



Uit

NORGES  
ARKTISKE  
UNIVERSITET

Handelshøgskolen

# Beboernes opplevelse av middagsmåltidet på sykehjem/helseinstitusjon

*Betydningen av sensoriske opplevelser og tilfredshet med måltidsmiljø og middagsmat*

**Siv-Heidi Henriksen**

*Masteroppgave i erfaringsbasert strategisk ledelse og økonomi /MBA - november 2018*





# Forord

Denne masteroppgaven på 30 studiepoeng avslutter min erfaringsbaserte master i strategisk ledelse og økonomi ved Universitetet i Tromsø.

Temaet for oppgaven var å kartlegge totalopplevelsen av middagsmåltidet på sykehjem og helseinstitusjon basert på beboerens opplevelse.

Jeg ønsker å takke min veileder professor Svein Ottar Olsen for støtte og god faglig veiledning underveis i arbeidet.

En stor takk rettes også til alle de fantastiske beboerne som deltok i undersøkelsen, uten deres hjelp og åpenhet kunne ikke denne undersøkelsen blitt gjennomført. Samtidig må jeg takke de ansatte som tok imot meg og tilrettela for undersøkelsen.

Jeg vil også benytte muligheten til å takke min kjære familie for støtte under hele studieprosessen.

Tromsø, november 2018

Siv-Heidi Henriksen



## Sammendrag

Underernæring og dårlig matlyst blant sykehjemsbeboere er et aktuelt tema både i media og innenfor helse- og omsorgssektoren. Det er et tilsynelatende fokus på mat og ernæring, men det finnes lite informasjon om hva beboerne selv mener om måltidsituasjonen. Formålet med denne studien er å undersøke hvordan beboere på sykehjem/helseinstitusjon opplever middagsmåltidet basert på individenes sanseinntrykk og opplevelse. Mer spesifikt tar temaet for seg spørsmål om hvor fornøyd beboerne er med spiseplassen, det sosiale miljøet og middag, samt hvordan disse delopplevelsene individuelt og samlet har betydning for opplevelse av middagsmåltidet.

Det teoretiske rammeverket bygger blant annet på Five Aspects Meal Model, som er en modell utviklet for utredning av ulike aspekter ved måltidet.

Datainnsamling har blitt gjennomført ved hjelp av personlige strukturerte intervjuer. I studien deltok det 27 beboere med samtykkekompetanse.

Resultatene av undersøkelsen viser beboernes aksept og hva de mener er viktige faktorer i vurdering og opplevelse av middagsmåltidet. De visuelle sanseopplevelsene har mest betydning for opplevelse av spiseplassen. Interaksjon mellom beboere har mest betydning for opplevelse av det sosiale miljøet, og middagens utseende og smak betyr mest for opplevelsen av middag. Opplevelse av middag har størst og positiv betydning for totalopplevelse av middagsmåltidet. Det sosiale miljøet har en svakere og negativ effekt, mens spiseplassen har ingen signifikant betydning for totalopplevelsen.

Studien kan bidra til en bedre forståelse av beboernes opplevelse av middagsmåltidet og hvilke forbedringstiltak institusjonen bør vurdere, blant annet råvarenes kvalitet og tilberedning, middagslukt og utforming av spiseplass. Studien belyser viktigheten med sansestimuli og hvordan man i forbindelse med middagsmåltidet kan skape multisensoriske opplevelser, som kan bidra til økt matlyst og tilfredshet hos beboerne.

**Nøkkelord:** Sanser, persepsjon, multisensorisk stimuli, Five Aspects Meal Model, måltidsmiljø, middag og totalopplevelse.

# Innholdsfortegnelse

1	Innledning og bakgrunn .....	1
1.1	Tema og problemstilling.....	3
1.2	Nytteverdi .....	4
1.3	Oppgavens struktur.....	4
2	Teoretisk forankring .....	5
2.1	Sanser og persepsjon .....	7
2.2	Opplevelse av måltidet .....	10
2.2.1	Tilfredshet og emosjonelle inntrykk .....	11
2.2.2	Opplevd kvalitet .....	13
2.3	Rommet – opplevelse av spiseplass.....	15
2.3.1	Rommets visuelle opplevelse .....	17
2.3.2	Lukt og luft.....	18
2.3.3	Lyd og støy .....	19
2.4	Møtet – opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet.....	20
2.4.1	Interaksjon mellom beboere og personell .....	20
2.4.2	Interaksjoner mellom beboere .....	22
2.5	Produktet – opplevelse av middag.....	23
2.5.1	Sensoriske egenskaper som stimulerer sansene i matopplevelsen .....	25

2.6	Analysemodell .....	27
3	Metode.....	28
3.1	Forskningsdesign – personlig strukturert intervju .....	28
3.2	Utforming av spørreskjema og måling av begrepene .....	29
3.2.1	Totalopplevelse .....	30
3.2.2	Opplevelse av spise plass .....	30
3.2.3	Opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet.....	32
3.2.1	Opplevelse av middag .....	33
3.3	Utvalg og prosedyre for datainnsamling .....	35
3.4	Undersøkelsens troverdighet .....	37
3.4.1	Reliabilitet .....	37
3.4.2	Validitet.....	37
3.5	Analyse av data.....	38
3.5.1	Deskriptiv statistikk.....	38
3.5.2	Korrelasjonsanalyse .....	38
3.5.3	Regresjonsanalyse .....	39
4	Analyse og resultater .....	40
4.1	Utvalgets demografi .....	40
4.2	Deskriptiv analyse .....	42

4.2.1	Totalopplevelse av siste middagsmåltid.....	42
4.2.2	Rommet – opplevelse av spiseplass .....	43
4.2.3	Møtet – opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet .....	46
4.2.4	Produktet – opplevelse av middag .....	48
4.3	Korrelasjon og regresjonsanalyse .....	52
4.3.1	Validering av et utvalg begreper .....	52
4.3.2	Korrelasjonsanalyse .....	54
4.3.3	Regresjonsanalyse .....	56
4.3.4	Hva forklarer totalopplevelsen av middagsmåltidet?.....	58
5	Diskusjon og implikasjoner.....	60
5.1	Diskusjon av studiens sentrale funn .....	60
5.1.1	Betydningen av sanser og sanseinntrykk for opplevelsen av middagsmåltidet .	61
5.1.2	De visuelle sanseopplevelsene har mest betydning for opplevelsen av spiseplassen .....	62
5.1.3	Sosial interaksjon mellom beboere har mest betydning for opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet.....	63
5.1.4	Utseende og smak har mest betydning for opplevelse av middag .....	64
5.1.5	Totalopplevelse av middagsmåltidet .....	65
5.2	Praktiske implikasjoner .....	67
5.3	Oppgavens begrensninger og forslag til videre forskning.....	68



Referanseliste .....	69
6 Vedlegg .....	76
Vedlegg 1- Informasjonsskriv .....	76
Vedlegg 2 – Spørreskjema .....	78
Vedlegg 3 – Deskriptiv statistikk av spiseplass og det sosiale miljøet .....	85

## Tabelliste

Tabell 1: Spørsmål knyttet til spiseplass .....	31
Tabell 2: Spørsmål knyttet til det sosiale rundt middagsmåltidet .....	33
Tabell 3: Utvalgets kjønn og alder .....	40
Tabell 4: Bakgrunnsvariabler om oppholdet på institusjonen.....	41
Tabell 5: Respondentenes opplevelse av sansesvikt .....	41
Tabell 6: Indikatorer for totalopplevelse .....	43
Tabell 7: Respondentens fornøydhets med spiseplassen, vurdert på en skala fra 1 (misfornøyd) til 5 (fornøyd) .....	43
Tabell 8: Viser hvor middagen serveres og spises. Rett over halvparten av respondentene hadde spiseplassen sin på kjøkkenet hvor også middagen ble oppvarmet .....	45
Tabell 9: Resultater viser respondentens vurdering av middagsmaten, hvor ikke annet er oppgitt er variablene vurdert på skala fra 1 (dårlig) til 5 (god) .....	49
Tabell 10: Opplevelse av konsistens på potet og grønnsaker.....	50

Tabell 11: Opplevelse av middagens smaksintensitet og salthet .....	50
Tabell 12: Resultater, respondentenes vurdering av middagspreferanser og tradisjonsmat ....	51
Tabell 13: Faktorer for videre analyse av spiseplass.....	53
Tabell 14: Faktorer for videre analyser av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet .....	53
Tabell 15: Faktorer for videre analyser av middag .....	54
Tabell 16: Korrelasjonsmatrise for spiseplass.....	55
Tabell 17: Korrelasjonsmatrise for det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet .....	55
Tabell 18: Korrelasjonsmatrise for middag.....	55
Tabell 19: Regresjonsanalyse: Hva forklarer opplevelsen av spiseplass .....	56
Tabell 20: Regresjonsanalyse: Hva forklarer opplevelsen av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet .....	57
Tabell 21: Regresjonsanalyse: Hva forklarer opplevelsen av middag .....	57
Tabell 22: Korrelasjonsmatrise mellom de sentrale begreper i analysemodellen .....	58
Tabell 23: Regresjonsanalyse: Hva forklarer totalopplevelsen av middagsmåltidet .....	58

## Figurliste

Figur 1: Begrepsramme for oppgaven.....	6
Figur 2: Analysemodell .....	27
Figur 3: Respondentenes egen oppfatning av sin matlyst generelt i løpet av sitt opphold og i løpet av den siste uken .....	42

Figur 4: Frekvensinndeling, respondentenes vurdering av spiseplass. Variablenes gjennomsnittsverdi til høyre .....	44
Figur 5: Viser respondentenes fornøydhets og gjennomsnittsverdi. Vurdert på en skala fra 1 (misfornøyd) til 5 (fornøyd) .....	46
Figur 6: Viser frekvensinndeling, respondentenes vurdering av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet. Variablenes gjennomsnittsverdi til høyre .....	47
Figur 7: Viser gjennomsnittsverdi og fornøydhets med middagsrettene. Vurdert på en skala fra 1 (misfornøyd) til 5 (fornøyd) .....	48
Figur 8: Frekvensinndeling, respondentenes vurdering av middagspreferanser og tradisjonsmat .....	52
Figur 9: Modifisert modell med signifikante effekter .....	59



# 1 Innledning og bakgrunn

Hva skjer med måltidsopplevelsen hos eldre mennesker som må bo på sykehjem /helseinstitusjon for en kort eller varig periode? I media kan man til tider lese om underernæring blant sykehjemsbeboere [1] og at middagsmaten som serveres er «dårlig» [2]. Mange eldre mennesker sliter med å få i seg nok mat og riktig næring, hvilket kan resultere i svekket livskvalitet. Årsakene til dette kan være endring i livssituasjon, redusert matlyst, tannhelseproblemer, sykdom og sansesvikt. Uansett alder er det viktig med god ernæringsstatus, for selv om energibehovet reduseres ved alderdom vil behovet for mineraler og vitaminer være relativt uforandret. (Nes et al., 2007).

Middagsmåltidet er viktig for nordmenn, og studie utført på mat og måltider for aktive eldre (hjemmeboende) i Norge (Grini et al., 2013), viste blant annet at de aller fleste nordmenn spiser middag daglig og at det er viktig at middagsmaten oppfattes som velsmakende og hjemmelaget. Nordmenns forventninger til middag er at den må være varm og tilberedt som kokt eller stekt, og fisken eller kjøttet skal serveres sammen med grønnsaker (Bugge og Døvig, 2000). Middagsproduksjonen til sykehjem/ helseinstitusjoner har endret seg de siste årene, spesielt omlegging fra eget kjøkken på institusjon til et eksternt sentralkjøkken. Offentlige sykehjem tilhørende kommuner som har valgt omlegging fra individuelle til et eksternt sentralkjøkken, mottar som oftest middager etter kok og kjøøl metoden. Kok og kjøøl metoden innebærer at maten varmebehandles, pakkes i egnet emballasje og nedkjøles raskt, hvilket gir forlenget holdbarhet [3]. Oppvarming og servering av middagen blir så utført av de ansatte på sykehjemmet/helseinstitusjon.

*Når middag skal spises bør den inntas i spisestue eller kjøkken, og det er viktig med ordentlig pådekkning, herunder glass, bestikk og tallerkener* (Bugge og Døvig, 2000). Hvem vi spiser sammen med og det sosiale rundt måltidet, har en viktig rolle for matopplevelsen og for ernæringstilstanden hos eldre (Grini et al., 2013). Det handler altså ikke bare om å bli mett, men måltidet er en måte å uttrykke sosiale relasjoner på. Vi lar oss påvirke av tradisjon, matkultur, hvilke verdier middagen skal symbolisere, samt at den passer inn i spisesituasjon (Bugge, 2005).

Helsedirektoratet har utarbeidet Kosthåndboken «*En veileder i ernæringsarbeid i helse og omsorgstjenesten*» (Helsedirektoratet, 2016), som et hjelpemiddel for å sikre god kvalitet og styrke ernæringskompetansen i helse- og omsorgstjenesten, samt være et verktøy for å implementere relevante nasjonale faglige retningslinjer. I boken handler det blant annet om at helse- og omsorgsinstitusjoner/sykehjem bør sørge for et godt mattilbud og matmiljø som bidrar til matglede, matlyst og trivsel. Videre fokuseres det på faktorer som har betydning for matinntaket. Måltidsmiljøet, betegnes som atmosfæren rundt måltidene som kan beskrives som: *et samspill mellom rammene (ledelse, ressurser), rommet, møtet (mellommenneskelige forhold) og hvordan maten presenteres* (Helsedirektoratet, 2016:99).

Måltidsituasjonene på institusjoner er preget av faste tider og rutiner. Det er som regel liten valgfrihet i valg av matretter og tidspunktet for når på dagen man ønsker å spise. De fleste institusjoner lar ikke beboerne delta i å bestemme hva som skal stå på menyen, og beboerne har som regel liten påvirkningskraft (Williams, 2009). I en undersøkelse gjort blant beboere i somatiske sykehjem i Østfold oppga 26 % at de ikke gledet seg til måltidet (Aagaard, 2010).

Opplevelsen av et godt mattilbud og måltidsmiljø krever positive sanseintrykk og stimuli. I en måltidsituasjon er vi avhengige av at sansene våre gir oss den stimuli og informasjon vi trenger, slik at vi kan bearbeide inntrykkene av omgivelsene rundt oss, og av det vi konsumerer. Når vi så tolker et sett med sanseintrykk kan det skape ulike former for delopplevelser som igjen kan skape en samlet totalopplevelse (Bergslien, 2015; Hultén, 2011; Krishna, 2012).

I Kosthåndboken (Helsedirektoratet, 2016) fokuseres det blant annet på tiltak for et godt mattilbud og miljø for sykehjem, men det finnes i dag lite informasjon om hvordan beboerne selv opplever måltidsmiljøet og (ferdigproduserte) middagsretter. Det tyder derfor på et behov for en studie som belyser beboernes opplevelse av middagsmåltidene, og i hvilken grad og hvordan de ulike sanseintrykk påvirker disse opplevelsene.

## 1.1 Tema og problemstilling

Formålet med denne studien er å undersøke hvordan beboere på sykehjem/helseinstitusjon opplever middagsmåltidet basert på individenes sanseinntrykk. Jeg har valgt å se nærmere på individenes sensoriske opplevelser av egenskaper tilknyttet middagsmat og måltidsmiljøet/omgivelsene rundt spisesituasjon, videre vil jeg kartlegge hvilken innvirkning dette har på individenes totalopplevelse av middagsmåltidet. En konkretisering av problemstillingen vil derfor være:

*Hvilken sanser og sanseinntrykk av måltidsmiljø og middag har betydning for individers opplevelse av middagsmåltidet som serveres på sykehjem/ helseinstitusjon?*

Mer spesifikt tar temaet for seg spørsmål om hvor fornøyde beboerne er med spiseplassen, det sosiale miljøet tilknyttet måltidet, middagsmat, samt hvordan disse delopplevelsene individuelt og samlet har betydning for hvor fornøyde de er med opplevelsen av middagsmåltidet.

I hvilken grad vil måltidsmiljøet og middagsmat ha innvirkning for totalopplevelsen av middagsmåltidet? For å få en bredere kartlegging og forståelse har jeg valgt å fokusere på individenes generelle vurdering av måltidsmiljø og middagsmat som de har hatt i løpet av sitt opphold. Videre har jeg fokusert på den umiddelbare opplevelsen etter middagsmåltidet, hvor respondentene gir sin besvarelse kort tid etter hendelsen, sammen med vurdering av siste middagsrett.

I min oppgave vil jeg bruke modellen «The Five Aspects of Meal Modell» (FAMM) (Gustafsson, 2004; Gustafsson et.al., 2006) som er et verktøy utviklet for å forstå og håndtere ulike aspekter ved måltidet herunder av det som konsumeres og måltidsmiljø. Jeg vil videre bruke teori som omhandler hvorfor og hvordan måltidsmiljøet, også kalt for de sosiale og fysiske omgivelsene, påvirker individer. I markedsføringslitteraturen betegnes de fysiske omgivelsene som servicescape (Bitner, 1992; Tombs og McColl-Kennedy, 2003; Rosenbaum og Massiah, 2011), mens det innen sensorikk og matvalg går under betegnelser som situasjon og kontekst (Rozin og Tuorila, 1993; Meiselman, 2002; Edwards et. al., 2002; King et. al., 2004). Mitt valg av faktorer som kan påvirke matens aksept og måltidsopplevelse bekreftes av

Meiselman (2002) som mener at ulike kontekster kan påvirke matens aksept. Dette er blant annet om maten i seg selv kan betraktes som et måltid, det sosiale aspektet og omgivelsene maten blir konsumert i samt muligheten til å velge selv hva man vil spise.

I måltidsmiljøet vil spiseplass også kalt de fysiske omgivelsene avgrenses til plassen hvor middagen serveres. Det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet og kalt de sosiale omgivelsene avgrenses til personer individene har relasjoner til i spisesituasjon. Middag avgrenses til å være middagsretter produsert av samme leverandør etter kok og kjøll metoden [4]. Studien avgrenses videre til å gjelde individer som bor midlertidig eller fast på sykehjem/helseinstitusjon i Tromsø kommune, og som oppfyller inklusjonskriterier for deltagelse.

## **1.2 Nytteverdi**

Svært mange eldre på sykehjem har dårlig matlyst og lider av underernæring [5]. Gode mat- og måltidsopplevelser er viktig for å opprettholde matglede og matlyst. Jeg håper at funnene i studien vil gi innsikt i beboernes opplevelse av middagsmåltidet. Videre håper jeg at resultatene fra studien kan gi forståelse og kunnskap om hva som er viktige faktorer for en god måltidsopplevelse, som kan bidra til økt matlyst, glede og tilfredshet blant beboerne i denne livssituasjon. Ved å fokusere på sansestimuli og multisensoriske opplevelser håper jeg å kunne bidra til at flere kan få forståelse for sansenes betydning i måltidet, og at studien kan benyttes som et hjelpemiddel i planlegging og tilrettelegging av gode måltidsituasjoner på institusjoner.

## **1.3 Oppgavens struktur**

Jeg har så langt i oppgaven forsøkt å forklare bakgrunnen og utgangspunkt for studien i tillegg til problemstillinger og avgrensninger. I neste kapittel vil jeg redegjøre for faglig tilnærming og teoretisk forankring /rammeverk for utvalgte begrep og begrepsmodell. I kapittel 3 vil forskningsdesign og metode presenteres, videre vil resultatene fra datainnsamling bli presentert og analysert i kapitel 4. I kapittel 5 vil jeg gi en kort oppsummering og diskutere de viktigste resultatene, videre se på implikasjoner med begrensninger før jeg så avslutter med forslag til videre forskning.



## 2 Teoretisk forankring

I dette kapittelet vil jeg redegjøre for sentrale begreper og relevant teori i tilknytning til min problemstilling. Den empiriske tilnærming vil være rettet mot middagsmat og måltidsmiljøet som er omgivelsene rundt spisesituasjon.

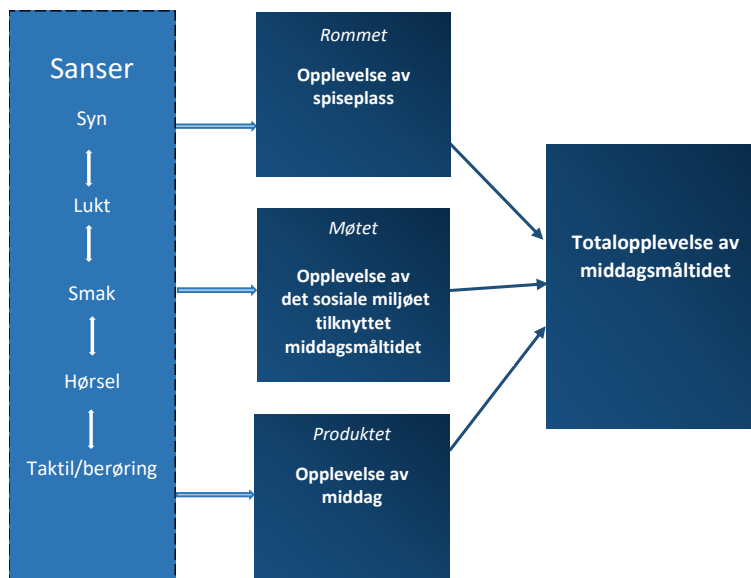
Jeg har valgt å ta utgangspunkt i «The Five Aspects of Meal Modell» (FAMM). Modellen har som mål å gi gjesten en best mulig måltidsopplevelse blant annet med fokus på sansenes betydning for måltidet. FAMM-modellen har videre blitt benyttet som verktøy innenfor måltidssektoren i det offentlige (Gustafsson, 2004; Gustafsson et al., 2006; Magnusson et al., 2013). Modellen kan benyttes for å utrede måltider som gjør at man kan avdekke eventuelle svakheter ved måltidet som kan bli forbedret (Gustafsson et al., 2006). Modellen består av fem deler: *rommet*, *møtet*, *produktet*, *styringssystemet* og *atmosfæren*, hvor atmosfæren skapes av alle delene i måltidet. Strukturen bygger på et restaurantbesøk hvor *rommet* er det første gjesten møter, det andre aspektet er *møtet* som inkluderer personalet og de andre gjestene. *Produktet* er det tredje aspektet og refererer til mat og drikke. Videre følger styringssystemet som omfatter administrative aspekter (ibid). I min studie er *rommet* institusjonens spiseplass som er de fysiske omgivelsene. *Møtet* relateres til det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet som er de sosiale omgivelsene. *Produktet* relateres til middag som er mitt overordnet begrep, jeg vil og bruke underordnede begreper som for eksempel middagsmat og middagsretter. Ut ifra teori og studier har jeg valgt ut faktorer jeg mener har relevans for opplevelsen av de fysiske- og sosiale omgivelsene og middag.

