeniton” • Usein kerrottu, ettei 100 % gluteenittomuutta voida taata • Tieto ei ole mennyt keittiöön asti • Tarjoilija kertonut myöhemmin, että ruoassa olikin gluteenia 	Väärinkäsitykset ja henkilökunnan tietämättömyys		
<ul style="list-style-type: none"> • Tuotu samanlainen leipäkori kuin muille seurueessa 	Tuotu annos, joka sisältää gluteenia		

<ul style="list-style-type: none"> • Normaali leipä gluteenittoman annoksen päällä tai kyljessä • Annoksen päällä sipulirouhetta, joka sisältää gluteenia • Salaatin seassa tavallisia makaroneja, leivänmuruja tai krutonkeja • Tavallinen pitsapohja gluteenittoman sijaan • Hampurilaispaikoissa normaali sämpylä • Liha tai kala tuotu leivitettyinä • Kastike sisältänyt gluteenia • Jälkiruoan seassa normaalin keksin muruja 			
<ul style="list-style-type: none"> • Yhdet ottimet kaikkiin ruokiin • Muut annokset niin lähellä gluteenitonta, että ruoat sekoittuneet • Buffetissa tai hotelliaamiaisella muut asiakkaat sotkevat annoksia leivänmurusilla • Jäätelökioskilla normaali vohveli laitettu samaan pikariin kuin gluteeniton • Ranskanperunoiden paisto samassa öljyssä kuin muiden tuotteiden • Ruoka valmistettu samoilla välineillä ja hanskoilla 	Kontaminaatiotilanteet		

Taulukko 11: Tilanteet, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut kodin ulkopuolella ruokaillessa

Tutkimuksessa selvitettiin tekijöitä, jotka saavat keliaakikon palaamaan ruokapaikkaan uudelleen (Taulukko 12). Selvisi, että esimerkiksi tarjolla oleva itse leivottu gluteeniton leipä voi saada keliaakikon vierailemaan paikassa uudestaan. Ruokapaikkaan palataan myös silloin, jos mieluinen annos on voitu soveltaa keliaakikolle soveltuvaksi. Vastauksissa ilmenee myös,

että jos gluteenittomuus on otettu kaikessa suunnittelussa huomioon alusta alkaen, keliakikko palaa mielellään ruokapaikkaan uudelleen.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääloukka
<ul style="list-style-type: none"> Itse leivottu gluteeniton leipä on suuri plussa 	Tarjolla oleva itse leivottu gluteeniton leipä	Tekijät, jotka saavat keliakikon palaamaan ruokapaikkaan uudelleen	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> Henkilökunta osaa valmistaa soveltamalla mieleisen annoksen gluteenittomaksi 	Mieluinen annos voidaan soveltaa keliakikolle sopivaksi		
<ul style="list-style-type: none"> Gluteenittomuuden toteutuminen huomioitu jo suunnittelussa 	Gluteenittomuus otettu huomioon alusta alkaen		

Taulukko 12: Tekijät, jotka saavat keliakikon palaamaan samaan ruokapaikkaan uudelleen

Taulukossa 13 esitellään tekijöitä, jotka voivat vaikuttaa siihen, ettei keliakikko palaa samaan ruokapaikkaan uudelleen. Yksi tällaisista tekijöistä on henkilökunnan välinpitämätön asenne gluteenittomuutta tai keliakiaa kohtaan. Lisäksi ruokapaikan kallis hintataso, vierailun jälkeen ilmenneet oireet sekä netissä nähty lounaslista, joka ei paikan päällä vastaa totuutta, ovat myös tekijöitä, joiden takia keliakikko ei palaa ruokapaikkaan. Luottamuspuja ja epäselvät merkinnät gluteenittomuudesta aiheuttavat sen, ettei keliakikko luota saavansa gluteenitonta ruokaa, eikä siksi näiden toteutuessa palaa samaan paikkaan uudelleen.

Pelkistetty ilmaus	Alaluokka	Yläluokka	Pääloukka
<ul style="list-style-type: none"> Henkilökunnan piittaamattomuus gluteenittomuudesta Henkilökunnan välinpitämätön suhtautuminen keliakiaan 	Välinpitämätön asenne gluteenittomuutta kohtaan	Tekijät, jotka voivat vaikuttaa siihen, ettei keliakikko palaisi samaan ruokapaikkaan uudelleen	Keliakikoiden kokemuksia kodin ulkopuolella ruokailusta kuluttajakäyttäytymisen näkökulmasta
<ul style="list-style-type: none"> Oireilu ruoan jälkeen Jälkikäteen saadut oireet, vaikka ruoan piti olla gluteeniton Edellisessä kerralla ilmenneet oireet 	Ruokapaikassa vierailun jälkeiset oireet		
<ul style="list-style-type: none"> Kallis paikka 	Ruokapaikan kallis hintataso		
<ul style="list-style-type: none"> Netissä nähty lounaslista ei vastaa totuutta 	Virheellinen lounaslista netissä		
<ul style="list-style-type: none"> Luottamuspuja Epäselvät merkinnät gluteenittomuudesta 	Asiakas ei luota saavansa gluteenitonta ruokaa		