Innledningsvis har jeg valgt en presentasjon av sansene som er måleinstrumentet og hvis funksjon er avgjørende for sanseopplevelsen. Videre presenteres det underliggende perspektivet for oppgaven, som tar utgangspunkt i multisensoriske opplevelser av produkter og tjenester i et forbrukerperspektiv, og som blant annet påpeker at ved å stimulere flere sanser samtidig forsterkes opplevelsen (Krishna, 2012; Hultén, 2011; Lindstrom, 2005).

Min avhengige variabel er individenes totalopplevelse av måltidskvalitet og tilfredshet. Etter som disse to formene for opplevelse ofte er sterkt korrelerte (Oliver, 2010), vil jeg i min

oppgave behandle de samlet som et overordnet opplevelsesbegrep. I opplevelsesbegrepet vil jeg bruke teori som omhandler generell tilfredshet (Oliver, 2010; Mossberg, 2007), emosjonelle reaksjoner (Mehrabian og Russell, 1974; Lin, 2004) og opplevd kvalitet (Steenkamp, 1990; Zeithaml, 1998).

De to første uavhengige variablene er rettet mot spiseplass (*rommet*) og det sosiale miljøet (*møtet*) som er de fysiske- og sosiale omgivelsene. Servicescape er den mest brukte modellen i beskrivelse av omgivelsene og som appellerer til sansene (Bitner, 1992; Tombs og McColl-Kennedy, 2003; Rosenbaum og Massiah, 2011). Den tredje uavhengige variabelen min er middag (*produktet*) her vil jeg bruke teori og studier fra tidligere forskning som omhandler middag, middagsretter generelt og fra institusjonshold, samt matpreferanser blant eldre. Videre følger egenskaper som har betydning for middagsopplevelsen og dens aksept (Bugge, 2005; Bugge og Døvig, 2000; Doets og Kremer, 2016; Lawless og Heyman, 2010; Meiselman et.al., 2000; Sensorisk studiegruppe, 2015; Williams, 2009). Figur 1 gir en oversikt over min faglige begrepsramme.



Figur 1: Begrepsramme for oppgaven

## 2.1 Sanser og persepsjon

Syn, lukt, smak, hørsel og taktil/berøringsansen er viktige sanseverktøy for menneskets tolkning og orientering av omgivelsene rundt oss og av hva vi spiser. Hvilke impulser som skal tolkes til enhver tid avgjøres av menneskets vilje og bevissthet. På samme måte gjøres det en bevisst vektlegging av de ulike sanseintrykk (Bergslien, 2015). Smak og taktil/berøringsansen vår betegnes som nærsanser, som betyr at det må være en direkte forbindelse med kilden, som for eksempel når vi skal smake og identifisere et produkt. Lukt, syn og hørsel er fjernsansene våre og trenger ikke direkte forbindelse med kilden. Vår evne til å sanse noe (sensing) er knyttet til sansecellene som er organisert i sanseorganene. Sansecellene har terskelverdier som betyr at det kreves grenser for hvor sterk stimulering det må til, før det genereres nerveimpulser som hjernen kan motta og tolke. Sansecellen går for øvrig tom for energi når den blir utsatt for stimuli over lengre tid, hvilket resulterer i at den ikke lenger sender impulser til hjernen. Sansecellen vil derimot restituere seg etter «en pause» å være klar for nye stimuli (ibid). Under- og overstimulering av sansene kan være uheldig for personer som er rammet av demens, og det er derfor viktig med fokusert og tilpasset stimuli. Ulike positive stimuli kan derimot berike omgivelsene for personer med denne diagnosen (Ådel og Kirkevold, 2011).

*Persepsjon* er å forstå hva sansene forteller oss og som igangsetter en opplevelse av det som sanses (Bergslien, 2015). Forenklet kan man si at sensing og fortolkning er persepsjon. Top-down er begrepsdrevet persepsjon hvor sanseintrykk blir tolket på basis av eksisterende kunnskap, konsept, ideer og forventninger som påvirker resultatet (opphav til oppfattelse og erfaring). Bottom-up er datadrevet/direkte persepsjon, opphavet til sanseintrykk og hvor råmaterial blir analysert i enkeltdeler (Elder og Krishna, 2010; Theeuwes, 2010). Når flere sanser involveres forsterkes den sensoriske opplevelsen, som kan bidra til at individet blir mer involvert og engasjert. Sansene våre utfyller hverandre, og når flere sanser stimuleres gir dette en multisensorisk persepsjon. Multisensorisk persepsjon forsterker gjenkjennelse og sammenheng i konteksten, som igjen øker konsumentens engasjement og opplevelse (Lindstrom, 2005; Hultèn, 2011; Krishna, 2012).

*Sensorisk analyse* er en beskrivelse av et produkt og dets egenskaper (attributter) ved hjelp av sansene. Det er ved bruk av de menneskelige sansene man kan forstå hvordan et produkt oppleves (Lawless og Heymann, 2010), som for eksempel konsumentens subjektive opplevelse av matens aksept og preferanse (Rødbotten, 2015). Sansenes betydning i markedsføringssammenheng, kalt sensorisk markedsføring har fått oppmerksomhet blant flere forskere (Krishna, 2012; Hultén, 2010; Lindstrøm, 2005) som har fokusert på viktigheten i kundens sanseopplevelse, og hvordan man ved multisensoriske opplevelser kan oppnå større effekt markedsmessig. Sensorisk markedsføring handler om å stimulere kundens sanser, når flere sanser blir utsatt for stimuli bidrar dette til en multisensorisk opplevelse. Ifølge Krishna (2012) er det et behov for å belyse sansenes betydning. Det handler om å engasjere kundens sanser på en slik måte at persepsjon, vurdering og atferd påvirkes. Sensorisk markedsføring kan benyttes til å trigge kundens underbevissthet i sin dannelselse og oppfatning av produktet med hensyn til produktegenskaper og kvalitet (ibid). Sanseintrykkene skjer via syn, lukt, smak, høre- og taktil/berøringssansen som igjen blir tolket gjennom vår persepsjonsprosess til våre (sanse)opplevelser (Bergslien, 2015).

*Synet* er menneskets mest brukte sans og rundt 70 prosent av sanseintrykkene kommer fra synet (Sand et. al., 2014). Det er to typer sanseceller i øyet, kalt tapper og staver. Tappene reagerer på spesifikke bølgelengder og gjør at vi kan oppfatte farger. Tappene har derimot for liten lysfølsomhet til at de kan fungere i mørket. Stavene reagerer på lysstyrke og gjør at vi kan se i nedsatt belysning samt registrere bevegelse. Det sensoriske attributtet for synet er utseende (Bergslien, 2015).

*Luktesansen* er ulik de andre sansene fordi luktenerven er direkte koblet til det området i hjernen kalt *det limbiske system*, hvor vårt følelsesliv og hukommelse dannes. Dette er årsaken til at lukt påvirker minner og følelser hos mennesket (Sand et. al., 2014), som blant annet gir assosiasjoner til opplevelser. Lukt identifiserer smak, fiender, make, fare og nytelse. Mye av smaksopplevelsen er forårsaket av luktesansen, som er en årsak til at maten smaker lite når man er tett i nesen. Mennesket kan kjenne lukter på avstand, og lukt er sammen med smakssansen de sansene som brukes for å skaffe informasjon om kjemiske forbindelser i omgivelsene (Sand et. al., 2014). Luktesansen er den mest sensitive av sansene og er den

sansen som ikke kan «stenges» av, hvilket betyr at man ubevisst blir eksponert for lukter hele tiden (Bergslien, 2015).

*Smak* er egentlig en kombinasjon av flyktige komponenter som oppleves via nesen (aroma) og ikke – flyktige komponenter som oppleves på tunge (grunnsmaker) samt munnfølelse eller /og tekstur (Taylor og Linfoth, 1996). Smak benyttes om de sanseintrykk som formidles via sanseorganer i munnhulen og tunge som inneholder reseptorer for smak. Reseptorene finnes i cellemembraner i grupper av 30 – 50 celler som kalles for smaksløker. Mennesket er i stand til å oppfatte de fem grunnsmakene salt, søtt, surt, bittert og umami, samt sanseintrykk som bl.a. formidler temperatur, fuktighet og struktur/konsistens. Grunnsmakene oppleves hvor som helst på tungen, men ikke alle grunnsmakene oppleves like intenst (Bergslien, 2015).

*Hørsel* har en viktig funksjon når man skal orientere seg i miljøet, og lyd bidrar til en viktig dimensjon av måltidet. Det sensoriske attributtet til hørsel er lyd. Lyd er trykkbølger i luft, som treffer kropp og det indre øret hvor hørselen sitter. Øret og hjernens oppgave er å tolke lydstyrke, toner og hvor lyden kommer i fra (Bergslien, 2015). Lyd påvirker blant annet opplevelsen av andre sanseintrykk. Gjennom lyd stimuleres oppmerksomhet, kommunikasjon, atmosfære og vurderinger (Krishna, 2012).

*Taktil/berøringsansen* er den første sansen som utvikles allerede før fødsel og er den sansen som varer lengst (Krishna, 2012). Denne sansen formidler en direkte kontakt mellom det som berøres og nervecellene mellom overhuden og lærhuden som formidler opplevelsen. De taktile nervecellene har frie nerveender som er følsomme for temperatur, smerte eller mekanisk påvirkning. Fingertuppene er det mest følsomme området på kroppen. Lepper og tunge har høy tetthet av sanseceller som gjør det mulig å sanse forskjeller i et produkt når det spises. Det sensoriske attributtet er berøring, konsistens og tekstur. (Brodersen-Pedersen, 1987).

Lukte- og smakssansen hos eldre mennesker reduseres ved økt alder (Hirotaka et al., 2000), og studier viser at mange eldre har et høyere terskelnivå i sensitivitet enn hva de hadde som ung (Mojet et al., 2001). Dette støttes av Dotes og Kremer (2016) som har gjennomført en

litteraturstudie hvor det kom frem at smak og luktesans svekkes ved aldring. Eldre mennesker sammenlignet med unge, trenger sterkere konsentrasjoner for å kunne identifisere grunnsmakene salt, bitter og surt, mens søtt er relativt uforandret. Luktesansen svekkes ved alderdom, og eldre kontra unge mennesker bruker gjerne lengre tid på å identifisere behagelige lukter, mens det ikke er forskjeller på identifisering av det som lukter ubehagelig. Denne forskjellen kan ha sammenheng med at ubehagelig lukt er mer forankret i minnet enn behagelig lukt. Synssansen reduseres ved aldring og dette kan påvirke oppfatning av farger, glans, overflater og form. Det er derfor viktig med fargekontraster, for synssansen blir enda viktigere når smak og luktesans svekkes. I tillegg til sansesvikt vil medisinbruk, kroniske sykdommer, tannhelseproblemer og demens kunne påvirke den sensoriske opplevelsen (Dotes og Kremer, 2016).

I min oppgave vil jeg integrere de ulike sanseintrykk omkring mine uavhengige variabler for å beskrive de ulike opplevelser, og hvordan de samlet påvirker totalopplevelse av middagsmåltidet.

## **2.2 Opplevelse av måltidet**

En opplevelse kan sees på som en individuell tilstand som engasjerer, berører kunden og hvor emosjonelle verdier er viktige. Ifølge Mossberg (2007) er kundens engasjement nøkkelordet for en god opplevelse. Det gjelder å få kunden engasjert og at kunden er fysisk tilstede, noe som vil være avhengig av kundens interesse, fornøyelse og situasjon. Interesse handler om hvor lokkende tilbudet er, som i min studie tilskrives hvor fristende middagen høres ut, fornøyelse kan tilskrives hvor behagelig middagsmåltidet oppleves, mens situasjon tilskrives omgivelsene, atmosfæren, design og de andre menneskene man omgås med i spisesituasjon (ibid). Mossberg (2007) har utviklet en sentral modell som tar utgangspunkt i kundens interaksjoner og bruker følgende definisjon:

*en opplevelse er en prosess, at personalet og andre kunder (sosial dimensjon) finnes i opplevelsesrommet (konteksten), og at alt sammen påvirker kundens følelser, absorbering og kontroll (Mossberg 2007:30).*

Opplevelse handler mer om nytelse enn nytte, og gir opplevelsen oss en større verdi så resulterer dette i større tilfredsstillelse. Videre påpekes det at en bedrift ikke kan overføre en opplevelse til kunden, men skape forholdene og omgivelsene hvor kunden kan ha en opplevelse. De ulike opplevelsene kan være av generell eller spesifikk karakter med hensyn til tid og sted og hva det er knyttet opp mot (Mossberg, 2007). For min studie vil dette få betydning i hvorvidt individene skal vurdere middagsmåltidet som en engangsupplevelse eller over tid. Det vil også være et skille i hvorvidt opplevelsen av middagsmåltidet skal skilles fra opplevelsen av middag versus spiseplass, middag versus det sosiale, og spiseplass versus det sosiale.

I studien vil jeg kartlegge totalopplevelse av middagsmåltidet, spiseplass, det sosiale rundt måltidet og middagsmat på et generelt nivå. Sanseropplevelser vil være tilknyttet spesifikke egenskaper tilknyttet delopplevelser gjennom mine uavhengige variabler. For å kartlegge totale opplevelser av middagsmåltidet vil jeg bruke et opplevelsesbegrep som fanger opp individenes kognitive og emosjonelle inntrykk og i hvilken grad de føler tilfredshet med middagsmåltidet. Til forskjell fra for eksempel Oliver (2010) har jeg i min begrepsmodell (Figur 1) valgt å ikke skille opplevd kvalitet fra tilfredshet og emosjonelle reaksjoner som total opplevelsesbegrep av middagsmåltidet. Jeg vil nå redegjøre for generell teori om tilfredshet og generell teori om opplevd kvalitet.

### **2.2.1 Tilfredshet og emosjonelle inntrykk**

Kundetilfredshet kan anses som et komplekst begrep og det finnes ulike definisjoner av tilfredshet. Oliver (2010) har utarbeidet følgende definisjon:

*Satisfaction is the consumer's fulfillment response. It is a judgement that a product/service feature, or the product or service itself, provided (or is providing) a*

*pleasurable level of consumption-related fulfillment, including levels of under-or overfulfillment* (Oliver, 2010:8).

Dette innebærer at kunden etter bruk har positive følelser eller holdninger knyttet til produktet eller tjenesten. Og det handler om evaluering av produktets eller tjenestens egenskaper. Oppfyllelsen (*fulfillment*) gir økt nytelse eller reduserer smerte. Det vil si at i den grad konsumet overgår oppfyllelsen kan tilfredshet medføre uventet glede.

Ifølge Kotler og Keller (2016) er tilfredshet generelt en persons følelse av glede eller skuffelse etter å ha sammenlignet produktets ytelse (eller resultat) med forventninger. Svarer ytelsen til forventninger blir kunden fornøyd og enda mer fornøyd blir kunden hvis ytelsen overstiger forventningene. Svarer derimot ikke ytelsen til forventningene resulterer dette til en misfornøyd kunde. Videre vises det til forskning som har vist at produktytelse og forventninger har en asymmetrisk effekt på tilfredshet: *den negative effekten av ikke å møte kundens forventninger er disproporsjonalt større enn den positive effekten av å overgå forventningene* (Kotler og Keller, 2016:195).

Mossberg (2007) beskriver tilfredshet som en tilstand i den enkelte kundens hode. Tilstanden oppstår som et resultat av at kunden har erfaring med virksomheten, og erfaringen kan beskrives som en følelsesmessig reaksjon, en følelse eller en vurdering. Men spørsmålet er hva som gjør kunden fornøyd. Videre viser Mossberg til forskning som har kommet til følgende avgjørende faktorer som anses å påvirke kundens fornøydhet: *kvalitet på service, produktets kvalitet og situasjonsbetinget faktorer*, herunder personlige faktorer som for eksempel kundens dagsform og humør. I min studie kan dette tilskrives interaksjon mellom individ og personell, middagens kvalitet, spiseplass og individenes personlige faktorer.

Forskerne jeg viser til har alle poengtert emosjon og følelsenes rolle i å forstå tilfredshet. Oliver (2010) definerer emosjoner som kognitive beskrivelser av en samling følelser som blir gitt en bestemt merkelapp. Forskning viser at hvilken mat vi konsumerer påvirker oss emosjonelt (King og Meiselman, 2010). Etter en konsumopplevelse er det videre påvist at forbrukere danner to hovedgrupper med emosjoner – en positiv og en negativ, og hvordan



disse er fordelt vil påvirke grad og retning av den generelle tilfredsheten (Westbrook, 1987). Mehrabian og Russel (1974) viser til at fysiske og sosiale stimuli i miljøet vil direkte påvirke et individs emosjonelle tilstand, noe som videre vil ha innvirkning på vedkommende sin adferd. De emosjonelle tilstandene kan inndeles i pleasure (nyttelse-misnøye), arousal (opphisselse-avslapping) og dominance (dominans-underdanighet). Samtlige tilstander vil kunne variere i intensitet. Nyttelse blir beskrevet som en affektiv tilstand av tilfredshet, glede og velbehag. Opphisselse defineres som en affektiv tilstand som varierer fra søvn til panisk spenning, herunder i hvilken grad man føler seg stimulert, våken, spent og/eller entusiastisk. Dominans handler om individets frihet til å handle slik vedkommende ønsker i et gitt miljø (Mehrabian og Russell, 1974). Hvordan omgivelsene kan påvirke emosjonell/nytteløsestilstand bekreftes av Lin (2004) som i sin forskning hevder at unike og spesielle omgivelser har en appellerende effekt. Studier har vist at konsumentens emosjonelle tilstand kan påvirke matinntaket. Spesielt hos mennesker på sykehjem er den emosjonelle tilstand viktig, og forskning viser at det sosiale og fysiske i omgivelsene påvirker konsumenten emosjonelt, som kan påvirke spising/matinntak (Paquet et al., 2003).

### **2.2.2 Opplevd kvalitet**

I denne studien vil jeg kartlegge beboernes opplevde kvalitet av måltidsmiljø/omgivelsene og middag, og som en del av totalopplevelsen. Den opplevde kvalitet av middag omhandler produktets attributter/egenskaper. Attributtene kan deles inn i direkte (indre) og indirekte (ytre) attributter. De direkte attributtene er knyttet til produktets karakteristikk som for eksempel utseende, smak og tekstur (sensoriske egenskaper). Disse kan ikke endres med mindre hele produktet endres. I de fysiske omgivelsene er opplevd kvalitet innenfor servicescape knyttet til spiseplass (generell) og fasiliteter (spesifikk).

Hva som kan defineres som kvalitet varierer blant forskerne og hva de legger i begrepet. Zeithaml (1988) omtaler kvalitet som konsumentens opplevde evaluering av produktet og dets unike egenskaper. Og at det er den subjektive evalueringen av produkters egenskaper (attributter) som definerer kvalitet. Garvin (1988) skiller mellom produksjonsbasert og produktbasert kvalitet og beskriver opplevd kvalitet (brukerbasert) som: *Brukerbasert kvalitet*

*er knyttet til forholdet mellom hvor bra brukeren synes at produktet fungerer som det skal, i forhold til de forventningene man hadde (Garvin 1988, etter Thjømmøe og Olsen (2001:127).*

Ifølge Thjømmøe og Olsen (2001) må opplevd kvalitet være en egenskap ved kunden like mye som kundetilfredshet. Dette fordi produktet må nødvendigvis interagere med en kunde for at kvaliteten skal oppleves. De viser til at opplevd kvalitet består av følgende to forhold: *latente produktegenskaper (kvaliteter) av alle slag som (2) aktiveres gjennom interaksjon med kunden og derved utformer den opplevde kvalitet (Thjømmøe og Olsen 2001:126).* Denne kvaliteten vil variere fra kunde til kunde da interaksjon vil variere, og forskjellige interaksjoner skyldes ikke kun produktet men også egenskaper ved kunden.

Steenkamp (1990) har valgt å definere opplevd kvalitet ut ifra en verdikontekst og tar utgangspunkt i verdibegrepet til Holbrook og Corfman (1983): *a relativistic (comparative, personal, situational) preference characterizing a subject's experience of interaction with some object (Steenkamp 1990:312).*

Dette verdibegrepet er relevant for defineringen av opplevd kvalitet på grunnlag av tre forhold som er: preferanse, det er subjekt – objekt relatert, og det inkluderer erfaringer ut ifra tidligere konsum. Dette begrunnes videre med at opplevd kvalitet involverer preferanser som baseres på hva konsumenten foretrekker, hvordan konsumenten vurderer og evaluerer, og slik skaper en mening om kvalitet. Opplevd kvalitet kan både beskrives som subjektiv og objektivt fordi det kreves et objekt før en subjektiv evaluering kan gjennomføres. Dette betyr at det må være en form for interaksjon før den subjektive evalueringen kan finne sted. Steenkamp foreslår følgende definisjon for opplevd kvalitet:

*Perceived product quality is an idiosyncratic value judgment with respect to the fitness of consumption which is based upon the conscious and/or unconscious processing of quality cues in relation to relevant quality attributes within the context of significant personal and situational variables (Steenkamp, 1990:317).*

Med dette menes det at opplevd kvalitet tar utgangspunkt i at konsumenten vurderer kvalitet opp mot idiosynkratisk verdi. Når konsumenten skal evaluere knyttes det ubevisst eller bevisste «holdepunkter» til produktets attributter, og konsumenten påvirkes av konteksten i form av personlige eller situasjonsavhengige variabler. Oppsummert er opplevd kvalitet et resultat av personlig vurdering som påvirkes av interaksjoner mellom subjekt og objekt, samtidig som konsumentens egne holdepunkter ubevisst eller bevisst har betydning.

Som det fremkommer er det mange ulike tilnærminger til kvalitetsbegrepet. Jeg vil kartlegge individenes opplevde kvalitet og ikke den faktiske kvalitet. Jeg vil støtte meg til definisjonene om at opplevd kvalitet av et produkt er subjektivt og vil variere fra individ til individ, og hvordan individet møter produktet vil være avhengig av egenskaper ved individet og situasjon. Som tidligere nevnt vil jeg ikke skille opplevd kvalitet fra tilfredshet og emosjonelle reaksjoner som totalt opplevelsesbegrep av middagsmåltidet.

## **2.3 Rommet – opplevelse av spiseplass**

FAMM-modellen viser til at aspektet kalt *rommet* er det første individet møter i måltidsituasjon og som er selve settingen for måltidet. Rommet hvor måltidet inntas i kan for eksempel være restaurant, sykehus, skole, hjemme eller i ute i friluft (Gustafsson et.al., 2006). Rommets bruk, fasiliteter og utforming blir fanget av opp av sansene våre. I rommet sanser vi for eksempel lys, farge, design, lyd, duft, temperatur, komfort og bekvemmelighet, som er egenskaper som bidrar til rommets atmosfære.

Mossberg (2007) etablerte begrepet for stedet hvor opplevelsen finner sted for opplevelsesrom og definerer det som: *de fysiske omgivelsene som tjenesten produseres i* (Mossberg, 2007:17). Opplevelsesrommet påvirker mennesket kognitivt, følelsesmessig og rent fysisk. Kognitive reaksjoner baserer på hvor definert rommet er og hva det formidler av for eksempel standard og eksklusivitet. Et udefinert rom påvirker individet negativt og skaper usikkerhet. Følelsesmessige reaksjoner avhenger av atmosfæren som er i opplevelsesrommet, som påvirker individets følelsesmessige sinnsstemning, som videre kan påvirke grad av

tilfredshet. Omgivelser som fremkaller behag og bidrar til glede prefereres fremfor omgivelser som bidrar til det motsatte. Fysiologiske reaksjoner kan komme av for høy lyd som kan forårsake hodepine, og temperatur og lukter i lokalet som kan oppleves ubehagelig. Omgivelsene har størst betydning når man befinner seg i rommet over lengre tid eller oppsøker omgivelsene for nytelse eller fornøyelse. Opplevelsesrommet kan ha ulike roller og kan blant annet påvirke kunders- og ansattes følelse og atferd, som er viktig i rom hvor kundene tilbringer lang tid eller befinner seg ofte, for eksempel sykehus og restaurant (ibid).

Bitner (1992) har sett på rommet, som benevnes som fysiske omgivelser og dens atmosfære som en betydelig del av markedsføring, og mener at de fysiske omgivelsene forteller oss visuelt om hva virksomheten tilbyr og hvordan den kan virke tiltrekkende. Bitner definerte begrepet servicescape og introduserte det som et konseptuelt rammeverk for å beskrive den komplekse kombinasjonen av miljømessige faktorer som påvirker kunder og ansatte. Servicescape handler om omgivelsenes betydning for kundeopplevelse og tilfredshet, og hvordan de fysiske omgivelsene kan være til hinder eller legge til rette for interaksjon, avhengig av gitt situasjonen. I et servicescape blir det både produsert og konsumert samtidig, noe som vil gi en direkte påvirkning på kundeopplevelse og tilfredshet. Kundene påvirker hverandre siden de er på samme sted. De fysiske omgivelsene inndeles i tre aspekter: a) rommets utforming og funksjonalitet (for eksempel, størrelse og møbler), b) atmosfæriske omgivelser (for eksempel lys, lyd, farge, temperatur og lukt) c) tegn, symboler og artefakter (for eksempel dekor og planter). Kundene og de ansatte utgjør organismen i modellen og oppfatningen av rommet kan være ulik (ibid).

De fysiske omgivelsene kan påvirke matens aksept. Flere forskere har gjort studier på individers opplevelse av mat i ulike kontekster og funnet ut at identisk mat oppnår ulik aksept. Mat spist i restaurantomgivelser får for eksempel bedre aksept enn identisk mat spist på institusjonelle steder eller kantine (Edwards et. al., 2003; Gibbson og Henry, 2004; King et. al., 2004, Meiselman et. al., 2000; Rozin og Tuorila, 1993).

I Kosthåndboken (2016) fokuseres det på rommets atmosfæriske forhold i sammenheng med måltidet. Det fremheves at farger, møblering, lyder, temperatur og lukt påvirker

måltidsopplevelsen. Videre anbefales det en pen pådekking i en hyggelig spisestue, at det er rene bord og rent gulv, og at det bør være en selvfølge at maten serveres etter god utluftning i rommet.

En litteraturstudie utført av Bergland og Kirkevold (2011) viste at små tilrettelagte enheter på sykehjem bidro positivt til livskvalitetsmål som emosjonell helse, mindre angst og depresjon for personer med demens. Videre kom små enheter mer positivt ut enn store enheter. En kombinasjon av lyd, lys og lukt ga positive utslag på egenomsorg og sosial interaksjon. Det å kunne innta måltider i hjemmepreget omgivelser (inne på avdeling) og hvor maten serveres ved småbord førte til økt matinntak, bedre sosial kontakt og kommunikasjon. Institusjonsorientert servering, som bruk av serveringsbrett bidro til mer uro (ibid).

I min oppgave velger jeg å kartlegge hvorvidt individene er fornøyde med spiseplassen, videre individenes sanseopplevelse av spiseplassen basert på visuelle, lukt- og lydinntrykk.

### **2.3.1 Rommets visuelle opplevelse**

Synssansen baseres på de visuelle opplevelsene i rommet som farge, belysning, vinduer og romstørrelse. Rommets atmosfære tolker jeg som sanseinntrykk basert på kombinasjon av syn, høre- og luktesansen, men fordi jeg anser synet som den mest dominerende sansen for atmosfære har jeg kategorisert det som visuelle opplevelser. Det samme gjelder for borddekking og interiøret som jeg anser er basert på syn- og taktil/berøringsansen.

*Fargene* i rommet er viktig og farger anses som stimulerende for sansene. Med farger kan man skape engasjement og motivasjon (Lin, 2004), men for personer med demens kan enkelte farger forårsake overstimulering (Bergland og Kirkevold, 2011). Tidligere studier har vist at varme farger som oransje og rødt virker oppkvikkende og stressende (Belizzi et al.,1983). Dette støttes av Steinbo (2006) som mener at røde farger øker blodtrykket og kan oppleves både stressende og irritabelt. Kalde farger er beroligende og avslappende, for eksempel blått og grønt (Belizzi et al.,1983). Det samme er duse farger som virker beroligende i motsetning til sterke farger. Grå og svart farge vil kunne gjøre mennesker deprimerte, mens helhvitt gir ingen påfyll (Steinbo, 2006). Fargevalget rundt eldre mennesker som har mistet matlysten bør

være ferskenfarget. Hvis man ikke vil male vegger kan en tallerken med en ferskenfarget kant eller en ferskenfarget bordbrikke fungere (ibid).

Rommets *atmosfære og størrelse* kan være sentrale opplevelsesegenskaper. Et pent dekket bord og «riktig» valg av interiør og dekor kan bidra til at rommet oppleves mer positivt. I en institusjon med beboere på langtidsopphold ble interiøret i matsalen forandret til et mer hjemmekoselig miljø i 40-talls stil med duker og blomster. Etter denne endring ble de eldre mer fornøyd med måltidet, den sosiale interaksjon ble bedre og energiinntaket økte (Elmståhl et. al.,1987). Rommets størrelse kan påvirke opplevelsen av måltidet. Et lite rom kan være koselig og intimt, men kan forårsake misnøye hvis det blir for trangt, mens et for stort rom kan bli upersonlig (Mossberg, 2007).

*Lyskilde* påvirker individets persepsjon av omgivelsene og hvordan omgivelsene er definert og dets grad av kvalitet, samt at det påvirker individets bevissthet om stedets fysiske, følelsesmessige, psykologiske og spirituelle aspekter. Belysning påvirker og persepsjon av tekstur, farge og form (Lin, 2004). Omgivelser som har belysning som harmonerer med interiøret oppfattes mer behagelig (Steffy i Lin, 2004). Vinduer i rommet gir naturlig lys og utsikt. En studie som tok for seg barns atferd i grunnskolen viste at læring ble bedre i et rom med vinduer enn i motsetning til rom uten vinduer. Studien viste og at naturlig lys reduserte mengden av forstyrrende, aggressiv og destruktiv atferd (Wohlfarth, 1984). For beboere på sykehjem med synsproblemer er riktig belysning viktig. For svaksynte må lyskilden være tilstrekkelig og ha jevn god spredning, videre kan blendingsproblemer forårsake en synsforverring [6].

Jeg vil undersøke i hvilken grad spiseplassen oppleves hjemmekoselig, hvor godt individene liker spiseplassens atmosfære, interiør/dekor og borddekking. Og hvor behagelig individene opplever spiseplassens farge, belysning, vinduer og romstørrelse.

### **2.3.2 Lukt og luft**

Lukt/duft bidrar til atmosfæren i rommet (Hultén, 2010). Lukten som er i rommet kan skape ubehagelige opplevelser. Den typiske lukten på tannlegekontor kan frembringe nervøsitet og

stress hos de med tannlegeskrekk, mens behagelige lukter i samme kontor kan redusere stress (Lehrner et al., 2000 i Goldhug og Styvén, 2007). Lukt/duft fra omgivelsene kan påvirke emosjonelt og bidra til endring i humør eller utløse en sinnsstemning (Lin, 2004). Hvis middagen lukter ubehagelig eller dårlig reduseres matlysten. Studier viser at lukt påvirker forbrukernes affeksjon i form av hedoniske opplevelser, ved at noe enten lukter godt eller dårlig. Som regel forbindes god lukt med ønskede opplevelser som deretter påvirker humør eller følelser, og som overføres til den overordnede evalueringen av et produkt (Bone og Jantrania, 1992). Duften av nybakst fra et bakeri eller god matlukt fra et utsalg setter i gang sansene og skaper forventinger og sulthetsfølelse, og duft av kaffe skaper stemning (Soars, 2009). At rommet er godt utluftet før måltidet kan bidra til at rommet ikke har «innestengt» eller annen ubehagelig lukt.

Jeg vil kartlegge luktesansens betydning i hvor godt individene liker luften (utluftning) og matlukten på spiseplassen.

### **2.3.3 Lyd og støy**

Lyd i rommet kan forsterke et smaksinntrykk blant annet ved å høre lyden av middagstilberedning, kutting av ingredienser og mat som freser i panna. Lyd av musikk som spilles i bakgrunn har vært benyttet for å påvirke konsumentens humør og atferd samt skape reaksjoner. Og klassisk musikk anses for å være beroligende/behagelig (Krishna, 2012). Studie viser at eldre og personer med demens som eksponeres for bakgrunnsmusikk under måltidet øker matinntaket, blir mindre irritert, deprimert og nervøs (Ragneskog et al., 1996). Mange eldre sliter med hørseltap og kan ha vanskeligheter med å forstå tale hvis det er mye bakgrunnsstøy [6]. Støy og høy lyd oppleves som sjenerende og irriterende. Mange ulyder rundt middagsmåltidet kan for eksempel føre til nedsatt konsentrasjon og økt irritabilitet hos de som spiser.

Jeg vil kartlegge høresansens betydning. I hvilken grad individene opplever støy under måltidet. Hvor ubehagelig/behagelig oppleves støy/lyd fra ulike kilder (kjøkkenutstyr/maskiner, personalet, andre beboere), og rolig bakgrunnsmusikk.

## 2.4 Møtet – opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet

Måltidet handler om sosiale relasjoner og spiller en viktig rolle, både til hverdag og ved festlige anledninger. Måltider er ofte relatert til familiemåltid hvor familien samles, men når man spiser sammen med andre skapes det en tilhørighet og solidaritet med mennesker man også ikke er i familie med (Mäkelä, 2009). I FAMM-modellen handler aspektet *møtet* om mellommenneskelige reaksjoner og inkluderer interaksjon mellom kunder og personale, mellom personale og det sosiale samspeillet mellom kundene. Møtet blir sett på som service og servicekvalitet på hvordan gjestene blir ivaretatt før, under og etter måltidet. Personalet er vanligvis hovedkontakt mellom spisestedet og gjestene, og personalets oppførsel vil derav påvirke gjestenes grad av fornøydhet. Hvordan personalet samarbeider påvirker spisemiljøet og opplevelsen for gjestene (Gustafsson, 2004; Gustafsson et.al., 2006).

I studier av det markedsrelaterte sosiale servicescape vektlegger forskere kontekst, sosiale stimuli og kognitive responser, med tilførte elementer som; *kjøpssituasjon, sosial tetthet og vise følelser ovenfor andre* (Tombs og McColl-Kennedy, 2003). Rosenbaum og Massiah (2011) utvidet perspektivet på servicescape og foreslo at *ansatte, kunder, sosial tetthet og vise følelser ovenfor andre* utgjorde det sosiale servicescape. I min oppgave har jeg valgt å undersøke interaksjon mellom beboer og personell og interaksjon mellom beboer til beboer. Sansenes rolle i denne konteksten anser jeg å være syn, høre- og taktil/berøringssansen.

### 2.4.1 Interaksjon mellom beboere og personell

I markedsføringssammenheng har interaksjon mellom kunder og personell stor betydning for tilfredshet i konsum av tjenester (Solomon et al., 1985). Mossberg (2007) omtaler et servicemøte som et møte mellom personalet og kunde. Videre vises det til to forskningsretninger ved studier av servicemøte. Den ene omtales som den persepsjonpsykologiske retningen hvor individet og individets tankegang vektlegges. Denne retningen handler om kvalitetsbegrep, og bygger på kundens forventninger og kundens faktiske erfaring med tjenesten. Den andre retningen omtales som den sosialkonstruktivistiske retningen og bruker drama som metafor. Servicemøte betraktes som en forestilling, for å få kunden til å bli engasjert må personalet improvisere, overraske og løse problemer (ibid).



Personalet og kundene (beboerne) er gjensidig avhengig av hverandre i et servicemøte, dette skyldes atferd som påvirkes av begge parter. Den valgte atferd til personalet vil for eksempel påvirke beboerens oppfatning. Språkbruk og humør kan og påvirke resultatet av servicemøte (Mossberg, 2007). Wall og Berry (2007) så i sin studie på sammenhengen mellom matens aksept, omgivelsene og de ansattes kroppsspråk og servicegrad. Studien viste at kundens forventinger av service var signifikant høyere når omgivelsene ble oppfattet som fine/positive enn når omgivelsene ble sett på som det motsatte. Videre kom det frem at hvis service var utmerket så ville det dominere over mindre fine omgivelser. Dette kan sees i sammenheng med hvorfor noen restauranter som ikke kommer positivt ut på de fysiske omgivelser, men som har god mat og god service kan bli suksessfulle. Hvis det er dårlig service hjelper det lite med at lokalet er hyggelige og pent (ibid).

I hvilken grad et servicemøte styres av kontroll vil dette kunne påvirke kundens opplevelse. Det er viktig at det i servicemøtet gis begge parter en kontrollfølelse. Gis personalet for mye kontroll kan kunden føle seg hjelpeløs eller oversett, som resulterer i ubehag. Bordplassering og mengde mat som anrettes på tallerken er et eksempel på fysisk kontroll fra personalets side. Ved å gi kunden kontroll kan det foretas en atferdsmessig kontroll, ved å la kunden selv få bestemme bordplass eller gjøres oppmerksomt på valgmuligheter som finnes. Kunden kan videre gis en kognitiv kontroll over servicemøte ved at de får beskjed om hva som skal skje (Mossberg 2007). I en amerikansk studie med beboere på aldershjem kom det frem at interaksjon mellom beboere og personalet var avgjørende for måltidsopplevelsen. En god interaksjon i form av å tilby mer mat og gi valgmuligheter i matvalg, tilby hjelp og lytte til beboere ga en positiv måltidsopplevelse (Shultz et.al., 2004).

Jeg vil kartlegge hvordan individene opplever samarbeid mellom personalet og interaksjon mellom personalet og beboer på service (hvor behjelpelig og hyggelig personalet er under måltidet). Videre vil jeg undersøke betydningen av at personalet kan sitte sammen med beboerne under måltidet, og hvordan individene opplever personalets kontroll(følelse) i valg av muligheten til å bestemme selv hvor de vil sitte.

## 2.4.2 Interaksjoner mellom beboere

Beboerne på en institusjon kan påvirke hverandre direkte og indirekte. Påvirkning kan skyldes atferd til andre beboere, samtaler, fysisk nærhet eller «antagelser/synsing» som etableres om de andre. Martin og Pranter (1989) identifiserer syv kjennetegn som assosieres med tjenester hvor denne interaksjon er sentralt. Dersom en eller flere av kjennetegnene er tilstede i en gitt tjeneste, bør kunde til kunde interaksjon tas hensyn til i utformingen av tjenesten, og det bør være viktig å skape gode kunde til kunde interaksjoner i utforming av tjenesten. Jeg har valgt å omtale noen av de disse kjennetegnene som jeg finner relevant for min studie. Hvis det er *liten fysisk* avstand mellom beboerne er det større sannsynlighet for at de påvirker hverandre mellom atferd og nærvær. For eksempel i en spisesituasjon vil de fleste beboerne sitte nært hverandre. *Verbal interaksjon* eller mangel på dette påvirker tilfredshet og misnøye for mange. For eksempel en høylytt samtale mellom to gjester er positiv for de to de gjelder, men kan skape misnøye for andre gjester som er i samme miljø. Hvis man må *vente på en tjeneste* som krever at man må stå i kø eller vente på tur kan det skape irritasjon for de det gjelder, men man kan skape en positiv interaksjon hvis kundene begynner å småsnakke med hverandre. I en spisesituasjon vil dette for eksempel være gjeldene når man venter på maten eller når man er forsynt og venter på å få gå fra bordet. *Dersom kundene må dele tid, sted og ting med hverandre* øker sjansene for påvirkning. For eksempel når man oppholder seg på et sykehjem og i tilknytning middag må dele bord, krydder og beinplass med andre (Martin og Pranter, 1989).

Higgs (2015) undersøkte hvordan sosiale normer påvirker spisesituasjon og fant ut at det har en kraftig påvirkning, fordi det henger sammen med sosial bedømmelse. Det påvirker matvalg, konsum og hvordan man liker maten. Den normative sosiale påvirkningen som handler om å tilpasse seg positive forventninger til andre og søke sosial annerkjennelse, viste seg å være sterk i spisesituasjon med andres nærvær og spesielt blant mennesker man ikke kjente (ibid). Studier har vist at tiden man bruker på å spise og mengde mat som konsumeres korrelerer med antall personer som sitter ved samme bord, men effekten er best når måltidet inntas sammen med familiemedlemmer og bekjente (Bell og Pliner, 2003; Sommer og Steele, 1997).

Jeg vil undersøke hvordan individuelle beboere opplever å spise sammen med andre basert på at matinntak øker ved flere individer rundt bordet. Om de gleder seg til å spise sammen med de andre beboerne, stemningen rundt middagsbordet samt samhold og relasjoner.

## 2.5 Produktet – opplevelse av middag

I FAMM-modellen består *produktaspektet* av mat og drikke som serveres, og som vurderes hver for seg og i kombinasjon med hverandre. De som lager maten må ha gode kokkekunnskaper og praktisk- og estetisk kunnskap for å produsere et godt måltid. Videre må de som serverer maten ha kunnskap om det som serveres (Gustafsson et. al., 2006). Middag er som regel det eneste varme måltidet i løpet av dagen, og en undersøkelse om norske spisevaner viste at 76 % av de eldre (60 år +) spiste varm middag daglig, mens 20 prosent oppga nesten daglig (Grini et al., 2013).

I tillegg til at middagen må være tilberedt som varm mat er det forventninger til hva som kan betegnes som en ordentlig middag. Bugge (2005) viser til tre fremtredende tallerkenmodeller for beskrivelse av en ordentlig eller god middag. Den første modellen kalles for den *tradisjonelle* tallerkenmodellen som skal realisere verdier som nasjonal og familiær tilhørighet (slik mamma/bestemor laget den), dette er ordentlig «enkel» hjemmelaget middag som for eksempel kjøttkaker og brunsaus. *Trendy* tallerkenmodellen er den andre modellen som skal vise klasses tilhørighet og matkulturell kompetanse. I denne modellen inngår gjerne forrett og hovedrett, og man er opptatt av premium råvarer. Lager man tradisjonelle matretter er det viktig å tilføre retten noe ekstra som gjør den mindre tradisjonell. Den siste modellen kalles for den *terapeutiske* tallerkenmodellen som har sunnhet og god helse som hensikt, dette er gjerne middager som består av sunne råvarer herunder fisk, grønnsaker og salater. De ulike tallerkenmodellene kan oppstå i en middag. Middagen kan altså både være tradisjonell og terapeutisk. Videre kan det sies at middagens grad av aksept avhenger av hvilke verdier middagen skal symbolisere. Hva som er en ordentlig middag vil derav kunne ha ulik betydning for hvert enkelt individ.