Taulukko 13: Tekijät, jotka voivat vaikuttaa siihen, ettei keliakikko palaisi samaan ruokapaikkaan uudelleen

8 Johtopäätökset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää keliakiadiagnoosin vaikutusta ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen. Tutkimuksessa selvisi, että keliakikot kokevat ruokailun kodin ulkopuolella vaikeammaksi kuin aikana ennen keliakiadiagnoosia. Ruokapaikan valinta on haastavampaa, sekä jotkut eivät diagnoosin saatuaan enää uskalla ruokailla kodin ulkopuolella. Ruokapaikan valintaan vaikuttaa ennen kaikkea ruoan turvallisuus keliakikolle sekä ruokalistan merkinnät gluteenittomuudesta. Hinta tai ruokapaikan sijainti ei ole ratkaiseva tekijä ruokapaikan valinnassa, jos ruokailuympäristö vaikuttaa muuten siltä, että gluteenittomuudesta ei voi olla varma.

Lisäksi lähes 70 % kyselyyn vastanneista kertoo kohdanneensa tilanteita kodin ulkopuolella ruokailla, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut tai sen toteutumisesta ei voi olla varma. Merkittävimmäksi riskitekijäksi kodin ulkopuolella ruokailla, kun samassa keittiössä käsitellään myös gluteenia sisältäviä tuotteita, keliakikot kokevat henkilökunnan puutteellisen tietämyksen gluteenittomasta ruokavaliosta. Lisäksi sellaiseen ruokapaikkaan, josta on vierailun jälkeen ilmennyt keliakialle tyypillisiä oireita, keliakikko ei tutkimuskyselyn mukaan palaa uudelleen. Syynä tähän on huonon kokemuksen lisäksi luottamuspula, joka johtuu henkilökunnan keliakiaosaamisesta tai väärinkäsityksistä.

Pääkaupunkiseudulla asuvat keliakikot ruokailevat hieman muita useammin kodin ulkopuolella. Tätä voi osaltaan selittää ravintolatarjonta tai toisaalta henkilökohtaiset tottumukset. Lisäksi alle 50-vuotiaat suosivat keliakikolle sopivien ruokapaikkojen tiedonetsinnässä enemmän keskustelupalstoja ja ruokapaikkojen Facebook-sivuja, kuin heitä vanhemmat keliakikot, jotka etsivät tietoa useammin Gluteeniton Elämä -lehestä. Kuluttajakäyttäytymisen teoriaosuudessa käsiteltiin kyseistä teemaa, jonka mukaan on tavanomaista, että nuoremmat ikäpolvet etsivät tietoa sähköisistä lähteistä.

Ulkona syömisen teoriaosuudessa käsiteltiin ruokapaikan ja annoksen valintaan vaikuttavia tekijöitä. Teorian mukaan ihmisellä on viehtymys monipuolisuuteen, joten jos annetaan ainoastaan yksi vaihtoehto, se ei miellytä asiakasta. Tutkimuksessa selvisi teoriaa vahvistava tieto siitä, että keliakikot haluavat ruokaillaan kodin ulkopuolella useampia gluteenittomia vaihtoehtoja, joista valita, eikä esimerkiksi pelkästään salaattiannosta. Lisäksi normaalin annoksen soveltaminen gluteenittomaksi nähdään tärkeänä ominaisuutena, joka keliakikkojen mielestä osoittaa henkilökunnan ammattitaidon.

Kuluttajakäyttäytymisen teoriaosuudessa käsiteltiin myös sitä, kuinka aiemmat kokemukset vaikuttavat kuluttajan päätöksentekoon. Aiemmat kokemukset voivat olla omia tai muilta keliakikoilta kuultuja. Teoreettisessa viitekehyksessä mainittiin eri tavoista, joilla kuluttajat paikkaavat puutteellista tietoa. Tämän tutkimuksen mukaan keliakikko harvoin tekee päätöksiä, jos tietoa gluteenittomuudesta ei ole saatavilla. Tämä tarkoittaa sitä, että keliakikko joutuu joko selvittämään itse asian esimerkiksi soittamalla ruokapaikkaan tai

luopumaan vaihtoehdosta kokonaan. Siinä missä kaikkiruokainen asiakas voi astua mihin tahansa ravintolaan sillä oletuksella, että listalta löytyy jotain mieluisaa, keliakikko ei tätä erityisruokavalion aiheuttamien rajoitteiden puolesta voi tehdä. Toisaalta, kuten monissa vastauksissa tuli ilmi, nykyään gluteenittomia vaihtoehtoja on tarjolla hyvin monessa paikassa.