### *Middagspreferanser blant eldre*

Middagsretter basert på fisk og sjømat har et høyt konsum blant de eldre i Norge, og storfekjøtt prefereres fremfor hvitt kjøtt, videre er matens kvalitetsegenskaper som friskhet og ferskhet viktige faktorer (Grini et al., 2013). I Aagaard (2010) sin undersøkelse om mat og måltider i sykehjem kom det frem at beboerne i undersøkelsen generelt var fornøyde, men at de hadde ønsker om mer hjemmelaget mat og tradisjonelle matretter, som for eksempel fårikål. Videre ønsket de redusert bruk av ferdigbearbeidet mat (for eksempel pølser) og heller økt bruk av fisk, kjøtt og ferske grønnsaker. En annen studie viser til at eldre sykehjemspasienter ønsker gammeldags vanlig norsk mat som de er vant med, som for eksempel lettsaltet torsk, søte fruktsupper og puddinger, og de setter pris på «det lille ekstra» i form av en ekstra fløteskvett og kremdott (Sellevoid i Sellevoid og Skulberg, 2005).

Hvordan maten blir oppfattet er avhengig av individets alder, sanser og det sensoriske, men man kan derimot ikke si at dette påvirker hvor godt de eldre liker maten og mengde mat som blir konsumert (Dotes og Kremer, 2016). Middagens presentasjon ved navn og hva den inneholder påvirker forventning og smaksaksept hos konsument, og det konsumenten vet om maten påvirker konsumentens forventninger (Hersleth, 2015). Studier utført blant unge mennesker og deres forventinger til hva maten smaker, viser at mat som er ukjent bedømmes ut ifra det sensoriske aspektet i forhold til mat som man har et familiært forhold til, og hvor forventning til smak baseres på tidligere erfaring/minner som påvirker persepsjon og evaluering (Doets og Kremer, 2016). I studie hvor eldre og unge mennesker har vurdert identisk mat viser det seg at de unge har en tendens til å gi lavere skår i liking enn hva de eldre gir som skår i sin vurdering (Edwards et al., 2002).

En større undersøkelse utført på et sykehjem i USA hvor det ble fokusert på sosiale, kulturelle, psykologiske og kliniske faktorer som påvirket beboernes spising, viste at når beboerne fikk mat de kjente ble de glade, fornøyde og følte seg ivaretatt og elsket, og underernærte beboere begynte å spise når de fikk mat de kjente igjen fra sin egen kultur. Når beboerne fikk servert ukjent mat, opplevde de skuffelse og frarøvelse, og følte seg sviktet og uelsket. Videre ble det hevdet at matvaner etableres tidlig i livet og er derfor vanskelig å endre. (Kayser Jones i Sellevoid og Skulberg, 2005).

Middagsrettene som inngår i min studie baseres på en fire ukers meny med to valgmulige retter per dag. I hvilken grad middagene kategoriseres som tradisjonell kommer ikke frem, men det opplyses om at middagen produseres på en slik måte at man sikrer et ernæringsriktig kosthold [4]. Jeg vil undersøke hvorvidt beboerne oppfatter middagen som tradisjonell/tradisjonsmat, i hvilken grad middagen oppleves som hjemmelaget og om det serveres kjente middagsretter som beboerne brukte å spise når de bodde hjemme.

### **2.5.1 Sensoriske egenskaper som stimulerer sansene i matopplevelsen**

Når vi spiser involveres alle sansene og gir oss et smaksinntrykk (Krishna, 2012). De sensoriske direkte egenskaper er sentrale i evaluering av maten som oftest bedømmes etter utseende/farge, smak, konsistens/tekstur, lukt og i enkelte tilfeller lyd. I min studie har jeg valgt ut følgende sensoriske egenskaper: utseende, smak (lukt), og konsistens.

#### *Utseende*

Synet forteller oss om matens utseende og bidrar med informasjon og forventninger til hvordan maten skal smake, lukte, føles og høres ut. Hvis vi ikke kan se og lukte maten kan det være vanskelig å skille ut hva det er vi spiser (Krishna, 2012). Matens presentasjon på tallerken og farger er viktig, og det gir et førsteinntrykk av hva som spises (Jimenez et al., 2015; Zellner et al., 2010; Zellner et al., 2014). Mat anrettet og presentert på en rotete og udelikat måte oppnår lavere aksept enn en pen presentasjon, og anses for å være dårligere tilberedt enn når maten er pent presentert (Zellner et al., 2011). For mennesker som bor på institusjon og må ha moset mat, er matens uappetittlige utseende en av grunnene til at den ikke blir konsumert (Williams, 2009).

Studier viser at farge påvirker persepsjon av smak, smaksintensitet, og assosiasjoner og identifisering av type smak. Farger spiller derfor en viktig rolle i vår opplevelse av mat og drikke. (Spence et al., 2010; Zellner et al., 2014). Farge kan være en indikator for produktets kvalitet (Cardello, 1994), som kan lede til kognitive vurderinger av et produkt og grad av appetittlighet. Watz (2008) mener at et måltid blant annet handler om matens komposisjon, farger, størrelse og harmoni.

Vi «spiser» med øynene, middagsrettens utseende gir et viktig førsteinntrykk som kan være avgjørende for at individene vil smake på maten. I min studie vil jeg kartlegge betydningen av middagens utseende anrettet på tallerken, herunder det fargemessige og hvor god individene liker middagens utseende.

### *Smak og lukt*

Smak er den viktigste sensoriske egenskapen for matens aksept, og hvordan middagen lukter påvirker vår grad av sult eller metthetsfølelse. En middag som lukter godt på tallerken skaper forventninger og sulthetsfølelse kontra en middag som lukter vondt (Bergslien, 2015). I vurdering av middag vil jeg integrere lukt inn under egenskapen smak. Når maten lukter godt øker spyttsekresjon i munnen, som er en viktig faktor for at maten løses opp slik at de kjemiske komponentene gjøres tilgjengelig for stimuli av smakscellene, og som bidrar til en smaksopplevelse. Når maten tygges godt og lenge frigis mer av matens smakskomponenter som gir økt intensitet i smaksopplevelsen (Buettner et.al., 2002). Matens temperatur er viktig for smaksopplevelsen (Bergslien, 2015) og en lunken middag gir ikke den samme smaksopplevelsen som en varm middag. At middagen ikke er for varm virker derimot stimulerer på svelgereflexen, og kan derfor være en fordel for individer som er rammet av dysfagi (Escott-Stump, 2008).

Eldre mennesker kan ha redusert smak- og luktesans som kan påvirke hvordan de opplever middagens smak og smaksintensitet. Jeg vil undersøke hvor godt individene likte smaken på den siste middagsretten, hvordan individene oppfatter middagsrettens generelle smaksstyrke og salthet, og hvordan de liker smaken på generelle middagsretter basert på kjøtt og fisk, poteter og grønnsaker, samt generell opplevelse av middagsrettens temperatur ved servering.

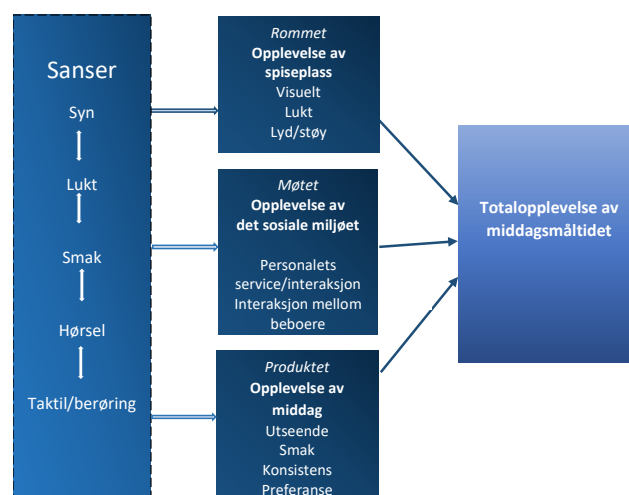
### *Konsistens/tekstur og lyd*

*Taktil/berøringssansen* beskriver matens tekstur/konsistens og påvirker andre sensoriske egenskaper, som for eksempel smak. Vi kan ta på maten eller danne oss et inntrykk i munnen når vi spiser, for eksempel om en pudding er glatt, konsistens på saus og suppe, og om grønnsakene er bløte eller harde. Lyd spiller en viktig rolle i smaksinntrykket vi danner oss i det vi spiser (Bergslien, 2015), for eksempel er sprøe grønnsaker som knasker en forsterkende

opplevelse av produktets tekstur. Det er viktig med en optimal tekstur på maten, både på grunn av beboernes helsestatus men også for smaksopplevelsen. For eksempel gir tørr tekstur lite smak, mens hard eller seig tekstur gjør at maten blir vanskelig å tygge, som kan bidra til en negativ smaksopplevelse. Jeg vil undersøke individenes generelle opplevelse av konsistens på potet, grønnsaker, samt kjøtt og fisk som inngår i middagsrettene.

## 2.6 Analysemmodell

Analysemodellen viser faktorer jeg har presentert i oppgaveteksten forankret på grunnlag av teorien (Figur 2). Ut ifra teorien antar jeg at de ulike faktorene innvirker på totalopplevelsen av middagsmåltidet. Min analysemodell viser hvordan flere sanser og sensoriske egenskaper inngår i opplevelse av spiseplass og middag. I tillegg er sansenes funksjon viktig i det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet. Jeg antar at den generelle opplevelsen og fornøydhets av spiseplass, det sosiale miljøet og middag påvirker beboerens totale eller samlede måltidsopplevelse. Min videre studie vil indikere svar på hvilke sanser og faktorer som dominerer, og om spiseplass (*rommet*) det sosiale tilknyttet middagsmåltidet (*møtet*) eller middag (*produktet*) har størst betydning for totalopplevelsen av middagsmåltidet.



Figur 2: Analysemmodell

## **3 Metode**

I dette kapittel presenteres den metodiske framgangsmåten som brukes for å undersøke min problemstilling og min analysemodell. Metoden er prosedyren og teknikker som brukes for innsamling og analysing av forskningsdata. I det følgende redegjøres det for valg av analysemodell, utvalg og prosedyre, utforming av spørreskjema, operasjonalisering, samt undersøkelsens troverdighet. Til slutt gis det en gjennomgang av analysemetoder.

### **3.1 Forskningsdesign – personlig strukturert intervju**

Forskningsdesign er en den overordnede planen for innsamling og analyse av data for hvordan jeg skal kunne besvare oppgavens problemstilling (Ringdal, 2013). Denne studien har som formål å undersøke betydningen av sanser og sanseinntrykk for middagsmåltidets totalopplevelse. Jeg har i arbeidet av denne oppgaven tatt utgangspunkt i eksisterende teorier og tidligere studier. Alle teoretiske begrep blir målt med utgangspunkt i tidligere kvantitative spørreundersøkelser av tilsvarende fenomen. Kvantitativ metode ender opp i talldata som er en beskrivelse av virkeligheten i tall og tabeller (Ringdal, 2013). Videre har jeg valgt en tversnittundersøkelse. Tversnittundersøkelse betegnes som ekstensive og innebærer at virkeligheten studeres på kun et tidspunkt. Fordelen med dette er at de gir en presis beskrivelse av en tilstand på et gitt tidspunkt og /eller en kan finne ut av hvilke fenomener som varierer sammen på et gitt tidspunkt (Jacobsen, 2015). Svakheten er at en ikke kan konkludere om årsak-virkningssammenhenger. Det siste har jeg forsøkt å kompensere ved å referere til tidligere studier hvor kausalsammenhenger er bedre ivaretatt.

En spørreundersøkelse - såkalt survey kan beskrives som en metode som benyttes for å samle inn data fra et utvalg, for å gi en statistisk beskrivelse av en populasjon. Det som kjennetegner en survey er at den er egnet for å nå et stort antall respondenter og at data fra utvalget er pålitelig og gir høy grad av standardisering. Dette fordi samtlige respondenter blir stilt ovenfor de samme forhåndsgitte svaralternativer. Videre er undersøkelsen kostnads- og tidseffektiv. En svakhet ved rene postale eller digitale spørreundersøkelser er at man ikke nødvendigvis kan kontrollere respondentenes oppfatning av spørsmålene, motivasjon for deltagelse og anskaffelse av nok respondenter (Ringdal, 2013).



Mange beboere som oppholder seg på sykehjem kan ha nedsatt funksjonsevne og problemer med å fylle ut et spørreskjema uten hjelp. Et personlig strukturert intervju med utgangspunkt i et formalisert spørreskjema ble derfor valgt som metode for datasamlingen. Gjennom å være tilstede i intervjusituasjonen vil det være lettere å informere beboeren om hensikten med undersøkelsen, oppklare eventuelle misforståelser og registrere mer utfyllende tilbakemeldinger på enkeltspørsmål som er mer vanlig gjennom kvalitative intervju (Ringdal, 2013).

### **3.2 Utforming av spørreskjema og måling av begrepene**

Spørreskjemaet åpnes og avsluttes med enkle spørsmål. Dette for å motivere respondentene til å fullføre utfylling av skjemaet (Ringdal, 2013). De mer krevende spørsmålene stilles i midten av skjemaet. Spørreskjemaet skal gi svar og kartlegging av individenes opplevelse av middagsmåltidet. I denne studien benyttes lukkede spørsmål i spørreskjemaet. Dette innebærer at spørsmålene stilles med faste svaralternativer. Fordeler med å stille lukkede spørsmål er at det er bekvemmelig for respondenten å fylle ut skjemaet, og at det i tillegg er enkelt for forskeren å registrere og analysere svarene. Ulemper med lukkede spørsmål er at man kan gå glipp av interessante opplysninger, samt at respondentene kan tolke spørsmålene forskjellig (Bryman og Bell, 2003). For å minimere de potensielle ulempene med lukkede spørsmål gjennomføres ulike tiltak. For det første inkluderes et kommentarfelt/åpent spørsmål på slutten av hver del i spørreskjemaet som det er valgfritt å svare på, men hvor respondenten har mulighet til å komme med tilleggsinformasjon.

For å avdekke eventuelle svakheter med spørreskjemaet med hensyn til spørsmålsstilling og skala ble det i forkant av undersøkelsen foretatt en pretest av skjema. Pretesten ble utført av et tilfeldig utvalg på 4 eldre mennesker (som mottok hjemmehjelptjenester) og som ikke er delaktig i studien. Det kom tilbakemeldinger på at spørreskjemaet var litt langt og at noen av spørsmålene var litt vanskelig å svare på, videre at 7-punkts skala var mer krevende/omfattende å besvare enn 5-punkts skala. På bakgrunn av dette valgte jeg 5-punkts skala, redusere antall spørsmål og endre på noen av spørsmålstillingene. Jeg valgte for

eksempel å bruke «dårlig humør/godt humør» istedenfor «deprimerende/oppmuntrende». Måling av begreper, også kalt operasjonisering, innebærer å knytte teoretiske begreper til empiriske indikatorer (Ringdal, 2013). Spørsmålene i spørreskjemaet utvikles med utgangspunkt i en gjennomgang av teori og tidligere forskning, og tilpasses spesifikke kjennetegn ved måltidsopplevelsen. En fordel med å bruke skalaer som er utviklet av andre forskere er at spørsmålene på forhånd er testet og validert (Bryman og Bell, 2003).

Alle spørsmålene fra de uavhengige variablene kom først i spørreskjemaet, etterfulgt av den avhengige. Spørsmålene ble stilt i form av lukkede spørsmål, videre fulgte spørsmål om demografi, respondentens matlyst og egenoppfatning av sansereduksjon. Det ble benyttet en 5-punkts skala med et nøytralt midtpunkt (verken eller). For eksempel bipolar skala "ubehagelig/behagelig", Unipolar som for eksempel "ingen" til "svært mye". Hedonisk/aksept skala "liker dårlig" til "liker godt", som er en akseptmåling som viser om produktet blir oppfattet som godt eller ikke, og i hvor stor grad prøven likes eller mislikes (Hersleth og Almli, 2015; Methven et. al., 2016; Saint - Denise, 2018). Det opprinnelige spørreskjemaet kan leses i vedlegg 1

### **3.2.1 Totalopplevelse**

Totalopplevelse av middagsmåltidet er min sentrale avhengige variabel i analysemodellen. Begrepet dekker vurderinger innenfor tilfredshet (affekt), emosjonelle reaksjoner og opplevd kvalitet. På grunn av sansenes umiddelbare virkning og for å sikre meg at respondentene kunne besvare spørsmål om opplevelsen, valgte jeg å måle den umiddelbare kognitive, emosjonelle og affektive virkningen rett etter siste middagsmåltid. Følgende indikatorer ble brukt for å måle totalopplevelse på en fem-punkts skala fra 1 til 5: "Misfornøyd/fornøyd", "Dårlig kvalitet/god kvalitet", "Ubehagelig/behagelig", "Dårlig humør/godt humør", "Negativ/positiv". Indikatorene er utledet av Oliver (2010) og Lin (2004).

### **3.2.2 Opplevelse av spiseplass**

Det ble først stilt spørsmål om fornøydhet med spiseplassen "Alt i alt hvor misfornøyd/fornøyd er du med spiseplassen". Spørsmål ble besvart med indikatorene "Misfornøyd" (1) til "Fornøyd" (5) (Oliver, 2010). Videre fulgte spørsmål om sensoriske og

kognitive egenskaper ved spiseplassen. Spørsmålene går fra negativ til positiv ladning. For å måle hvordan spiseplassen oppleves har jeg benyttet indikatorer fra studien til Aagaard (2010) som jeg har operasjonalisert, samt fra teori og studier jeg har skrevet om og modifisert min kontekst. I tabell 1 fremkommer spørsmålstilling og kilde.

Tabell 1: Spørsmål knyttet til spiseplass

Spørsmål	Kilde
<p><b>Følgende spørsmål ble besvart med "i svært liten grad" (1) til "i svært stor grad" (5)</b></p> <p><i>I hvilken grad opplever du spiseplassen som hjemmekoselig?</i></p>	Aagaard (2010)
<p><b>Følgende spørsmål ble besvart med "liker dårlig" (1) til "liker godt" (5)</b></p> <p>Hvordan liker du:  <i>Spiseplassens stemning/atmosfære?</i>  <i>Interiøret (pynt, bilder, planter og møbler) som er på spiseplassen?</i>  <i>Måten bordet er dekket på til middag?</i></p>	(Aagaard, 2010; Watz, 2008) (Aagaard, 2010; Elmståhl et al.,1987) Aagaard (2010)
<p><b>Følgende spørsmål ble besvart med "ubehagelig" (1) til "behagelig" (5)</b></p> <p>Hvordan opplever du:  <i>Spiseplassens farger?</i>  <i>Spiseplassens belysning?</i>  <i>Vinduene på spiseplassen?</i>  <i>Spiseplassens størrelse?</i></p>	(Belizzi et al.,1983; Steinbo, 2006). Lin (2004) Wohlfarth (1984) Mossberg (2007)
<p><b>Følgende spørsmål ble besvart med "alt for lite" (1) til "alt for stort" (5)</b></p> <p><i>Hvordan vil du beskrive spiseplassens romstørrelse?</i></p>	Mossberg (2007)
<p><b>Følgende spørsmål ble besvart med "liker dårlig" (1) til "liker godt" (5)</b></p> <p><i>Hvordan opplever du at utluftingen/luften er på spiseplassen?</i>  <i>Hvordan opplever du middagslukt som er på spiseplassen?</i></p>	Aagaard (2010)  (Blackwell, 1997; Bone og Jantrania, 1992)

Spørsmål og indikatorer	Kilde
<b>Følgende spørsmål ble besvart med "i svært liten grad" (1) til "i svært stor grad" (5)</b>	
<i>I hvilken grad opplever du at det er lyder/støy under måltidet?</i>	Aagaard (2010)
<b>Følgende spørsmål ble besvart med "ubehagelig" (1) til "behagelig" (5)</b>	
Hvor ubehagelig/behagelig vil du beskrive at følgende oppleves under måltidet <i>Støy fra maskiner og utstyr?</i> <i>Støy fra personell som jobber?</i> <i>Støy fra andre beboere?</i> <i>Rolig bakgrunnsmusikk?</i>	Aagaard (2010)  (Krishna, 2012; Ragneskog et al.,1996)

### 3.2.3 Opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet.

Det ble først stilt spørsmål om hvor fornøyd respondenten var med det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet. *Alt i alt hvor misfornøyd/fornøyd er du med det sosiale generelt i forbindelse med middagsmåltidet? Alt i alt, hvor fornøyd er du med det sosiale etter siste middagsmåltid?* Spørsmål ble besvart med indikatorene "Misfornøyd" (1) til "Fornøyd " (5) (Oliver, 2010).

For å måle respondentens opplevelse av det sosiale miljøet i forbindelse med middagsmåltidet ble relevant teori, indikatorene og skala fra Aagaard (2010) sin undersøkelse om det sosiale miljøet benyttet. I denne undersøkelsen ble indikatorene besvart på en 4- punkts skala med ytterpunkt fra "alltid til aldri" og et "vet ikke/ikke aktuelt" punkt. Spørsmålene ble stilt på en slik måte at ytterpunkt gikk fra positiv til negativ ladning. Jeg operasjonaliserte dette til 5- punkts skala som gikk fra negativ til positiv ladning med indikatorer "aldri" (1) til "alltid" (5), hvor 3 betyr «verken eller».

Tabell 2: Spørsmål knyttet til det sosiale rundt middagsmåltidet

Spørsmål	Kilde
<b>Personalets interaksjon, grad av service</b>	Aagaard (2010)
<i>Samarbeider personalet godt? Er personalet hyggelige under middagsmåltidet? Er personalet hjelpsomme under middagsmåltidet?</i>	(Aagaard, 2010; Mossberg, 2007; Shultz et.al., 2004)
Personalets interaksjon med beboer <i>Sitter personalet sammen med dere under middagsmåltidet? Vil du at personalet skal sitte sammen med dere?</i>	Aagaard (2010)
Personalets kontroll <i>Kan du vanligvis selv bestemme hvem du vil sitte sammen med?</i>	(Aagaard, 2010; Mossberg, 2007)
<b>Beboer til beboer interaksjon og norm</b>	
<i>Er det god stemning under middagsmåltidet? Hygger du deg under middagsmåltidet? Føler du deg vel å spise sammen med de andre? Snakker dere med hverandre under middagsmåltidet? Føler du at du kjenner de andre beboerne rundt bordet?</i>	Aagaard (2010)  Higgs (2015)

### 3.2.1 Opplevelse av middag

Begge seksjoner hadde spørsmål om hvor fornøyd respondenten var med middagsrett(ene): *Alt i alt hvor misfornøyd/fornøyd er du med middagsrettene generelt? Alt i alt, hvor fornøyd er du med den siste middagsretten du spiste?* Spørsmål ble besvart med indikatorene "Misfornøyd" (1) til "Fornøyd" (5) (Oliver, 2010).

Utseende, konsistens og smak er egenskaper som ofte benyttes i vurdering av mat (Edwards et al., 2003; Jimenez et al., 2015; King et al., 2004; Meiselman et al., 2000; Rødbotten og Carlehög, 2015; Zellner et.al., 2010). Middagsrettens generelle smak ble inndelt i undergruppene kjøttretter, fiskeretter, potet og grønnsaker, samtlige egenskaper ble vurdert etter "hvor dårlig/godt liker du" og besvart med indikatorene "liker dårlig" (1) til "liker godt" (5). Middagsrettens generelle utseende anrettet på tallerken ble vurdert etter samme skala. Konsistens på kjøtt ble vurdert fra "seigt" (1) til "mørt" (5). Konsistens på fisk ble vurdert fra

"tørr" (1) til "saftig" (5). Den siste middagsretten ble på farge bedømt fra "fargeløs" (1) til "fargerik" (5). Utseende anrettet på tallerken og middagsrettens smak ble bedømt fra "liker dårlig" (1) til "liker godt" (5).

For måling av aksept av intensitet av egenskaper i et produkt i forhold til forbrukerens preferanser benyttes ofte 5- punkts JAR skala (Just About Right) (Bech et al., 1995; Methven et.al., 2015). JAR- skala ble brukt for å måle generell opplevd styrke av smaksintensitet og salthet i middagsrettene, konsistens på grønnsaker og potet, og temperatur på middagsretter ved servering. Respondentene ble bedt om å oppgi opplevd intensitet av smak og salthet i middag på en skala som strekker seg fra "alt for lite" (1) til "alt for mye" (5). Konsistens og tyggemotstand på grønnsaker og potet ble målt som "alt for bløt" (1) til "alt for hard" (5). Generell opplevelse av middagens temperatur ved servering ble målt fra "alt for kald" (1) til "alt for varm" (5).

Følgende spørsmål ble besvart med "I svært liten grad" (1) til "I svært stor grad" (5). Indikatorer er hentet fra Aagaard (2010) og Grini et. al. (2013) og videre operasjonalisert. "I hvilken grad serveres det kjente middagsretter som du brukte å lage/spise hjemme", "I hvilken grad opplever du middagsrettene som hjemmelaget", "I hvilken grad er det viktig for deg at middagsrettene som serveres er tradisjonsmat".

#### *Demografi og bakgrunnsvariabler*

Jeg har operasjonalisert demografi og bakgrunnsvariabler til sist i spørreskjema. Dette har jeg gjort for at respondenten skal unngå følelsen av at undersøkelsen starter med spørsmål som oppleves som personlig. I tillegg var det kontrollvariabler og bakgrunnsvariabler som inkluderte spørsmål om kjønn, alder, antall beboere på avdelingen, om langtidsplass eller korttidsplass og nåværende lengde på oppholdet. Respondentens matlyst, og om respondenten opplever at sansene har blitt svekket i forhold til tidligere år (på en skala fra "svært lite/svært mye").

### 3.3 Utvalg og prosedyre for datainnsamling

En populasjon er betegnelse for alle undersøkelsesenheter man ønsker å uttale seg om, men vil alltid være avgrenset innenfor en kontekst (Jacobsen, 2015). Et utvalg defineres som en undergruppe av populasjonen. Utvalget i denne undersøkelsen er et bekvemmelighetsutvalg som er underkategori innenfor ikke-sannsynlighetsutvalg. Metoden innebærer at forskeren velger ut respondenter ut ifra hva som er enklest og mest bekvemmelig (Johannesen et.al., 2010). Metoden gir for øvrig et utvalg som ikke er representativ og som ikke kan generaliseres (Ringdal, 2013). Bekvemmelighetsutvalg har sine svakheter, men velges på grunn av at den er kostnads- og tidseffektiv. Resultatene kan ikke generaliseres, men gi informasjon til de som jobber med eller innenfor fagfeltet studien min gjelder.

På grunn av helsetilstanden til individer som bor på sykehjem/institusjon måtte jeg tilføye inklusjonskriterier som måtte oppfylles for deltagelse i undersøkelsen. Jeg valgte å ta utgangspunkt i en lignende studie som omhandler beboere på somatiske sykehjem i Østfold utført av Aagaard (2010). Målgruppen for undersøkelsen var beboere med samtykkekompetanse. Følgende inklusjonskriterier ble benyttet i forhold til beboerne: *Beboeren må være orientert for tid og sted, og ha samtykkekompetanse. Beboeren må kunne uttrykke seg muntlig. Beboerne må kunne innta mat og drikke per os (ibid).*

Både for kort- og langtidsplasser viste det seg å være et fåtall beboere som oppfylte kriteriene for deltagelse, men fra de institusjoner som ble kontaktet deltok nesten samtlige som oppfylte inklusjonskriteriene. Til sammen deltok det respondenter fra 12 avdelinger fordelt på 4 institusjoner. På grunn av flytteprosess ble et sykehjem ikke forespurt om deltagelse i undersøkelsen, og to avdelinger for korttidsplass oppga at de ikke kunne delta på det tidsintervallet undersøkelsen pågikk. Av 31 respondenter var det 27 respondenter som fullførte spørreundersøkelsen. Fire respondenter fullførte ikke undersøkelsen på grunn av helsemessige årsaker eller «dagsform». Svarprosenten er dermed på 87 %.

### *Gjennomføring*

Undersøkelsen ble gjennomført september 2018. Sykehjem/institusjon ble først kontaktet per telefon hvor jeg presenterte målet med studien. Etter samtale med kontaktperson sendte jeg e-post med detaljert informasjon om studien og et informasjonsskriv med samtykkeerklæring til potensielle respondenter. Jeg hadde en kontaktperson på hver institusjon/avdeling (som regel avdelingsleder) som videreformidlet informasjon om undersøkelsen og forespurte aktuelle beboere om deltagelse. Det etiske aspektet ble ivaretatt, navn på respondenter og institusjon er ikke registrert (derav anonymisert). Tilbakemelding fra NSD var at undersøkelsen ikke var innmeldingspliktig.

Kontaktperson/personale på institusjon henviste meg til respondentene som hadde samtykket til deltagelse i undersøkelsen. Gjennomføringen av spørreundersøkelsen måtte tilpasses hver enkelt respondent med hensyn til tidsbruk og eventuell utdypning av spørsmålsstilling. Dette krevde en del logistikk og jeg måtte tilpasse meg etter respondentens behov for hvile og spisetider. Spørreundersøkelsen ble derfor inndelt i to seksjoner. Seksjon 1 ble utført på formiddagen og inneholdt spørsmål om den generelle måltidsopplevelsen, herunder spiseplass, det sosiale og middagsmat. Seksjon 2 ble utført rett etter middagsmåltidet og omhandlet siste måltidsopplevelse og siste middagsrett.

Det var stor variasjon på tidsbruk og noen respondenter ga uttrykk for at den generelle delen om middag, spiseplass og det sosiale miljøet var litt krevende, mens andre syntes det gikk helt fint. Intervjuprosessen forløp relativt fint, men noen respondenter hadde lett for å begynne å snakke om andre ting, og det var da viktig å få en vinkling tilbake til spørsmålene i spørreskjema. Jeg måtte videre tilpasse stemmebruk med hensyn til volum og tydelighet. Spørsmålene var skrevet på bokmål, men spørsmålstilling foregikk på dialekt. Før oppstart presenterte jeg meg og informerte om hvorfor jeg gjennomførte spørreundersøkelsen, presentasjon av formålet med undersøkelsen, samt informasjon om at dataene vil bli behandlet konfidensielt. Videre opplyste jeg om fullstendig anonymitet, samtykke og muligheten til å trekke seg fra undersøkelsen når som helst. Spørreundersøkelsen ble utført uforstyrret på rommet til respondenten.



## 3.4 Undersøkelsens troverdighet

Ved datainnsamling og analyse av dataene er begrepene reliabilitet og validitet viktig for å kunne sikre undersøkelsens troverdighet. Reliabilitet forteller om undersøkelsens pålitelighet mens validitet forteller noe om gyldighet. Begge begrepene har en felles tilknytning der høy reliabilitet er en forutsetning for god validitet (Ringdal, 2013).

### 3.4.1 Reliabilitet

Reliabilitet handler om hvor pålitelige dataene er og i hvilken grad målingene er nøyaktige nok. Og om gjentatte målinger med samme måleinstrument gir samme resultat. Den mest brukte metoden er å vurdere intern konsistens som innebærer å måle om svarene korrelerer. *Cronbachs alfa* er et mål på reliabilitet og intern konsistens måles ved hjelp av denne. *Cronbachs alfa* er en statistisk størrelse som varierer fra 0 til 1. En verdi på 0,7 eller høyere indikerer tilfredsstillende reliabilitet og impliserer liten grad av tilfeldige målefeil (Ringdal, 2013). For å sikre reliabilitet ved utforming av spørsmål i spørreundersøkelsen benyttes etablerte skaler fra tidligere studier som måler tilsvarende variabler. Reliabilitet omhandler og i hvilken grad hvordan datainnsamling og spørreskjema blir utfylt.

### 3.4.2 Validitet

Validitet refererer til resultatet og omhandler hvorvidt spørreundersøkelsen måler det man har som hensikt å måle og at det som vi har målt oppfattes som relevant. Med dette menes hvor godt spørsmålene er definert og hvor godt begrepsvariablene er operasjonalisert. Høy reliabilitet er en forutsetning for høy validitet. Validitet krever en teoretisk vurdering og det er ulike typer av validitet som brukes for å sikre god kvalitet på forskningen. Hvis variablene har lav validitet betyr det at de måler noe annet enn det vi ønsket å måle, som kan forlede til feilaktige konklusjoner (Ringdal, 2013). I denne studien benyttes kvalitetskriteriene overflatevaliditet og begrepsvaliditet. Overflatevaliditet eller innholdsvaliditet kan beskrives som subjektiv vurdering og førsteinntrykk forskeren danner seg av indikatorer og kriterier. Begrepsvaliditet handler om vi måler det teoretiske begrepet vi ønsker å måle, relasjon mellom det generelle fenomenet som skal undersøkes, og de konkrete dataene (Ringdal, 2013; Johannessen et al., 2010). Begrepsvaliditet kan måles gjennom ulike statistiske analyser for

eksempel signifikanstesting (Ringdal, 2013). I min undersøkelse fikk jeg mulighet til å validere tilbakemeldinger fra respondentene i selve intervju situasjonen, i tillegg til at jeg baserte mine mål på tidligere validerte målinger av begrepene i analysemodellen.

## **3.5 Analyse av data**

I denne delen gjennomgås analysemetodene som benyttes for å analysere dataene fra spørreundersøkelsen. Analyseverktøyet SPSS (Statistical Package for the Social Scientist) vil bli benyttet i gjennomføring av dataanalyse. Den første fasen i analysen vil være en gjennomgang og oversikt over datamateriell gjennom å bruke deskriptiv statistikk. Videre følger statistiske analyser i form av korrelasjonsanalyse og regresjonsanalyse. Faktoranalyse som er en måte å forenkle datamateriale ved å redusere antall variabler til et sett mindre antall faktorer, vil ikke benyttes i mine analyser fordi utvalget bør være  $n > 150$  (Johannesen, 2009). Det anbefales for øvrig at man i utvalg hvor  $n < 30$  bør vurdere ikke-parametriske alternativer (Ringdal, 2013).

### **3.5.1 Deskriptiv statistikk**

Deskriptiv statistikk også kalt beskrivende statistikk tar for seg hvordan enhetene fordeler seg på variablene i et konkret datamateriale i et utvalg eller populasjon (Johannesen et.al., 2010). I min studie vil jeg måle sentraltendens i form av gjennomsnitt som viser tyngdepunktet i fordeling og median som er den verdien som splitter en ordnet fordeling i to like store mengder av enheter. (Ringdal, 2013). Spredning i fordeling måles i form av standardavvik. For å teste signifikante forskjeller mellom grupper/variabler er Pair t- test brukt. Deskriptiv design gir ikke grunnlag for å si at det ligger kausale sammenhenger, kun samvariasjon.

### **3.5.2 Korrelasjonsanalyse**

Korrelasjon betyr statistisk om det er sammenheng mellom to variabler. Korrelasjonsmål gir et tallmessig inntrykk for styrken og i enkelte tilfeller også retning i sammenhengen (Johannesen et.al., 2010). Analysen avdekker hvorvidt en av variablene øker eller synker når

en annen variabelen gjør det samme. Korrelasjon baseres på kovarians og uttrykkes ved korrelasjonskoeffisient  $r$  som varierer mellom -1 til +1. Dess nærmere koeffisienten er 1 dess sterkere er korrelasjon mellom variablene. Dersom  $r$  er under 0,3 indikerer det en svak korrelasjon, mellom 0,3 – 0,5 indikerer en middels korrelasjon og verdier over 0,5 viser en sterk korrelasjon. Det er viktig å bemerke seg fare for multikollinearitet ved verdier fra 0,8-0,9. Som betyr at det er sterk lineær sammenheng mellom forklaringsvariablene og som bryter ned forutsetningene for regresjonsanalysen. Pearson  $r$  er det mest kjente korrelasjonsmålet (Ringdal, 2013).

### 3.5.3 Regresjonsanalyse

Regresjonsanalyse finnes som lineær og logistisk regresjon. Lineær regresjon forutsetter at den avhengige variabelen har høyt målenivå (helst intervall eller forholdstallsnivå). Hvis den avhengige variabelen ikke har dette kan logistisk regresjon benyttes (Johannessen, 2009). Regresjonsanalyse har som hensikt å vise hvordan uavhengig variabel gjør det mulig å si utfall på en avhengig variabel. Multipl regressjon er basert på sammenhengen mellom en avhengig og et sett uavhengige variabler som kan framstilles i form av en lineær funksjon (Ringdal, 2013). Et sentralt element i regresjonsanalysen er blant annet å undersøke hvordan mange uavhengige variabler gjør det mulig å predikere utfall på en avhengig variabel. Videre avdekke hvilke av de uavhengige variablene som predikerer utfall i den avhengige variabelen, og tilslutt i hvilken grad en uavhengig variabel kan predikere utfall når effekter fra andre uavhengige variabler er kontrollert for. I selve resultatet sees det på modellens forklaringskraft som uttrykkes ved regresjonskoeffisienten  $R^2$  og som viser hvor stor forklaringskraft de uavhengige variablene har på den avhengige variabelen. Verdiene kan variere fra 0 til 1 hvor verdier nært 0 er lave og verdier nært 1 er høye. Den standardiserte regresjonskoeffisienten, kalt Beta, viser styrken på sammenhengen mellom variablene. Denne verdien går fra -1 til +1, der (+) viser positiv sammenheng og (-) viser negativ sammenheng. (Ringdal, 2013; Johannesen et al., 2010).

## 4 Analyse og resultater

Dette kapitlet belyser alle dataanalyser som er gjennomført. Underveis vil jeg vurdere kvalitet på studien opp mot kriterier for validitet og reliabilitet. Først presenteres deskriptiv statistikk så følger reliabilitetsanalyse, korrelasjonsanalyse og regresjonsanalyse. Analysene vil avdekke hvorvidt undersøkelsen måler variablene på en tilfredsstillende måte og si noe om gyldighet og pålitelighet i studien.

### 4.1 Utvalgets demografi

Kjønnsfordeling viser flere kvinner enn menn, og majoritet (59,3 %) på respondentenes alder ligger på over 85 år, mens aldersgruppen under 76 år er dårlig representert.

Tabell 3: Utvalgets kjønn og alder

	Prosent	Kumulativ prosent
<b>Kjønn</b>		
Kvinne	65,4	65,4
Mann	34,6	100
Total (N=27)	100	
<b>Alder</b>		
Under 66 år	7,4	7,4
66 – 75 år	7,4	14,8
76 – 85 år	25,9	40,7
Over 85 år	59,3	100
Total (N=27)	100	

Respondentene er representert i samtlige intervaller på lengde av oppholdet, som strekker seg fra under 1 måned til over 12 måneder, og 44 % har hatt et opphold på over 12 måneder, mens 12 % har oppholdt seg under 1 måned. De fleste respondentene i undersøkelsen er på et langtidsopphold (69 %). Videre bor rundt 65 % av respondentene i avdelinger hvor det er færre enn 13 beboere.

Tabell 4: Bakgrunnsvariabler om oppholdet på institusjonen

	Prosent	Kumulativ prosent
<b>Varighet på opphold</b>		
Under 1 måned	12	12
1 – 3 måneder	12	24
4 – 6 måneder	8	32
7 – 12 måneder	24	56
Over 12 måneder	44	100
Total (N=27)	100	
<b>Opphold</b>		
Langtidsplass	69,2	69,2
Kortidsplass, ulike årsaker	30,8	100
Total (N=27)	100	
<b>Størrelse på avdeling</b>		
Under 13 beboere	65,4	65,4
13 ≥ beboere	34,6	100
Total (N=27)	100	

### Sansesvikt

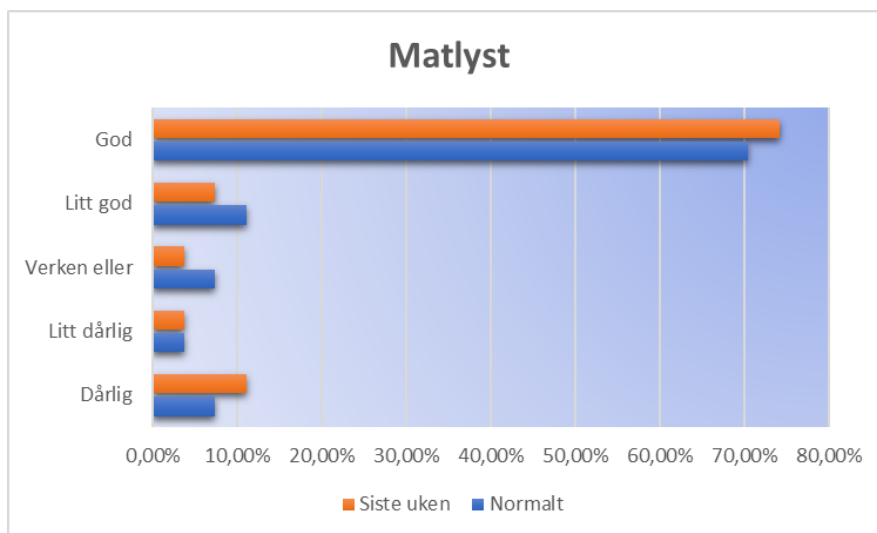
Lukte- og smakssansen er sansene som flest respondenter mente var blitt minst svekket de siste årene, og 74 % oppga at luktesansen var svært lite/lite svekket, mens rundt 78 % mente at smakssansen var svært lite/lite svekket. Hørsel er den sansen flest mente var blitt mye/svært mye svekket (37 %) , mens rundt 30 % opplevde at synet var blitt mye/svært mye svekket.

Tabell 5: Respondentenes opplevelse av sansesvikt

Egenskap	Svært Lite %	Lite %	Noe %	Mye %	Svært mye %	Totalt
Hørsel	33,3	22,2	7,4	25,9	11,1	100 % (N=27)
Syn	37	18,5	14,8	7,4	22,2	100 % (N=27)
Luktesans	63	11,1	14,8	7,4	3,7	100 % (N=27)
Smakssans	59,3	18,5	11,1	3,7	7,4	100 % (N=27)

## Matlyst

Majoriteten av respondentene oppga at de hadde god matlyst. Rundt 70 % oppga at de normalt hadde god matlyst og av disse oppga de fleste (95 %) at matlysten den siste uken var lik det normale. Det er derimot en liten økning for respondenter med god matlyst den siste uken, men forskjellen er ikke signifikant.