Keliakiadiagnoosin vaikutus kuluttajakäyttäytymiseen näkyy valinnoissa sekä kulutusprosessin jälkeisessä käyttäytymisessä vahvasti siksi, että keliakiadiagnoosin saanut henkilö ei ainoastaan sairasta keliakiaa, vaan hänen on noudatettava ehdotonta gluteenitonta ruokavaliota joka päivä. Keliakikon kuluttajakäyttäytymistä ulkona syödessä ohjaa diagnosoitu sairaus, jonka ainoa hoitomuoto on tarkka gluteeniton ruokavalio, josta ei voi lipsua edes silloin tällöin kodin ulkopuolella herkutellessa. Tutkimuksessa selvisi, että mikäli yrityksen verkkosivuilla ei ole mainintaa gluteenittomista vaihtoehtoista, on todennäköistä, että keliakikko ei valitse ruokapaikkaa. Keliakikot haluavat tiedon heille sopivista ruokavaihtoehtoista ilmaistuna selkeästi, jotta tietoa ei tarvitsisi etsiä ja varmistella useaan otteeseen.

Kuluttajakäyttäytymisen teoriaosuudessa kerrottiin, kuinka yksi tärkeimmistä vaikuttajaryhmistä on perhe. Kyselytutkimuksessa selvisi, että jos seurueessa on keliakikko, yhteinen ruokapaikka valitaan sen perusteella, mikä soveltuu keliakikolle. Jos esimerkiksi yksi perheenjäsen on keliakikko, koko perhe ruokailee erittäin todennäköisesti paikassa, joka tarjoaa turvallisia vaihtoehtoja keliakikolle. Tässä tapauksessa perheen tavat tai muiden perheenjäsenten mieltymykset eivät välttämättä ole yhtä painava syy valita ruokapaikkaa, vaan valinta tehdään nimenomaan keliakikon ehdoilla.

Tutkimuksen mukaan hinta tai ruokapaikan sijainti ovat toisarvoisia verrattuna siihen, että ruoka on varmasti gluteenitonta. Keliakiadiagnoosin saatuaan vastaajat kertoivat, että ennen ulkona syömiseen liittyi enemmän uteliaisuutta ja uusien annosten kokeilua, mutta nykyään tärkeintä on, että ruoka on keliakikolle turvallista. Ulkona syödessä tuttuja paikkoja suositaan useammin ja annosvaihtoehtoja on rajattu määrä.

Keliakikkoa ei tulisi nähdä hankalana asiakkaana, vaan asiakkaana, jolle tutkimuksen mukaan kodin ulkopuolella nautitussa ateriasa tärkeintä on ruoan gluteenittomuus. Ruokapaikan palvellessa keliakikkoa asiantuntevasti, voi keliakikko ruokailla paikassa varmoin mielin sekä palata paikkaan myöhemmin uudestaan. Keliakikon ruokailuseurueen ruokapaikan valintaan erityisruokavalio vaikuttaa tutkimuksen mukaan usein, joten keliakikkoasiakkaan menettäessään yritys ei välttämättä menetä ainoastaan yhtä asiakasta, vaan jopa kokonaisen seurueen. Henkilökunnan keliakiaosaamiseen ja -tietämykseen on tärkeää panostaa ravintola-alalla.

9 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön aihepiiri ja toimeksiantaja valikoituivat oman mielenkiinnon pohjalta. Lisäksi yhdessä toimeksiantajan kanssa päätetty tutkimuskohde, keliakiadiagnoosin vaikutus ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen, on alusta alkaen tuntunut mielenkiintoiselta tutkimuskohteelta. Aihe on ajankohtainen, sillä ulkona syöminen yleistyy koko ajan. Keliakiaa sairastavien tulee olla erityisen tarkkana ruoan ollessa jonkun muun valmistamaa, sillä ehdoton gluteeniton ruokavalio on keliakian ainoa hoitomuoto.

Sähköinen kyselylomake oli menetelmänä sopiva tähän tutkimukseen. Tarkoituksena oli tavoittaa suuri määrä ihmisiä niin, että kysymyksiin vastaaminen sujuisi vastaajan kannalta helposti ja mahdollisimman nopeasti. Myös kyselyn laatijan näkökulmasta sähköinen kyselylomake on erityisen helppo tapa kerätä ja käsitellä tietoa. Kyselylomakkeen avoimia vastauksia analysoitaessa huomattiin, että niiden kautta saa runsaasti lisätietoa, mutta vastausten läpikäyminen tuottaa myös huomattavasti lisätöitä. Toisinaan vastaukset eivät liittyneet kysymyksessä tutkittavaan aiheeseen, vaan johonkin muuhun.

Kyselylomakkeen sulkemisen suhteen tapahtui pieni sekaannus, kun sähköisen tutkimuskyselyn nettilinkki suljettiin 5. syyskuuta 2020, vaikka viimeinen vastauspäivä oli 30. elokuuta. Vastauksia sulkemisajan jälkeen tuli vielä kaksi kappaletta, ja nämä kaksi vastausta on vielä otettu mukaan kyselytutkimukseen. Webropol-ohjelma oli helppokäyttöinen ja selkeä, sillä alusta antaa paljon valmiita taulukoita ja pylväsdigrammeja. Toisaalta haasteeksi osoittautui lukea iso määrä avoimia vastauksia, vaikka niiden avulla saatiinkin paljon arvokasta tietoa, jota varsinaisissa kysymyksissä ei olisi edes osattu kysyä. Tutkimuksen tekijä yllättyi positiivisesti siitä, kuinka suurella joukolla kyselyyn vastattiin, sillä lähes joka kolmas vastasi kyselyyn.

Lisäksi eräs vastaaja ilmoitti sähköpostin välityksellä, että kyselylomakkeen kolmannen kysymyksen luettelosta puuttui maakuntien osalta Keski-Pohjanmaa. On vaikea sanoa, kuinka paljon vaikutusta tällä on tulosten oikeellisuuteen, mutta vastaajat ovat luultavasti valinneet läheltään jonkun muun annetuista vaihtoehdoista maakunnakseen, kuten Pohjanmaan. Tutkimuksessa oleellisinta ei välttämättä ollut selvittää yksittäisten maakuntien tilannetta, vaan kartoittaa kokonaiskuvaa keliakikkojen tottumuksista Pohjois-, Itä-, Länsi-, Keski- ja Etelä-Suomessa.

Teoriapohjaa aiemmin tehdyille samankaltaisille tutkimuksille oli haasteellista löytää. Keliakiasta löytyy erilaisia tutkimuksia ja artikkeleita, mutta keliakikon ulkona syömistä käsitteleviä tutkimuksia oli huomattavasti vaikeampi löytää. Tässä tutkimuksessa ulkona syömistä keskityttiin tarkastelemaan keliakiaa sairastavien ja siitä syystä gluteenitonta ruokavaliota noudattavien henkilöiden näkökulmasta. Jatkotoimenpiteenä tutkimuksen voisi toteuttaa huomioiden myös muista syistä gluteenitonta ruokavaliota noudattavat henkilöt. Toinen näkökulma jatkotutkimukselle olisi tutkia esimerkiksi yritysten henkilökunnan

keliakiatietämystä ja gluteenittomuuteen liittyvän perehdytyksen ja koulutuksen sisältöä. Se miten asiakkaan keliakia koetaan sekä gluteenittomien tuotteiden tarjoaminen ja valmistaminen yrityksen näkökulmasta voisi olla mielenkiintoinen jatkumo tälle tutkimukselle.

Lähteet

Painetut

- Antikainen, A. & Louheranta, A. 2009. Erityisruokavaliot: Opas ammattilaisille. 7. uudistettu painos. Helsinki: Dieettimedia.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita.
- Catani, J. 2014. Syömään vai drinkille? Suomalaista ravintolakulttuuria. Helsinki: Otava.
- Haavisto, M. 2011. Hankala potilas vai hankala sairaus: Tietoa huonosti tunnetuista pitkäaikaissairauksista. Helsinki: Finn Lectura.
- Havas, K., Adamsson, K., Öystilä, M., Mäkelä, M., Moilanen, T. & Mykkänen, J. 2017. Changes in the hospitality industry: Viewpoints on the hotel, restaurant and tourism field. Helsinki: Haaga-Helia University of Applied Sciences.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita.
- Iyengar, S. 2010. Valitsemisen taito. New York: Twelve.
- Kekkonen, L., Kosunen, H. & Polso, L. 2008. Keliakia kumppanina: Ensitetöä vastasairastuneelle. Tampere: Keliakialiitto.
- Mertanen, E. 2007. Ravintolaruoka asiakkaiden, ravintolakeittiön ja ravitsemuksen näkökulmasta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu: Jyväskylän ammattikorkeakoulun kirjasto.
- Noel, H. 2009. Consumer behaviour. Lausanne: AVA.
- Schiffman, L. G. f. & Wisenblit, J. 2019. Consumer behavior. Twelfth edition, Global edition. Harlow: Pearson.
- Solomon, M. R. 2012. Consumer behavior: Buying, having, and being. 10. painos. Harlow: Pearson.
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2007. Liiketoimintaosaaminen: Menestyvän yritystoiminnan perusta. Helsinki: Edita.
- Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Sähköiset