Figur 3: Respondentenes egen oppfatning av sin matlyst generelt i løpet av sitt opphold og i løpet av den siste uken

## 4.2 Deskriptiv analyse

### 4.2.1 Totalopplevelse av siste middagsmåltid

Respondentenes middagsmåltid begynte tidligst klokken 15.15 og senest klokken 16.00. Opplevelse av siste middagsmåltid ble målt relativt umiddelbart og senest innen to timer etter at måltidet hadde funnet sted. Indikatorene er mål for min avhengige variabel for totalopplevelse. Indikatoren *behagelig* skårer gjennomsnittlig bedre enn de andre indikatorene og rundt 59 % beskrev opplevelsen som *behagelig*, mens 18,5 % oppga *litt behagelig*, rundt 18 % oppga *verken eller*, mens resterende oppga *litt ubehagelig*. Respondentenes opplevelse av kvalitet og fornøydhet kom jevnt ut og samlet sett oppga nærmere 78 % at de var *litt fornøyd* (22,2 %) eller *fornøyd* (55,6 %), mens 18,5 % var *litt misfornøyd/misfornøyd*. Når det gjelder respondentenes opplevelse av måltidets kvalitet var rundt 81 % jevnt fordelt

mellom *litt god* eller *god* kvalitet, mens 11 % oppga *litt dårlig* eller *dårlig* kvalitet. Rundt 59 % oppga *verken eller* på spørsmål om humøret ble bedre eller dårligere, mens 26% oppga at de ble i *litt* bedre humør. Hvorvidt måltidsopplevelsen var positiv eller negativ er besvart med noe spredning, men nærmere 67 % av respondentene oppga at opplevelsen var *litt* positivt (25,9 %) eller *positiv* (40,7 %), mens rundt 22 % oppga at opplevelsen var *litt negativ/negativ*. Cronbachs alfa for indikatorene er 0,89 som viser tilfredsstillende reliabilitet/intern konsistens.

Tabell 6: Indikatorer for totalopplevelse

Statistikk	Misfornøyd/fornøyd	Kvalitet	Behagelig	Humør	Positivt/negativt
Gj.snitt	4,1	4,1	4,3	3,2	3,8
Median	5,0	4,0	5,0	3,0	4,0
Std.dev	1,3	1,1	0,9	0,8	1,3
Min.verdi	1,0	1,0	2,0	1,0	1,0
Maks.verdi	5,0	5,0	5,0	5,0	5,0
Cronbachs alfa ,887		Gjennomsnittskår for totalopplevelse 3,90			

#### 4.2.2 Rommet – opplevelse av spiseplass

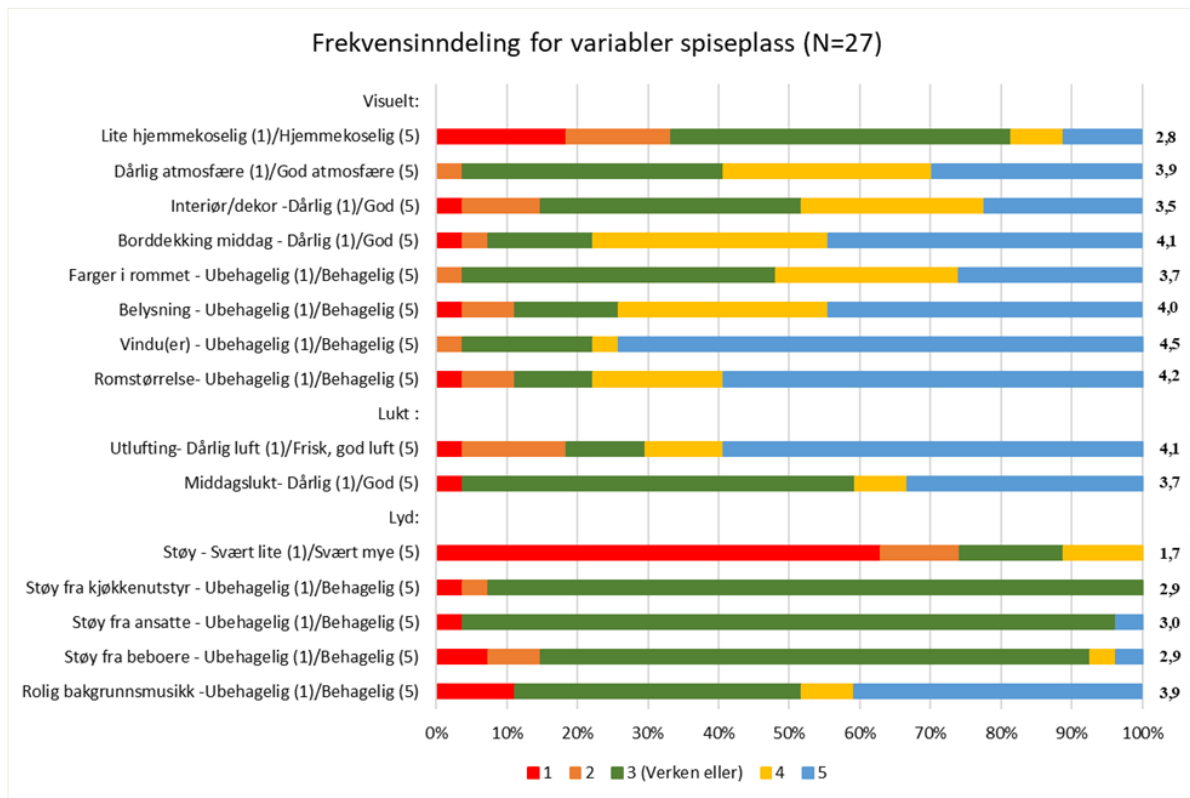
Rundt 74 % av respondentene oppga at de var *litt fornøyd/fornøyd* med spiseplassen, mens i underkant av 4 % oppga at de var *litt misfornøyd*.

Tabell 7: Respondentens fornøydhet med spiseplassen, vurdert på en skala fra 1 (misfornøyd) til 5 (fornøyd)

	Gjennom - snitt	Median	Std.dev	Min. verdi	Maks. verdi
Fornøydhet	4,2	5,0	0,9	2,0	5,0

Synssansen baseres på de visuelle opplevelsene i rommet. Spiseplassen ble av et fåtall (18 %) respondenter betegnet som hjemmekoselig. Nærmere 30 % betegnet spiseplassen som *lite* hjemmekoselig, mens 44 % oppga *verken eller*. Spiseplassens atmosfære fikk positiv aksept hos 6 av 10 respondenter. Vinduer, romstørrelse og borddekking fikk høye gjennomsnittskår,

og nærmere 78 % av respondentene opplevde behagelighet med vinduer (*litt behagelig* 4 % /*behagelig* 74 %). De fleste opplevde spiseplassens størrelse som behagelig og 82 % oppga at størrelsen på rommet var passelig, mens resterende oppga at det var for lite og mer ubehagelig. De som ga lavere skår oppga at rommet var for trangt med hensyn til rullestoler og rullatorer. Interiør og dekor fikk lavere gjennomsnittsskår og respondentene var av noe ulik oppfatning i hvor godt de likte dette, likevel var 48 % positive til spiseplassens interiør og dekor. Fargene i rommet opplevdes mer behagelig (52 %) enn ubehagelig, men i overkant av 44 % oppga *verken eller* på dette spørsmålet.



Figur 4: Frekvensinndeling, respondentenes vurdering av spiseplass. Variablenes gjennomsnittsverdi til høyre

Luktesansen baseres på middagslukt og spiseplassen utlufting, som 7 av 10 respondenter betegnet som *litt god/god*. Middagslukt får lavere gjennomsnittsskår, men nærmere 56 % oppga *verken eller* på dette spørsmålet med begrunnelse av at de ikke kjente noe middagslukt. I underkant av 4 % likte middagslukt *dårlig*, resterende oppga *litt god/god*.



Høresansen baseres på støy og lyd (musikk). Rundt 63 % oppga at de opplevde *svært lite/lite* støy under måltidet mens nærmere 15 % oppga *verken eller*. Resterende var jevnt fordelt mellom *litt/noe* støy. I underkant av 93 % oppga *verken eller* på spørsmål om grad av ubehagelighet/behagelighet av støy fra kjøkkenutstyr/maskiner og fra personalet, mens 78 % oppga det samme på spørsmål om støy fra andre beboere. Det er for øvrig 15 % av respondentene som opplevde støy fra andre beboere som ubehagelig. Samtlige i undersøkelsen oppga at det ikke ble spilt bakgrunnsmusikk under middagsmåltidet. Nærmere 41 % hadde derfor ingen formening om dette og besvarte av den grunn *verken eller* på dette spørsmålet. Men nærmere halvparten av respondentene syntes at rolig bakgrunnsmusikk under måltidet hadde vært behagelig, og ville derfor besvare spørsmålet med dette. Jeg har av den grunn valgt å ta med resultatene fra denne variabelen som en ekstra informativ del av den deskriptive undersøkelsen. Variabelen utgår i videre analyser. Se for øvrig vedlegg 2 for mer deskriptiv statistikk.

Tabell 8: Viser hvor middagen serveres og spises. Rett over halvparten av respondentene hadde spiseplassen sin på kjøkkenet hvor også middagen ble oppvarmet

	<b>Kjøkken</b>	<b>Spisestue</b>	<b>Dagligstue</b>	<b>Annet</b>	<b>Totalt</b>
	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	<b>%</b>	
Spiseplass	51,9	33,3	7,4	7,4	100 % (N=27)

### ***Kvalitative utsagn om spiseplassen***

Selv om majoriteten av respondentene oppgir at de er mer fornøyd enn misfornøyd med spiseplassen kan følgende kommentarer illustrere hvilke forventinger de har til spiseplassen.

*«Sterilt rom - men vi er jo på en institusjon. Fint å se ut av vindu.»*

*«Er ikke kravstor.»*

At respondentene savnet middagslukt og betydningen av middagslukt kom tydelig frem av kommentarene. Flere syntes og at bakgrunnsmusikk under måltidet hadde vært fint, som følgende sitater viser:

*«Savner middagslukt. Musikk hadde vært bra.»*

*«Det lukter lite middag - vet ikke hva det er til middag.»*

«Hadde vært fint med musikk.»

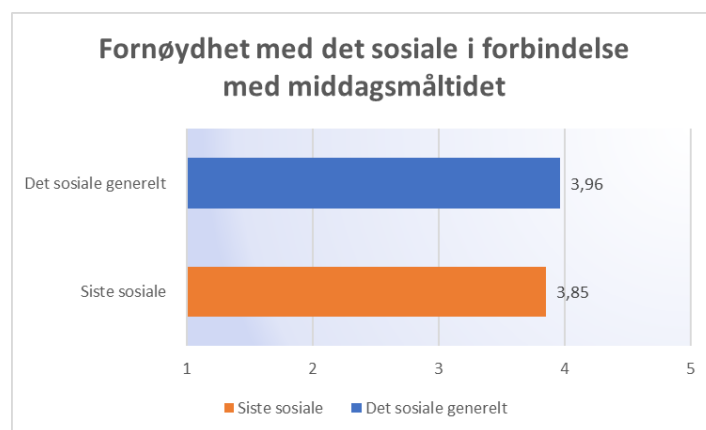
Selv om majoriteten oppga at det var lite støy under måltidet var det noen respondenter som opplevde dette, slik følgende sitater viser:

«Opplevde bråk ved spisebordet fra andre beboere – ble flyttet og det ble bedre.»

«Noen prater mye og det synes jeg er støy.»

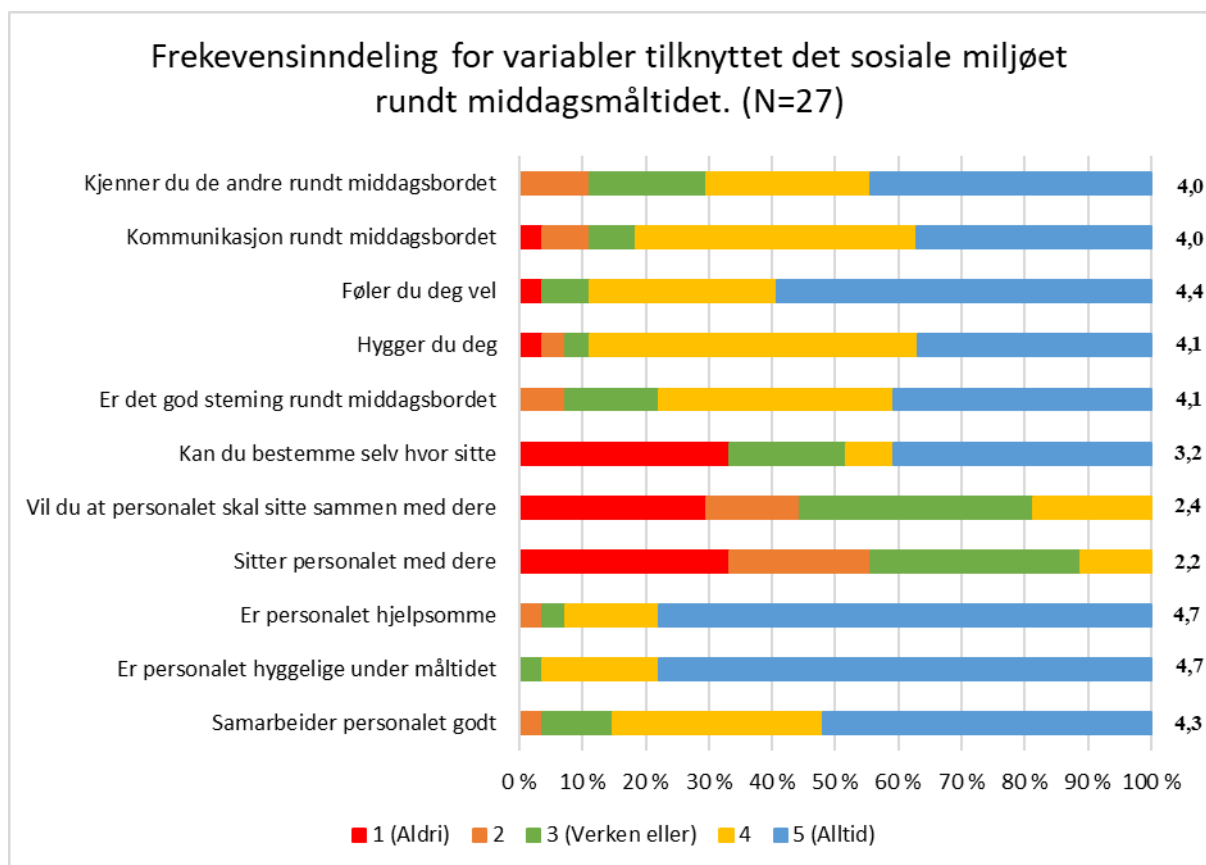
### 4.2.3 Møtet – opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet

Rundt 70 % oppga at de generelt var *litt fornøyd/fornøyd* med det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet og 67 % oppga at de var det i forbindelse med det siste middagsmåltidet, mens nærmere 11 % oppga at de var *litt misfornøyd/misfornøyd* generelt og etter det siste middagsmåltidet. Det er ingen signifikante forskjeller (nivå 0,05) i opplevelse av fornøydhets mellom det sosiale generelt og det siste sosiale tilknyttet middagsmåltidet. Det er derimot en positiv signifikant ( $p < 0.01$ ) og meget sterk (0,83) korrelasjon som betyr at de som skårer høyt på fornøydhets generelt og skårer høyt på fornøydhets med den siste sosiale opplevelsen. Cronbachs alfa er 0.90 og viser derav en god intern reliabilitet. For videre analyser velger jeg å slå sammen variablene for fornøydhets tilknyttet det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet.



Figur 5: Viser respondentenes fornøydhets og gjennomsnittsverdi. Vurdert på en skala fra 1 (misfornøyd) til 5 (fornøyd)

Majoriteten av respondentene opplever at personalet *nesten alltid/alltid* er hyggelige (96 %), hjelpsomme (93 %) og samarbeider godt (85 %). Respondentene var av noe ulik oppfatning hvorvidt de ønsket at personalet *aldri* eller *alltid* skulle sitte sammen med dem under middagen, og om personalet faktisk satt sammen med dem under måltidet. Dette ble videre kommentert med at personalet satt sammen med de som trengte hjelp. Hele 9 av 10 respondenter oppga at de *nesten alltid/alltid* hygget seg og følte seg vel under middagsmåltidet. Videre oppga 8 av 10 at det *nesten alltid/alltid* var god stemning rundt middagsbordet og at de *nesten alltid/alltid* kommuniserte med de andre. Rundt 7 av 10 oppga at de *nesten alltid/alltid* kjente de andre rundt middagsbordet. Hvorvidt respondentene kunne sitte hvor de ville har størst spredning i besvarelse, og 33 % oppga *aldri* mens nærmere 41 % oppga *alltid* på dette. Se for øvrig vedlegg 2 for mer deskriptiv statistikk.



Figur 6: Viser frekvensinndeling, respondentenes vurdering av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet. Variablenes gjennomsnittsverdi til høyre

### ***Kvalitative utsagn om det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet***

Selv om de fleste oppga at personalet var hyggelig og hjelpsomme var der flere som hadde kommentarer om personalet. Det som gikk mest igjen var dårlig bemanning og at de hadde det for travelt.

*«Det er for dårlig bemanning, lite kapasitet til å gi hjelp og til å ta en prat.»*

*«Hvor hyggelig de som jobber her er - det varierer med hvem som er på skiftet.»*

*«Ansatte er travel- ikke bestandig tilstede på spiseplassen etter servering av middagen, og ikke tilstede når man trenger hjelp.»*

*«De som trenger hjelp får det, personalet sitter sammen med dem.»*

Interaksjon mellom beboerne oppfattes som positivt, men det avhenger av hvem man sitter sammen med. Det vil å være individuell variasjon etter som dårlig hørsel og språk kan fremstå som en barriere. Utsagn som spesielt viser dette er:

*«God stemning, men lite prat.»*

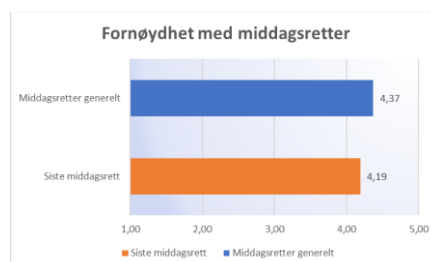
*«Om man føler seg vel å spise med andre, avhenger av hvem man er sammen med.»*

*«Det er vanskelig å prate med de som har dårlig språk.»*

*«Vanskelig å høre hva andre beboere sier.»*

## **4.2.4 Produktet – opplevelse av middag**

Nærmere 85 % oppga at de var *litt fornøyd/fornøyd* med middagene generelt mot 78 % på dagens middagsrett, mens rundt 15 % oppga at de var *litt misfornøyd/misfornøyd*. Det er ingen signifikante forskjeller (nivå 0,05) i forholdet mellom fornøydhet på middagsretter generelt og siste middagsrett.



Figur 7: Viser gjennomsnittsverdi og fornøydhet med middagsrettene. Vurdert på en skala fra 1 (misfornøyd) til 5 (fornøyd)

Det er signifikant ( $p < 0,01$ ) og positiv sterk (0,66) korrelasjon mellom variablene, som betyr at det er en samvariasjon på de som skårer høyt på fornøydhetsmiddag generelt også skårer høyt på fornøydhetsmiddag siste middag. Cronbachs alfa er 0,74 og viser derav en god intern reliabilitet. For videre analyser velger jeg å slå sammen dette til en samlet indikator for fornøydhetsmiddag.

Gjennomsnittsverdier for hvor godt respondentene *likte* egenskaper i middagsrettene ligger fra 3,8 til 4,1, hvor 4 på skala indikerer *litt god*. Middagens utseende anrettet på tallerken og smak på potet fikk best aksept (4,1) i hvor godt respondenten likte middagens egenskaper. Respondenter som mente siste middagsrett var fargerik og bedre skår på utseende. Rundt 78 % syntes at potetene smakte *litt godt/godt* og 70 % oppga at potetens konsistens var passelig. Grønnsakene fikk dårligst aksept (3,8). Rundt 60 % syntes grønnsakene smakte *litt godt/godt* og 67 % oppga at konsistensen var passelig. Når respondentene skulle beskrive hvor godt de likte fiske- og kjøttrettene oppga 37 % at de likte rettene godt. Rundt 7 % oppga at kjøttrettene smakte *dårlig* eller *litt dårlig*, mens 12 % syntes at fiskerettene smakte *dårlig* eller *litt dårlig*. Kjøttet fikk best gjennomsnittskår i konsistens og 70 % oppfattet kjøttet som mørt, mens rundt 50 % oppga at fiskens konsistens var litt saftig/saftig.

Tabell 9: Resultater viser respondentens vurdering av middagsmaten, hvor ikke annet er oppgitt er variablene vurdert på skala fra 1 (dårlig) til 5 (god)

	Gjennom- - snitt	Median	Std.dev	Min. verdi	Maks verdi
<b>Siste middagsrett</b>					
Middagens utseende anrettet på tallerken	4,2	4,0	1,0	2,0	5,0
Farger, fargeløs (1)/fargerik (5)	3,3	3,0	1,1	1,0	5,0
Smak totalt	4,2	5,0	1,1	1,0	5,0
<b>Middagsretter generelt</b>					
Middagens utseende anrettet på tallerken	4,1	5,0	1,2	1,0	5,0
Kjøttretter på smak	3,9	4,0	1,1	1,0	5,0
Fiskeretter på smak	3,9	4,0	1,1	1,0	5,0
Potetene på smak	4,1	5,0	1,3	1,0	5,0
Grønnsakene på smak	3,8	4,0	1,1	1,0	5,0
<b>Konsistens</b>					
Kjøtt, Seig (1)/ Mørt (5)	4,2	5,0	1,1	2,0	5,0
Fisk, Tørr (1)/Saftig (5)	3,7	4,0	1,3	1,0	5,0

Tabell 10: Opplevelse av konsistens på potet og grønnsaker

	Alt for bløt %	Litt for bløt %	Passelig %	Litt for hard %	Alt for hard %	Totalt
Potet	18,5	3,7	70,4	3,7	3,7	100 % (n=27)
Grønnsaker	11,1	11,1	66,7	3,7	7,4	100 % (n=27)

Som det fremkommer i tabell 11 oppga ingen av respondenter at middagsrettene var for salte eller for smakskraftige. Nærmere 67 % oppga at middagsrettene var passelig saltet, mens 33 % oppga *litt lite* eller *for lite*. Smaksstyrke ble av 59 % beskrevet som passelig mens nærmere 41 % oppga at middagsrettene var *litt* eller *alt for* svak på smak. De fleste opplevde at middagsmaten var varm ved servering, men rundt 22 % oppga at middagen var litt kald eller for kald.