Aromi. 2015. Viitattu 16.7.2020. <https://aromilehti.fi/artikkelit/kun-gluteenittomasta-tuli-bisnes/>

Celiac Disease Foundation. 2020. Dining and social eating. Viitattu 19.7.2020. <https://celiac.org/gluten-free-living/dining-and-social-eating/>

Celiac Disease Foundation. 2021. Dermatitis Herpetiformis. Viitattu 16.1.2021. <https://celiac.org/about-celiac-disease/related-conditions/dermatitis-herpetiformis/>

Fineli. Erityisruokavaliot. 2021. Viitattu 29.3.2021. <https://fineli.fi/fineli/fi/erityisruokavaliot>

Keliakialiitto. 2020a. Gluteenittoman arjen asialla. Viitattu 20.1.2021. <https://www.keliakialiitto.fi/kuluttajat/keliakialiitto/gluteenittoman-arjen-asialla/>

Keliakialiitto. 2020e. Gluteenittoman palvelun merkki. Viitattu 15.7.2020. <https://www.keliakialiitto.fi/kuluttajat/gluteeniton-elama/gluteenittoman-palvelun-merkki/>

Keliakialiitto. 2020f. Gluteeniton ruokavaliohoito. Viitattu 17.1.2021. <https://www.keliakialiitto.fi/kuluttajat/keliakia/keliakian-hoito/>

Keliakialiitto. 2020b. Keliakia sairautena. Viitattu 11.7.2020. <https://www.keliakialiitto.fi/kuluttajat/keliakia/keliakia-sairautena/>

Keliakialiitto. 2020d. Kodin ulkopuolella - vinkit kauppaan, ravintolaan ja muualle arkeen. Viitattu 16.7.2020. <https://www.keliakialiitto.fi/kuluttajat/gluteeniton-elama/kodin-ulkopuolella/>

Keliakialiitto. 2020c. Vuoden keliakiatutkija Teea Salmi: Ihokeliakian diagnosointia nopeutettava. Viitattu 19.1.2021. <https://www.keliakialiitto.fi/ajankohtaista/uutiset/vuoden-keliakiatutkijaksi-professori-teea-salmi/>

Kespro. 2020. Miten parantaa ruokien allergiamerkintöjä ravintolassa? Viitattu 13.7.2020. <https://www.kespro.com/ideat-ja-inspiraatiot/artikkelit/miten-parantaa-ruokien-allergiamerkintoja-ravintolassa>

Käypähoito. 2019. Keliakia. Viitattu 11.7.2020. <https://www.kaypahoito.fi/khp00011>

MaRa. 2018. Trenditutkimus: Ulkona syöminen lisääntyy edelleen. Viitattu 13.7.2020. <https://www.mara.fi/ajankohtaista/tiedotteet/2018/trenditutkimus-ulkona-syominen-lisaantyy-edelleen.html>

Reumaliitto. 2020. Erityisruokavaliot. Viitattu 3.4.2021.

<https://www.reumaliitto.fi/fi/tietoa-tule-terveydesta/rakentava-ravinto/erityisruokavaliot#225>

Ruokavirasto. 2020. Erityisruokavaliot. Viitattu 29.3.2021.

<https://www.ruokavirasto.fi/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/ravitsemus--ja-ruokasuositukset/erityisruokavaliot/>

Shadix, K. 2006. Restaurateurs respond to growing awareness of celiac disease. Nation's Restaurant News, 40 (14), sivu 16. Viitattu 4.4.2021. <https://search-proquest-com.nelli.laurea.fi/docview/229338216/?pq-origsite=primo>

Solomon, Y. & McClinchy, J. 2014. Dining out with Coeliac Disease: An Analysis of online Message Board Postings on the Social Implications and the Challenges to Live A Normal. European Journal of Food Research & Review 4 (3), sivut 202-203. Viitattu 4.4.2021. <https://www.journalejnfs.com/index.php/EJNFS/article/view/26935>

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. 2020. Ruoka-allergiat. Viitattu 30.3.2021.

<https://thl.fi/fi/web/kansantaudit/astma-ja-allergiat/ruoka-allergiat>

Terveyskirjasto. 2020. Keliakia. Viitattu 17.1.2021.

https://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=dlk00026

Tilastokeskus. 2020. Validiteetti. Viitattu 26.7.2020.

<https://www.stat.fi/meta/kas/validiteetti.html>

Tuomi, J. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. E-kirja.

Verneau, F. G. 2016. Consumer behaviour in a changing world: Food, culture and society. Emerald Group Publishing Limited. E-kirja.

Vieltojärvi, M., Palojoki, P. & Janhonen-Abruquah, H. 2012. Ruoka, kulttuuri ja oppiminen: Näkökulmia ruokatutkimuksen menetelmiin. E-kirja. Linkki verkkojulkaisuun:

https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/37774/Ruoka_kulttuuri_ja_oppiminen.pdf?sequence=2

Kuviot

Kuvio 1: Kulutusprosessin vaiheet (mukaiillen Solomon 2012, 32)	14
Kuvio 2: Keliakikön ruokailu kodin ulkopuolella yhden viikon aikana (n= 856)	24
Kuvio 3: Keliakikön ruokailu kodin ulkopuolella, vertailussa Uusimaa ja muu Suomi.	25
Kuvio 4: Keliakiadiagnoosin vaikutus ulkona syömiseen (n= 845)	26
Kuvio 5: Gluteenittoman palvelun merkin vaikutus ravintolan luotettavuuteen (n= 843).....	27
Kuvio 6: Gluteenittomuuden toteutuminen kodin ulkopuolella ruokaillessa (n= 845)	36

Taulukot

Taulukko 1: Syitä, miksi keliakiköt eivät ruokaile kodin ulkopuolella	28
Taulukko 2: Paikat, joissa keliakiköt ruokailevat kodin ulkopuolella	29
Taulukko 3: Todennäköisin syy ruokailuun kodin ulkopuolella	30
Taulukko 4: Syy ruokailuun kodin ulkopuolella ennen keliakiadiagnoosia	31
Taulukko 5: Asiat, joita ulkona syödyssä ateriasa arvostetaan nykyään eniten	32
Taulukko 6: Ateriasa eniten arvostetut asiat ennen keliakiadiagnoosia	32
Taulukko 7: Onnistuneeseen ruokailukokemukseen vaikuttavat tekijät	33
Taulukko 8: Tekijät, jotka vaikuttavat ruokapaikan valitsemiseen eniten	33
Taulukko 9: Kanavat, joiden avulla etsitään tietoa, sopiiko ruokapaikka keliakikölle	34
Taulukko 10: Todennäköisin syy olla valitsematta ruokapaikkaa	35
Taulukko 11: Tilanteet, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut kodin ulkopuolella ruokaillessa	38
Taulukko 12: Tekijät, jotka saavat keliakikön palaamaan samaan ruokapaikkaan uudelleen	39
Taulukko 13: Tekijät, jotka voivat vaikuttaa siihen, ettei keliakikko palaisi samaan ruokapaikkaan uudelleen	39

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake	49
-----------------------------	----

Liite 1: Kyselylomake

Keliaakikon ruokailu kodin ulkopuolella

Olen kolmannen vuoden restonomiopiskelija Laurea-ammattikorkeakoulusta Espoosta. Tutkimuskysely on osa opinnäytetyötäni, jossa tutkin millainen vaikutus keliakiadiagnoosilla on ulkona syömisen kuluttajakäyttäytymiseen. Toimeksiantajana opinnäytetyölle on Keliakialiitto. Tutkimuskyselyyn vastataan anonyymisti eikä henkilötietoja kerätä. Kysely lähetetään satunnaisotantana 2500 Keliakialiiton jäsenrekisteristä poimitulle jäsenelle. Vastauksia ei pysty yhdistämään tiettyyn henkilöön. Tutkimuksen tuloksia hyödynnetään Keliakialiiton koulutuksissa sekä vaikuttamistyössä. Kyselyyn vastaaminen kestää noin 10 minuuttia. Vastausaikaa on kaksi viikkoa ja aikaa vastata on 30.8.2020 asti. Kiitos jo etukäteen kyselyyn vastaamisesta!

Jos sinulla on kysyttävää koskien tutkimusta tai kyselylomaketta, yhteyttä voit ottaa sähköpostitse: julia.jaaskelainen@student.laurea.fi

1. Ikä

- alle 20 vuotta
- 20-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-69
- 70-79
- yli 80 vuotta

2. Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu/en halua kertoa

3. Maakunta, jossa asun

- Uusimaa
- Varsinais-Suomi
- Satakunta
- Kanta-Häme
- Pirkanmaa
- Päijät-Häme
- Kymenlaakso
- Etelä-Karjala
- Etelä-Savo
- Pohjois-Savo
- Pohjois-Karjala
- Keski-Suomi
- Etelä-Pohjanmaa
- Pohjanmaa
- Pohjois-Pohjanmaa
- Kainuu
- Lappi
- Ahvenanmaa

4. Keliakiadiagnoosin saamisesta on tällä hetkellä kulunut

- Alle vuosi
- 1-2 vuotta
- 3-5 vuotta
- 6-10 vuotta
- 11-15 vuotta
- yli 15 vuotta
- Minulla ei ole keliakiadiagnoosia

Tässä tutkimuksessa selvitetään keliakiadiagnoosin vaikutusta ulkona syömisestä kuluttajakäyttäytymiseen. Jos vastasit, että sinulla ei ole keliakiadiagnoosia, et valitettavasti kuulu tutkimuksen kohderyhmään ja kysely päättyy tähän.