Tabell 11: Opplevelse av middagens smaksintensitet og salthet

	Alt for lite %	Litt for lite %	Passelig %	Litt for mye %	Alt for mye %	Totalt
Smaksstyrke	7,4	33,3	59,3	-	-	100 % (n=27)
Salthet	7,4	25,9	66,7	-	-	100 % (n=27)

### ***Kvalitative utsagn om middagen***

Respondentene hadde ulike forventinger og synspunkter til middagen. Følgende sitater om middagsmaten viser dette:

*«Gleder meg til middag. Vet ikke hva det er vi får å spise før vi kommer til bordet.»*

*«Man skal ikke klage, alt er godt. Jeg spiser all mat.»*

*«Det viktigste er at maten smaker godt. Man kan salte maten selv, ikke bra med salt.»*

*«Kan ikke forvente så mye. Maten må ta hensyn til alle.»*

*«Sjelden man sier ifra om det er noe med maten. Vet ikke hva det er til middag i forkant.»*

*«Maten blir litt ensformig. Ønsker mer pynt på middagen, litt grønt.»*

Respondentene hadde synspunkter om fiskematen, spesielt på kvalitet og ferskhet. Et utdrag av følgende sitater illustrerer dette:

«Det er gammel smak av fisken, dårlig kvalitet. Savner stekeskorpe på maten slik som ordentlig stekt fisk.»

«Det er stor variasjon i fiskekvalitet - noen ganger smaker fisken dårlig.»

«Jeg savner ordentlig fiskemat.»

«Jeg savner fersk fisk.»

Det var flest kommentarer knyttet til grønnsakene, og respondentene var opptatte av variasjon, ferskhet og konsistens. Disse synspunktene kan belyses med følgende sitater:

«Det er lite utvalg av grønnsaker, får for det meste gulrot.»

«Det er ikke friske grønnsaker som for eksempel råkost, agurksalat.»

«Ofte ihjelkokte grønnsaker spesielt brokkoli. Jeg savner friske grønnsaker og salat.»

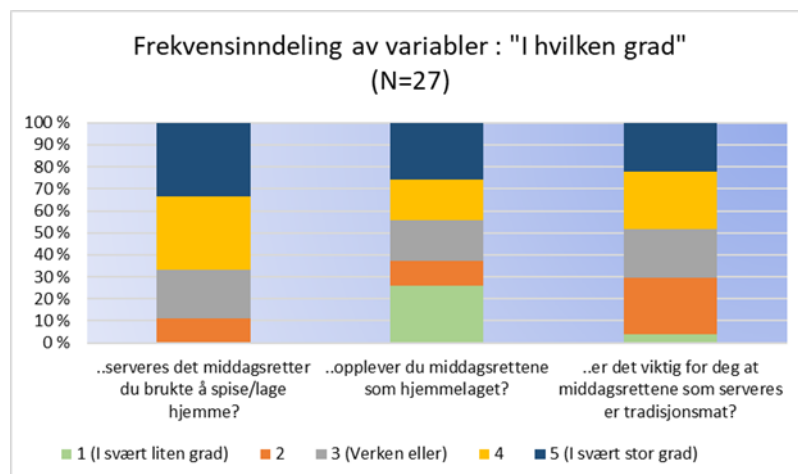
«Stor variasjon mellom for bløt og for hardkokt, og lite utvalg. Ikke friske grønnsaker.»

### **Preferanser, tradisjonsmat og hjemmelaget**

Respondentene fikk spørsmål om i hvilken grad de opplevde å få servert middagsretter de brukte å spise når de bodde hjemme, noe nærmere 67 % oppga at de gjorde. Respondentene var av mer ulik oppfatning på spørsmål om i hvilken grad de opplevde middagsrettene som hjemmelaget, hele skalaen ble brukt og gjennomsnittskår ligger på 3,1 som indikerer *verken* eller på skala. Rundt 48 % mente at det var viktig at middagsrettene var tradisjonsmat, mens 29 % anså dette som mindre viktig.

Tabell 12: Resultater, respondentenes vurdering av middagspreferanser og tradisjonsmat

	Gjennomsnitt	Median	Std.dev	Min. verdi	Maks-verdi
Middagsretter kjent hjemmefra	3,9	4,0	1,0	2,0	5,0
Opplevs middagsrettene som hjemmelaget	3,1	3,0	1,6	1,0	5,0
Viktighet med at middagsrettene er tradisjonellmat	3,4	3,0	1,2	1,0	5,0



Figur 8: Frekvensinndeling, respondentenes vurdering av middagspreferanser og tradisjonsmat

Selv om respondentene oppga at de fikk middagsretter de kjente fra før av, ble rettene nødvendigvis ikke assosiert som hjemmelaget. Heller ikke alle var opptatte av at maten måtte være tradisjonell, noe følgende sitater illustrerer:

*«Samme middagsrett som vi får her ligner ikke på det vi laget hjemme.»*

*«Hadde vært spennende med andre sorter middagsretter.»*

## 4.3 Korrelasjon og regresjonsanalyse

### 4.3.1 Validering av et utvalg begreper

For videre korrelasjon og regresjonsanalyse ønsker jeg at irrelevante variabler elimineres og at variabler som tematisk henger sammen slås sammen. Antall respondenter i undersøkelsen oppfyller ikke kravene til faktoranalyse og jeg støtter meg derfor til Johannessen (2009) som skriver at når det er spørsmål som tematisk henger sammen og det er systematikk i hvordan respondentene har svart kan det være hensiktsmessig å slå disse sammen til én variabel. Jeg velger derfor å slå sammen flere variabler som måler det samme til én variabel, videre fjerne spørsmål som jeg anser har stor andel av *verken eller* besvarelse. Jeg vil ta mine vurderinger ut ifra den deskriptive analysen, intern reliabilitet (Cronbachs alfa) og normalfordeling. Jeg har videre gjennomført Pair -Sample-t-Test der det er aktuelt.



### ***Spiseplass***

Cronbachs alfa viser 0,727 for spørsmålene knyttet til spiseplass og viser derav en god intern reliabilitet. Jeg fjerner «rolig bakgrunnsmusikk» fordi dette ikke er en aktuell måleparameter for spiseplass og Cronbachs alfa øker til 0,748. På grunn av normalfordeling og stor andel *verken eller* besvarelse og intern reliabilitet fjernes «støy fra maskiner og utstyr», «støy fra andre beboerne» og «støy fra personell» Cronbachs alfa øker til 0,772. Videre inndeler jeg variablene i faktorene visuelt, lukt og støy. For lukt og støy er faktorene ikke reliable med hensyn til Cronbachs alfa. For faktor lukt har jeg vurdert variablene ut ifra normalfordeling og frekvensen av besvarelse, og vurdert det slik at disse er variabler av betydning. For støy har jeg kun en variabel (reversert variabel grad av støy) fordi andre variabler ikke var innenfor kriterier til normalfordeling eller hadde en høy andel av *verken eller* besvarelser.

Tabell 13: Faktorer for videre analyse av spiseplass

<b>Faktor</b>		<b>Gj.snitt</b>	<b>Cronbachs alfa</b>
Visuelt	Atmosfære + hjemmekoselig + farger + interiør + bordekkning + belysning + vindu + romstørrelse	3,84	,728
Lukt	Utlufting + middagslukt	3,87	,086
Støy/lyd	Grad av støy (reversert)	4,30	-

### ***Det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet***

Cronbachs alfa viser 0,629 for spørsmålene knyttet til det sosiale og viser derav en noe lav intern reliabilitet. Denne kan økes til 0,692 ved å fjerne «vil du at personalet skal sitte sammen med dere» og ytterligere til 0,749 ved fjerne «kan du selv bestemme hvor du vil sitte» med og til 0,819 ved å fjerne «sitter personalet sammen med dere». Jeg inndeler variablene i faktorene «personalet og service», og «interaksjon beboere».

Tabell 14: Faktorer for videre analyser av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet

<b>Faktor</b>		<b>Gj.snitt</b>	<b>Cronbachs alfa</b>
Personalet og service	Hjelpsomme + hyggelig + samarbeider godt	4,58	,810
Interaksjon beboere	Hygge seg + god stemning + føle seg vel + kommunikasjon + kjenner de andre	4,15	,742

### ***Middag***

Cronbachs alfa viser 0,885 for variablene tilknyttet middag (egenskaper vurdert på JAR-skala og farge er utelatt) som er over den brukbare nedre grense for tilfredsstillende reliabilitet på 0,7 og viser derav en god intern reliabilitet. Men videre analyser viser at «er det viktig at middagen er tradisjonell» bør vurderes, og når Cronbachs alfa kan økes til 0,901 ved å fjerne denne variabelen velger jeg å gjøre det. Variablene tilfredsstiller krav til normalfordeling men er ikke perfekte fordelte.

Fordi variablene vurdert på JAR-skala (temperatur, smaksintensitet, konsistens for potet og grønnsaker) og farge er benyttet som tilleggsinformasjon i den deskriptive analysen, og heller ikke gi sammenlignbare verdier tas disse ikke med for videre analyser. Jeg inndeler variablene i faktorene utseende, smak, konsistens og preferanse.

Tabell 15: Faktorer for videre analyser av middag

<b>Faktor</b>		<b>Gj.snitt</b>	<b>Cronbachs alfa</b>
Utseende	Utseende siste middagsrett + utseende generelt	4,13	,792
Smak	Smak siste middagsrett + smak fiskeretter + smak kjøttretter + smak potet + smak grønnsaker	3,97	,780
Konsistens	Konsistens fisk + konsistens kjøtt	3,96	,788
Preferanse	Hjemmelaget + kjente middagsretter	3,48	,574

### **4.3.2 Korrelasjonsanalyse**

Korrelasjonsanalyse utføres for å vurdere diskriminant validitet, altså for å undersøke om det er for stor samvariasjon mellom variablene. Tabellene 16-18 viser relasjonene og hvordan de ulike variablene korrelerer med hverandre. Kravet til diskriminant validitet er at ingen av variablene korrelerer høyere enn 0,9 (Ringdal,2013).

For spiseplassen er det positive korrelasjoner mellom alle faktorene. Lukt og støy korrelerer positiv men ikke signifikant. Resterende har signifikante korrelasjoner på nivå 0,01 og nivå 0,05. Sterkest signifikant ( $p < 0,01$ ) er korrelasjon mellom fornøydhet og det visuelle (0,67). Det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet har positive korrelasjoner mellom faktorene, men det er ikke - signifikante korrelasjoner mellom fornøydhet og personalet/service.

Korrelasjon mellom interaksjon beboere og fornøydhhet, og mellom beboere og personell er begge like sterke (0,58) og signifikant ( $p < 0,01$ ). Når det gjelder den siste uavhengige variabelen middag korrelerer alle faktorene positivt signifikant, men utseende og fornøydhhet er sterkest (0,91) korrelert signifikant ( $p < 0,01$ ).

Tabell 16: Korrelasjonsmatrise for spiseplass

	1	2	3	4
Fornøydhhet spiseplass	1	,699**	,468*	,468*
Visuelt totalt	,699**	1	,409*	,583**
Lukt totalt	,468*	,409*	1	,363
Støy totalt (reversert skala)	,468*	,583**	,363	1

\*\*Korrelasjonen er signifikant på 0,01 nivå (2-tailed)

\*Korrelasjonen er signifikant på 0,05 nivå (2-tailed)

Tabell 17: Korrelasjonsmatrise for det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet

	1	2	3
Fornøydhhet sosialt	1	,237	,580**
Personalet/service	,237	1	,578**
Interaksjon mellom beboere	,580**	,578**	1

\*\*Korrelasjonen er signifikant på 0,01 nivå (2-tailed)

\*Korrelasjonen er signifikant på 0,05 nivå (2-tailed)

Tabell 18: Korrelasjonsmatrise for middag

	1	2	3	4	5
Fornøydhhet middag	1	,906**	,634**	,811**	,541**
Utseende totalt	,906**	1	,692**	,794**	,542**
Konsistens totalt	,634**	,692**	1	,697**	,442*
Smak totalt	,811**	,794**	,697**	1	,761**
Preferanse totalt	,541**	,542**	,442*	,761**	1

\*\*Korrelasjonen er signifikant på 0,01 nivå (2-tailed)

\*Korrelasjonen er signifikant på 0,05 nivå (2-tailed)

For spiseplass og det sosiale miljøet overstiger ingen korrelasjonene den kritiske grensen på 0,9 for multikollinearitet. Jeg kan dermed si at kravet til diskriminant validitet er oppfylt, faktorene validerer for videre regresjonsanalyse. For middag har jeg to sterke korrelasjoner mellom fornøydhhet og utseende, og mellom fornøydhhet og smak. Høy korrelasjon kan føre til

multikollinearitet og at kravet til diskriminant validitet ikke oppfylles. Jeg sjekker derfor *Variance Inflation Factor* (VIF) som bør være under 10, mine VIF-verdier for smak er 5,3 og for utseende 3,0 hvilket reduserer mulige problemer for multikollinearitet. Jeg velger derfor å ta disse med for videre regresjonsanalyse.

### 4.3.3 Regresjonsanalyse

For å teste relasjonen mellom variablene gjennomføres en lineær regresjonsanalyse. Dette ved å bruke de validerte variablene samt korrelasjonsanalysen. Som tidligere nevnt gjennomføres flere regresjonsanalyser. Den første regresjonsanalysen tester faktorer tilknyttet spiseplass (*rommet*) mot fornøydhet spiseplass. Den andre regresjonsanalyse tester faktorer tilknyttet det sosiale miljøet (*møtet*) mot fornøydhet av det sosiale miljøet, videre utføres regresjonsanalyse av faktorer tilknyttet middag (*produkt*) mot fornøydhet av middag. I den siste regresjonsanalysen testes de ikke-eliminerte faktorene for spiseplass, det sosiale miljøet og middag mot avhengig variabel totalopplevelse.

Regresjonsanalyse for spiseplass viser at visuelle sanseopplevelse i rommet har mest signifikant ( $p < 0,01$ ) å si for fornøydhet. Beta-verdien viser en positiv styrke ( $,58$ ) og hvis det visuelle øker, så øker fornøydhet. Nærmere 47 % av endringer i fornøydhet kan spores til de visuelle opplevelsene i rommet som er basert på synssansen. Lukt og støy har ingen forklaringskraft. Korrelasjonsanalysen viser signifikante korrelasjoner som vil si at lukt og støy er viktige faktorer men ikke avgjørende for å forklare variasjon i fornøydhet på spiseplassen.

Tabell 19: Regresjonsanalyse: Hva forklarer opplevelsen av spiseplass

	Beta-verdi	t-verdi	sig
Lyd/støy (reversert)	,052	0,292	,773
<b>Det visuelle totalt</b>	<b>,582</b>	<b>3,192</b>	<b>,004</b>
Lukt totalt	,211	1,326	,198
<b>Modellens forklaringskraft: <math>R^2 = 0,468</math></b>			

Regresjonsanalyse for det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet (*møtet*) viser at interaksjon mellom beboere har mest signifikant ( $p < 0,01$ ) å si for fornøydhet. Beta-verdien

viser en positiv styrke (.67) og hvis interaksjon mellom beboere øker, så øker fornøydhet. Nærmere 30 % av endringer i fornøydhet kan spores til interaksjon mellom beboere.

Korrelasjonsanalysen viser at personalet/service har en positiv og signifikant korrelasjon med interaksjon mellom beboere, og er således viktige egenskaper men ikke avgjørende for å forklare variasjon i fornøydhet.

Tabell 20: Regresjonsanalyse: Hva forklarer opplevelsen av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet

	Beta-verdi	t-verdi	sig
Personalet/service	-,148	-0,736	,469
<b>Interaksjon mellom beboere</b>	<b>,665</b>	<b>3,300</b>	<b>,003</b>
<b>Modellens forklaringskraft: R<sup>2</sup> = 0,296</b>			

Regresjonsanalyse for middag (*produktet*) viser signifikant at utseende ( $p < 0,01$ ) og smak ( $p < 0,1$ ) har mest å si for fornøydhet av middag. Beta-verdi for utseende (.72) og for smak (.36) viser begge en positiv styrke, men med mest forklaringskraft hos utseende. Hvis smak og utseende øker, så øker fornøydhet. Rundt 82 % av endringer i fornøydhet kan spores til utseende og smak. Korrelasjonsanalysen viser at konsistens og preferanse har en positiv og signifikant korrelasjon, og er således viktige egenskaper men ikke avgjørende for å forklare variasjon i fornøydhet.

Tabell 21: Regresjonsanalyse: Hva forklarer opplevelsen av middag

	Beta-verdi	t-verdi	sig
<b>Utseende totalt</b>	<b>,723</b>	<b>4,991</b>	<b>,000</b>
Konsistens totalt	-,076	-0,620	,542
<b>Smak totalt</b>	<b>,359</b>	<b>1,875</b>	<b>,074</b>
Preferanse totalt	-,090	-0,689	,498
<b>Modellens forklaringskraft: R<sup>2</sup> = 0,821</b>			

#### 4.3.4 Hva forklarer totalopplevelsen av middagsmåltidet?

For analyse av hvilke av de uavhengige variablene som i størst grad bidrar til totalopplevelsen av middagsmåltidet har jeg eliminert sammenhengene som ikke bidro signifikant innenfor spiseplass, det sosiale miljøet og middag. Det er for øvrig en sterk korrelasjon mellom middag og totalopplevelse, men VIF-verdi er 1 som indikerer liten fare for multikollinearitet.

Tabell 22: Korrelasjonsmatrise mellom de sentrale begreper i analysemodellen

	1	2	3	4
<b>Totalopplevelse måltid</b>	1	,445*	,375	,820**
<b>Spiseplass (rommet)</b>	,445*	1	,580**	,441*
<b>Det sosiale miljøet (møtet)</b>	,375	,580**	1	,560**
<b>Middag (produkt)</b>	,820**	,441*	,560**	1

\*\*Korrelasjonen er signifikant nivå 0,01 (2-tailed)

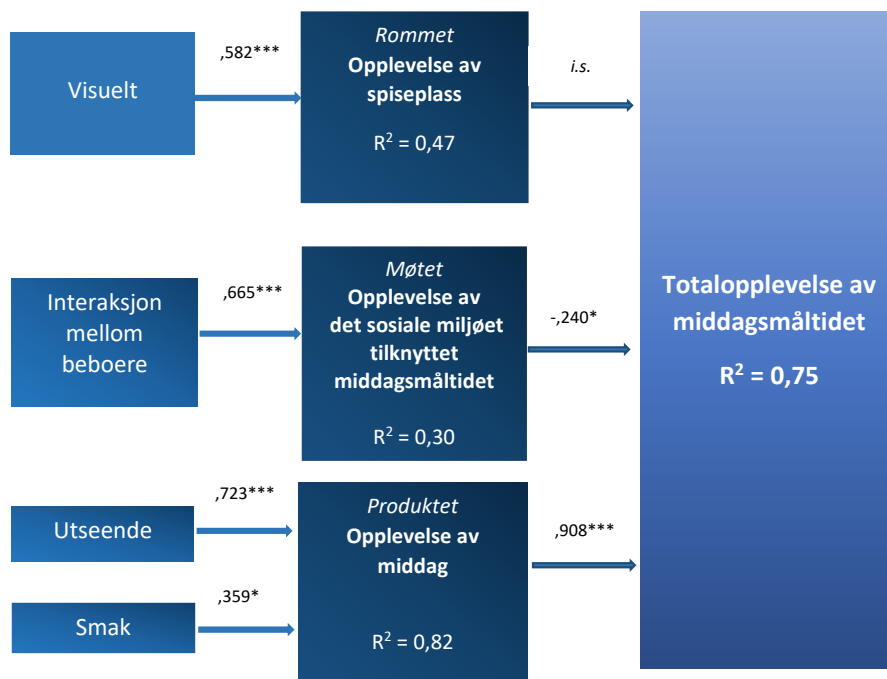
\*Korrelasjonen er signifikant nivå 0,05 (2-tailed)

Resultatene fra regresjonsanalysen viser at nærmere 75 % av de totale endringene i totalopplevelse middagsmåltidet kan best forklares av middag (utseende og smak) og det sosiale miljøet (interaksjon mellom beboere). Middag har en positiv signifikant ( $p < 0,01$ ) og meget sterk beta-verdi ( $,91$ ). Videre er det sosiale miljøet signifikant ( $p < 0,1$ ) med negativ beta-verdi ( $-,24$ ). Dette vil si at middag (*produktet*) har en sterk positiv effekt på totalopplevelse av middagsmåltidet mens det sosiale miljøet (*møtet*) har en svakere men negativ effekt.