5. Sairastatko lisäksi ihokeliakiaa?

- Kyllä
 En

6. Kuinka usein ruokailet kodin ulkopuolella keskimäärin yhden viikon aikana?

- En ruokaile joka viikko kodin ulkopuolella
 Kerran viikossa
 2-3 kertaa viikossa
 4-5 kertaa viikossa
 6-7 kertaa viikossa
 En ruokaile kodin ulkopuolella koskaan

7. Jos et koskaan ruokaile kodin ulkopuolella, kertoisitko miksi et?**8. Mitä aterioita syöt yleensä kodin ulkopuolella?**

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Aamiainen
 Lounas
 Pieni makea tai suolainen purtava
 Päivällinen
 Illallinen

9. Minkä tyyppisissä paikoissa syöt useimmin?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Ruokaravintolat
- Pikaruokaravintolat
- Pizzeriat
- Henkilöstö- ja lounasravintolat (esim. työpaikalla)
- Liikenneasemat
- Kahvilat
- Hotelliravintolat
- Muu, mikä?

10. Kun ruokailet kodin ulkopuolella, käynnin syy on useimmiten

- Vapaa-ajan vietto
- Lounasruokailu
- Merkkipäivän tai muun asian juhlistaminen
- Kun ei itse ehdi kokata
- Uteliaisuus ja halu kokeilla jotain uutta
- Muu, mikä?

11. Mikä oli syy kodin ulkopuoliseen ruokailuun ennen kuin sait diagnoosin?

- Vapaa-ajan vietto
- Lounasruokailu
- Merkkipäivän tai muun asian juhlistaminen
- Kun ei itse ehdi kokata
- Uteliaisuus ja halu kokeilla jotain uutta
- Muu, mikä?
- En osaa sanoa/ei kokemusta

12. Miten keliakiadiagnoosin saaminen on vaikuttanut siihen, kuinka usein syöt kodin ulkopuolella?

- Kodin ulkopuolella syöminen on vähentynyt diagnoosin jälkeen
- Kodin ulkopuolella syöminen on lisääntynyt diagnoosin jälkeen
- Ei merkittävää vaikutusta suuntaan tai toiseen

13. Miten keliakiadiagnoosi on vaikuttanut ruokapaikan valintaan verrattuna aikaan ennen diagnoosia?

Ruokapaikan valinta on

- Huomattavasti haastavampaa kuin ennen
- Hieman haastavampaa kuin ennen
- Samanlaista kuin ennen
- Helpompaa kuin ennen
- En osaa sanoa

14. Mitä näistä arvostat nykyään eniten ulkona syödyssä ateriasa?

Voit valita 1-3 tärkeintä asiaa.

- Ruoan terveellisyyttä
- Ruoan puhtautta
- Ruoan turvallisuutta (esim. erityisruokavaliomerkinnot)
- Ruoan gluteenittomuutta
- Ruoan alkuperää
- Ruoan makua
- Ruoan esillepanoa
- Jotain muuta, mitä?

Valitse enintään 3 vaihtoehtoa

Valitut vaihtoehdot: 0

15. Mitä arvosit eniten kodin ulkopuolella nautitussa ateriasa ennen keliakiadiagnoosia?

Voit valita 1-3 tärkeintä asiaa.

- Ruoan terveellisyyttä
- Ruoan puhtautta
- Ruoan turvallisuutta
- Ruoan alkuperää
- Ruoan makua
- Ruoan esillepanoa
- Jotain muuta, mitä?

Valitse enintään 3 vaihtoehtoa

Valitut vaihtoehdot: 0

16. Millä vaihtoehdoilla on sinun mielestäsi eniten vaikutusta siihen, että ruokailukokemus kodin ulkopuolella on onnistunut?

Voit valita enintään 2 vaihtoehtoa.

- Ruokapaikan ilmapiiri
- Ruokaseura
- Hyvä palvelu
- Maistuva ruoka
- Varmuus siitä, että annos tai tuote on gluteeniton
- Ruokapaikan omaan budjettiin sopiva hintaluokka
- Joku muu, mikä?

Valitse enintään 2 vaihtoehtoa

Valitut vaihtoehdot: 0

17. Mikä vaihtoehdoista vaikuttaa eniten siihen, minkä ruokapaikan valitset?

- Hinta
- Sijainti
- Tilattavissa olevat vaihtoehdot
- Ruokalistan merkinnät allergeeneista
- Ruokalistan merkinnät gluteenittomuudesta
- Turvallisuus keliaakikolle
- Arviot internetissä
- Muiden kokemukset
- Gluteenittoman palvelun merkki
- Joku muu, mikä?

18. Koetko, että ruokapaikan valintaperuste on muuttunut diagnoosin saamisen jälkeen?

- Kyllä, on muuttunut
- Ei ole muuttunut
- En osaa sanoa

19. Mitä kanavia olet käyttänyt etsiäksesi tietoa siitä, soveltuuko ruokapaikka keliakikolle?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Keliakialiiton verkkosivut
- Gluteeniton elämä -lehti
- Kyseisen ravintolan omat sivut
- Puhelu ravintolaan
- Sähköposti ravintolaan
- Ravintolan Facebook-sivut
- Keskustelupalstat
- Muu lähde, mikä?

20. Jos ruokailuseurueeseen kuuluu muitakin kuin keliakikkoja, kuinka usein keliakikon ruokavalio vaikuttaa koko seurueen ruokapaikan valintaan?

- Vaikuttaa aina
- Vaikuttaa satunnaisesti
- Vaikuttaa hyvin harvoin
- Ei vaikuta ollenkaan

21. Vaikuttaako ruokapaikan valintaasi, jos annoksen gluteenittomasta versiosta veloitetaan lisämaksu?

- Kyllä, en halua maksaa lisämaksua
- Ei, maksan lisämaksun mielelläni
- Minulle se on samantekevää

22. Mikä seuraavista olisi kohdallasi todennäköisin syy olla valitsematta ruokapaikkaa?

Voit valita 1-3 vaihtoehtoa.

- Ei ole gluteenitonta vaihtoehtoa
- Gluteenittomia vaihtoehtoja on vain vähän
- Ravintolaympäristö vaikuttaa siltä, että gluteenittomuudesta ei voi olla varma
- Gluteenittomasta annoksesta peritään lisämaksu
- Muiden keliakikoiden kertomat huonot kokemukset paikasta
- Ruokapaikan sijainti ei ole sopiva
- Ruokapaikan hintataso on liian korkea
- Ei ole syytä, joka vaikuttaisi
- Muu syy, mikä?

23. Ravintola, jolle on myönnetty Gluteenittoman palvelun merkki on mielestäni

- Luotettavampi valinta kuin joku muu ravintola ilman merkkiä
- Yhtä luotettava valinta kuin joku muu ravintola ilman merkkiä
- Vähemmän luotettava valinta kuin joku muu ravintola ilman merkkiä
- En osaa sanoa/en ole kuullut merkistä

24. Oletko kohdannut kodin ulkopuolella ruokaillessa tilanteita, joissa gluteenittomuus ei ole toteutunut tai et ole voinut olla varma siitä?

- Kyllä. Millaisia?
- En
- En osaa sanoa

25. Mikä näistä on mielestäsi merkittävin riskitekijä keliakikolle kodin ulkopuolella ruokailtaessa, jos samassa keittiössä käsitellään myös gluteenia sisältäviä tuotteita?

- Pintojen ja välineiden puhtaus
- Henkilökunnan tietämys gluteenittomasta ruokavaliosta
- Tieto ei kulje tarjoilijalta keittiöön
- Annosten sekoittuminen
- Raaka-aineiden erillään pitäminen
- Väärät tai harhaanjohtavat merkinnät ruokalistassa
- Mielestäni kodin ulkopuolella ruokailussa ei ole riskitekijöitä

26. Mikä/mitkä seuraavista tekijöistä saisivat sinut palaamaan samaan ruokapaikkaan uudestaan?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Erinomainen ruoka
- Huomioiva ja henkilökohtainen palvelu
- Hyvä hinta-laatusuhde
- Nopeus ja helppous
- Henkilökunta osoittaa hallitsevansa gluteenittomuuden
- Hyvä annoskoko
- Selkeät merkinnät gluteenittomuudesta
- Paikka tarjoaa paljon omaan ruokavalioon sopivia vaihtoehtoja
- Muu, mikä?

27. Mikä/mitkä seuraavista tekijöistä voisivat olla syynä siihen, että et enää palaisi samaan ruokapaikkaan?

Voit valita useamman vaihtoehdon.

- Ruoka ei vastaa odotuksia
- Olo ei ole tervetullut
- Henkilökunnan puutteellinen tietous keliakiasta ja gluteenittomasta ruokavaliosta
- Liian pieni annos
- Listalla liian vähän tai ei ollenkaan gluteenittomia vaihtoehtoja
- Epäsiisti ravintolaympäristö
- Ravintola ilmoittaa kontaminaatioriskistä
- Virheelliset merkinnät gluteenittomuudesta
- Pitkä odotusaika
- Muu, mikä?

Kiitos vastaamisesta!



Kysely luotu Webropolilla
[Klikkaa tästä ja lue lisää](#)