Tabell 23: Regresjonsanalyse: Hva forklarer totalopplevelsen av middagsmåltidet

	Beta-verdi	t-verdi	sig
Spiseplass (rommet)	,194	1,578	,128
<b>Det sosiale miljøet (møtet)</b>	<b>-,240</b>	<b>-1,803</b>	<b>,085</b>
<b>Middag (produkt)</b>	<b>,908</b>	<b>7,563</b>	<b>,000</b>
<b>Modellens forklaringskraft: <math>R^2 = 0,747</math></b>			

Figur 9 summerer resultatene for sammenhengene mellom de mest sentrale (signifikante) begreper i min analysemodell. Modellen er basert på resultatene fra regresjons- og korrelasjonsanalysene. Relasjonene som ikke bidrar til signifikans er ekskludert i den modifiserte modellen.



Figur 9: Modifisert modell med signifikante effekter.

\*\*\*signifikant  $p < 0,01$

\*\*signifikant  $p < 0,05$

\*signifikant  $p < 0,1$

## 5 Diskusjon og implikasjoner

I dette kapitlet drøftes hvorvidt resultatene som kommer frem av analysen er sammenfallende med teorien eller ikke, og mulige årsaker til at eventuelle resultater avviker fra teorigrunnlaget mitt. Avslutningsvis diskuteres praktiske implikasjoner og svakheter ved studiet.

Formålet med denne oppgaven var å undersøke hvilke faktorer som har betydning for beboernes totale opplevelse av middagsmåltidet på sykehjem/helseinstitusjon, med fokus på sanser og sanseintrykk. Som faglig referanseramme for min analyse tok jeg utgangspunkt i modellen «Five Aspects Meal Model» som ble benyttet for å vurdere aspekter i måltidsituasjon (Gustafsson et. al., 2006). Modellen inndeler måltidet i aspektene *rommet* som er hvor måltidet inntas, aspektet *møtet* som henviser til sosiale interaksjoner tilknyttet måltidet, og aspektet *produktet* som henviser til det som konsumeres (ibid). I denne studien er *rommet* institusjonens spiseplass som er de fysiske omgivelsene. *Møtet* relateres til det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet som er de sosiale omgivelsene. *Produktet* relateres til middag som er mitt overordnet begrep, jeg har videre brukt underordnede begreper som for eksempel middagsmat og middagsretter. Teori og empiri som omhandler faglige begreper relatert til sanser, de fysiske- og sosiale omgivelsene, og middag ble brukt til å utforme en analytisk begrepsmodell. Selve operasjonaliseringen av alle spørsmålene er basert på tidligere studier og tilpasset min studie.

Undersøkelsen tar for seg beboernes generelle opplevelse av middagsmåltidet som de har hatt i løpet av sitt opphold. For å sikre meg respondenten umiddelbare kognitive, affektive og emosjonelle vurderinger knyttet til spørsmål om totalopplevelse valgte jeg å stille disse spørsmålene rett etter at middagsmåltidet hadde funnet sted.

### 5.1 Diskusjon av studiens sentrale funn

Sentrale funn i denne studien viser at de visuelle opplevelsene i rommet har sterkest signifikant effekt på spiseplassen. Den sosiale interaksjon mellom beboere har sterkest signifikant effekt på opplevelsen av det sosiale miljøet, og utseende og smak har sterkest signifikant effekt på opplevelsen av middagen. Videre viser det seg at opplevelsen av middag



har sterkest positiv signifikant effekt på totalopplevelsen av middagsmåltidet, mens det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet har svak signifikant negativ effekt på totalopplevelsen av middagsmåltidet. Spiseplassen har ingen signifikant effekt på totalopplevelse av middagsmåltidet. I det følgende diskuteres studiens sentrale funn nærmere.

### **5.1.1 Betydningen av sanser og sanseinntrykk for opplevelsen av middagsmåltidet**

Ut ifra min teoretiske gjennomgang forventet jeg at alle sansene ville bidra i ulik grad til opplevelsen av middagsmåltidet. Synssansen er gjeldene for opplevelse av spiseplass, middag og det sosiale miljøet, mens smakssansen er viktig for middagen. Resultatet viser at det er synssansen og egenskaper innenfor synsinntrykk som har størst signifikant forklaringskraft av sansene. Både i de visuelle opplevelsene av spiseplassen og middagens utseende, men synssansen kan tilskrives som gjeldene for beboernes interaksjon i forbindelse med det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet. Dette kan stemme med teorien som sier at førsteinntrykket oftest skjer via synssansen som er den dominerende sansen (Hultén, 2011; Krishna, 2012; Lin, 2004). Nærmere 70 % av sanseopplevelsene kan tilskrives synssansen (Sand et. al., 2014), men synssansen reduseres med alderdom (Doets og Kremer, 2016). Hvilket bekreftes i studien min hvor 45 % av respondentene oppga at synssansen var blitt redusert sammenlignet mot tidligere år. Dette har betydning for hvordan de visuelle egenskapene tilknyttet middagsmåltidet er tilrettelagt, som for eksempel belysning og fargekontraster.

Resultatene viser for øvrig at i en måltidsituasjon blir alle sansene brukt. Syn, lukt og hørsel benyttes i sansing av rommet. For det sosiale miljøet er syn og hørsel viktig for interaksjon mellom beboere, og mellom beboere og personell. I opplevelsen av middag er alle sansene involvert. I tillegg til synssansen vil smaksopplevelsen påvirkes av middagens lukt, konsistens og lyd (Krishna, 2012; Bergslien, 2015). Sansene fungerer individuelt, men det ferdig tolkede resultatet vil ofte fremstå som én opplevelse hvor det kan være vanskelig å skille de enkelte sanseopplevelsene fra hverandre. Teorien sier at multisensorisk markedsføring handler om at stimulering av alle sansene gir de beste opplevelsene (Hultén, 2011). Men individet kan ikke prosessere alle inntrykk og informasjon fra alle sansene samtidig (Krishna, 2012). Dette kan muligens knyttes til at noen av faktorene i middagsmåltidet bidrar til sterkere stimuli enn andre og derav blir mest dominerende i den gitte situasjon, fordi sansecellene krever sterk nok

stimuli til å sette i gang en sanseopplevelse (Bergslien, 2015). Sansetap blant eldre er dokumentert og det kan derfor være at sansecellene trenger sterkere stimuli for å registrere hendelsen. I overkant av 44 % opplevde at høresansen var blitt redusert, mens lukte- og smakssansen opplevdes som de minst reduserte.

### **5.1.2 De visuelle sanseopplevelsene har mest betydning for opplevelsen av spiseplassen**

Nærmere 47 % av endringer i rommet kan forklares av de visuelle opplevelsene av spiseplassen. Vinduene på spiseplassen fikk best aksept av egenskapene, og de fleste respondentene opplevde vinduer og belysning som behagelig. Tidligere studier viser at naturlig lys og behagelige lyskilder påvirker individet positivt (Lin, 2004; Wohlfarth, 1984). Det kan derfor virke som om lyset i rommet har stimulert beboerne på en positiv måte. Størrelsen på spiseplassen fikk god aksept, og ble hovedsakelig ble betegnet som behagelig og passelig på størrelse. Respondenter som opplevde rommet ubehagelig oppga at rommet var for lite av praktiske årsaker og begrunnet det med dårlig plass til rullestoler og rullatorer, og trangt mellom sitteplasser. Dette støttes opp av teorien som hevder at et lite rom kan forårsake misnøye hvis det blir for trangt (Mossberg, 2007).

Fargene i rommet opplevdes mer behagelig enn ubehagelig, men svært mange svarte at de ikke hadde tenkt over fargene i rommet. Dette kan skyldes at fargene kommer i bakgrunnen av andre egenskapene synssansen fanger opp i rommet. Sett på en annen side indikerer dette at fargene i rommet ikke innbyr til stress, irritasjon og frustrasjon hos respondentene (Belizzi et. al., 1983; Steinbo, 2006).

De fleste respondentene likte atmosfæren i rommet, mens andre ikke hadde noen formening om dette. Teorien sier at atmosfæren i rommet påvirker kundenes følelsesmessige sinnsstemning, noe som kan føre til enten økt eller minsket tilfredshet (Mossberg, 2007). På grunnlag av dette kan det tyde på at rommets atmosfære har stimulert de fleste respondentene på en positiv måte.

Hvorvidt respondentene opplevde spiseplassene som hjemmekoselig varierte i besvarelse, dette kan forklares med at 14 spiseplasser ble vurdert, samt respondentenes ulike preferanser

for hva som betegnes for hjemmekoselig. Det samme gjelder for rommets interiør og møbler. Derimot fikk bordets pådekking til middag god aksept og gjennomsnittskår. Dette kan tolkes dit hen at det ikke trenger å se hjemmekoselig ut eller at man liker interiøret, men at faktorer som at rommet gjenspeiler en god atmosfære, har passelig størrelse, behagelig belysning og vinduer, samt et pent dekket bord er viktigere. På en annen side kan det være at respondentene ikke har forventinger eller setter krav til hvor fint og koselig spiseplassen bør være på grunn av den situasjonen de er i. Dette kan illustreres i utsagnene: «*Er ikke kravstor*» og «*Sterilt rom, men vi er jo på en institusjon.*»

Resultatet viste at støy og lukt ikke kan forklare variasjon i opplevelse av spiseplassen. Det er moderat signifikant korrelasjon mellom støy og fornøydhet, og mellom støy og de visuelle opplevelsene av rommet. En mulig årsak til dette er at respondentene oppga at de opplevde svært lite støy under måltidet. Lukt i rommet korrelerer signifikant positivt og moderat med fornøydhet og det visuelle i rommet. Utlufting får god aksept og svært få respondenter oppga at spiseplassen bar preg av dårlig luft. Jeg hadde forventet at middagslukkt ville ha mere betydning for opplevelsen av spiseplassen. En årsak til at matlukkt skårer lavt, er at svært mange av respondentene oppga at det var lite/ingen middagslukkt i rommet. De savnet lukt av middag og opplevde middagslukkt som positivt. Mangel på middagslukkt kan muligens forklares med at middagen leveres i tett emballasje og blir oppvarmet i denne. Duftkomponentene som forbindes med middagslukkt frigis i det emballasjen åpnes og middagen anrettes på tallerkener. Dette kan forårsake at terskelverdiene som må til for at en stimulering skal skje ikke oppnås (Bergslien, 2015). Dette gjelder spesielt for de som spiste middag adskilt fra kjøkkenet (hvor middagen ble oppvarmet). I tillegg viser forskning av luktesansen svekkes ved økt alder (Hirota et.al., 2000).

### **5.1.3 Sosial interaksjon mellom beboere har mest betydning for opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet**

Nærmere 30 % av endringer i det sosiale miljøet kan forklares av sosial interaksjon mellom beboere. Majoriteten av respondentene oppga at de nesten *alltid/alltid* følte seg vel og at hygget seg under måltidet. Dette støtter opp teorien om at sosiale normer påvirker spisesituasjon som blant annet påvirker hvordan man liker maten (Higgs, 2015). Den

normative sosiale påvirkningen er spesielt sterk i spisesituasjon med mennesker man ikke kjenner. Generelt sett spiser personer i en gruppe mer enn personer som spiser alene. I studien spiste de fleste respondentene middag sammen.

Resultatet viste at interaksjon mellom personell og beboer ikke kan forklare variasjon i opplevelse av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet. Men det er en positiv signifikant korrelasjon mellom personalet/service og interaksjon mellom beboere. Det kan derfor tenkes at personalets service påvirker beboernes interaksjon seg imellom positivt. Respondentene i undersøkelsen oppga at personalet nesten *alltid/alltid* samarbeidet godt, og at de var hyggelige og hjelpsomme. Teorien sier at interaksjon mellom kunder og personell har stor betydning for tilfredshet i konsum av tjenester (Solomon et. al., 1985), og at møtet mellom personalet og gjest er viktig for gjestens fornøyelse (Gustafsson, 2004; Mossberg, 2007).

#### **5.1.4 Utseende og smak har mest betydning for opplevelse av middag**

Rundt 82% av endringer i produktet kan forklares av utseende og smak. Utseende og smak har positiv signifikant korrelasjon mellom samtlige faktorer. Utseende fikk best aksept og har størst forklaringskraft for opplevelse av middag. Respondentene likte middagens utseende anrettet på tallerken, Teorien sier at matens utseende og presentasjon er viktig for måltidsopplevelsen (Watz, 2008; Zellner et.al., 2010). Det tyder derfor på at middagens utseende har gitt beboerne en positiv opplevelse.

I en spisesituasjon er smak en kombinasjon av flere sanser og matens aksept avhenger av om respondenten synes det smaker godt eller ikke. Smak er den viktigste sensoriske egenskapen for matens aksept (Bergslien, 2015). Siden utseende har fått noe bedre aksept enn smak kan det tenkes at respondentene opplever at middagsrettene ser bedre ut enn de smaker.

Gjennomsnittskår for smak ligger fra 3,8 til 4,1 hvor skår på 4 betyr *litt god* på en skala fra 1 til 5. Middagens smaksstyrke og salthet ble av majoriteten vurdert rundt optimal, men rundt 40 % oppga at middagsmaten kunne ha hatt mer smaksstyrke. Dette kan skyldes at middagsmaten i utgangspunktet smaker lite, eller at respondentens lukte og smakssansen er blitt noe redusert. Smaksmessig fikk potetene best aksept, mens grønnsaker fikk dårligst. Grønnsakene fikk mange negative kommentarer angående svært bløt og varierende

konsistens, lite variasjon i utvalg og mangel på friske og ferske grønnsaker. Kjøtt og fiskeretter kom relativt jevnt ut, men fiskerettene fikk flest negative kommentarer som omhandlet dårlig fiskekvalitet og lite variasjon. De smaksmessige vurderingene er sammenfallende med resultater som kom frem i lignende undersøkelse blant beboere på somatiske sykehjem i Østfold (Aagaard, 2010). Dette kan tyde på at kvalitet, variasjon og ferskhet på grønnsaker og fisk er viktige egenskaper for middagsmatens grad av aksept.

Resultatet viser at konsistens og preferanse ikke kan forklare variasjon i opplevelsen av middag, men det er positive signifikante korrelasjoner mellom samtlige faktorer, spesielt til smak. Dette kan forklares med at smaksopplevelsen påvirkes av produktets konsistens (Bergslien, 2015) og preferanse (Bugge, 2005; Doets og Kremer, 2016). For eksempel at kjøttet er passelig mørt, middagsretten er kjent fra før av og at smaken minner om hjemmelaget.

### **5.1.5 Totalopplevelse av middagsmåltidet**

Med utgangspunkt i analysemodellen antar jeg at spiseplass (*rommet*), det sosiale miljøet (*møtet*) og middag (*produktet*) er positivt relatert til totalopplevelse av middagsmåltidet. Resultatene fra analysen viser at middag og det sosiale miljøet har signifikant effekt på totalopplevelse av middagsmåltidet, mens spiseplass ikke er signifikant knyttet til totalopplevelse. Resultatene fra analysene viser viktigheten av å anerkjenne beboerens oppfatning av middagsmåltidet, da det har en effekt på totalopplevelse. Middag og det sosiale miljøet forklarer 75 % av variansen i totalopplevelse av middagsmåltidet. Selv om modellen har stor forklaringskraft, er det også andre dimensjoner som bidrar til å forklare beboernes totalopplevelse.

Resultatet viser at i forbindelse med middagsmåltidet er middagsmaten som konsumeres det viktigste. Omgivelsene kan sette rammer rundt måltidet (Bitner, 1992; Mossberg, 2007), påvirke matens aksept (Meiselman et.al., 2000; Edwards et. al., 2003) og respondentenes kognitive og emosjonelle tilstand (Mossberg, 2007; Oliver, 2010), men har ikke avgjørende effekt på totalopplevelse av middagsmåltidet. En mulig årsak er at måltidsituasjon på institusjon handler mindre om den hedoniske opplevelsen men mer om å tilfredsstille et behov

om å bli mett og/eller oppnå inntak av nok næring. En annen mulig årsak kan være at respondentene er så fornøyde med maten at de andre faktorene kommer i bakgrunnen.

Opplevelsen av det sosiale miljøet har negativ effekt på totalopplevelse av middagsmåltidet. Årsakene til dette kan være at under middagsmåltidet er beboerne opptatte med å konsentrere seg om å spise middagen, enn å involvere seg med de andre beboerne. Flere studier viser at matinntak og tiden man bruker på å spise øker ved antall personer rundt bordet, men effekten er størst når familiemedlemmer og venner er tilstede under måltidet (Bell og Pliner, 2003; Sommer og Steele, 1997). Det kan derfor tenkes at selv om det er god stemning og matinntaket øker når flere sitter sammen, hadde den sosiale interaksjon vært viktigere med venner og familie tilstede. Det sosiale miljøet har en positiv og signifikant korrelasjon mellom spiseplass og mellom middag, mens det mellom totalopplevelse viser en ikke-signifikant og svakere korrelasjon. Gjennomsnittskår for interaksjon mellom beboere er på 4,2. På bakgrunn av dette ser det ut til at interaksjon mellom beboere er en sentral del av opplevelsen, men at det ikke nødvendigvis bidrar til økt totalopplevelse av middagsmåltidet. Det kan likevel tenkes at interaksjon mellom beboere er et viktig element for å skape en god opplevelse.

Ut ifra teorien hadde jeg forventet at spiseplass ville ha en positiv effekt på totalopplevelse. Resultatet fra regresjonsanalysen viser at spiseplass ikke har en signifikant effekt på totalopplevelse. På bakgrunn av dette er det altså ikke mulig å si noe om sammenhengen mellom rommet og totalopplevelse for middagsmåltidet. En årsak kan være at spiseplassen er for udefinert eller ikke har noen appellerende effekt, og dermed ikke klarer formidle de rette følelsene og inntrykkene til respondenten (Mossberg, 2007). En annen mulighet er at middag og det sosiale miljøet oppfattes som «utmerket» og dette vil derfor dominere over spiseplassen (Wall og Berry, 2007).

## 5.2 Praktiske implikasjoner

Resultatene i denne studien kan bidra med kunnskap som kan være til hjelp for de som jobber med utforming av mat og måltidsmiljø på institusjoner, og ansatte på institusjoner som til daglig jobber med måltidene og har kontakt med beboerne.

De fleste respondentene i denne studien hadde god matlyst og var generelt mer fornøyde enn misfornøyd med middagsmåltidet. Men institusjonene kan tilrettelegge for bedre opplevelser av middagsmåltidet, spesielt med hensyn til alle de som ikke oppfylte inklusjonskriteriene for deltagelse i undersøkelsen. Institusjonen bør definere målene for middagsmåltidet og hvordan middagsmåltidet best mulig kan tilfredsstillе beboernes sult- og ernæringsmessige behov.

Litteraturen beskriver at rommets utforming, de sosiale interaksjonene, samt matens aksept basert på sensoriske egenskaper som lukt, lyd, smak, konsistens og utseende er viktige faktorer for måltidsituasjonen. Det å kunne spise appetittvekkende mat i et lokale som har restaurant eller et hjemmekoselig preg med god atmosfære, helst sammen med andre man føler seg vel med, skal kunne bedre opplevelsen av et måltid og øke matinntaket.

Sanseinntrykkene har mye å si for opplevelsen av middagsmåltidet. Ved å tilrettelegge for multisensoriske sanseopplevelser kan dette skape et engasjement som kan bidra til en positiv opplevelse av middagsmåltidet. Mat og omgivelser påvirker den emosjonelle og følelsesmessige tilstanden som er viktig for matinntak og tilfredshet, og som videre kan resultere i glede og velbehag hos beboerne.

Det bør sees nærmere på hvordan og hvor tydelig spiseplassen er definert. Hvor hyggelig/koselig oppleves spiseplassen og hvordan fremheves dette med for eksempel interiør, pynt og levende planter. Selv om beboerne er på institusjon trenger ikke spiseplassen å bli assosiert med dette. Savnet etter middagslukt i rommet kom tydelig frem i undersøkelsen og tiltak for å bedre dette bør absolutt vurderes. Spesielt med hensyn til de positive effektene god middagslukt kan resultere i som for eksempel økt smaksopplevelse, minner og godt humør (Bergslien, 2015; Bone og Jantrania, 1992). Videre bør det vurderes hvorvidt det kan spilles behagelig og rolig bakgrunnsmusikk under måltidet, da dette var noe mange av beboerne syntes hadde vært behagelig. Det sosiale miljøet tilknyttet måltidet bør fokusere på at beboerne sitter sammen med de som de føler seg vel med, og at beboernes ønsker blir

ivaretatt. Personalet må være tilstede under hele måltidet, og det bør ikke være slik at beboerne ikke får den hjelpen de trenger fordi personalet er for stresset og gjerne opptatte med andre arbeidsoppgaver. Middagsmatens grad av kvalitet og variasjon i råvarer er svært viktig og har et klart forbedringspotensial, spesielt for grønnsaker og fiskemat. Det tyder på at det er et behov for mer varierte og ferske grønnsaker med stort fokus på riktig konsistens. Kvalitet og utvalget av fiskeretter bør oppgraderes, spesielt med hensyn til beboernes ønske om fersk fisk. Videre bør det vurderes ulike tilberedningsmetoder av middagsmaten, som for eksempel at maten kan ha stekeskorpe og sprøhet. Videre anser jeg det som viktig at måltidet blir sett på som en hedonisk opplevelse og ikke bare som et nødvendig behov. Det kan legges til at en stor andel av respondentene under intervjuene oppga at de ikke fikk vite hva det var til middag før den ble servert. De kunne heller ikke velge hva de ville ha å spise eller delta i middagsvalg.

### **5.3 Oppgavens begrensninger og forslag til videre forskning**

Studiens resultater avdekker noen forklaringsvariabler som kan være til nytte for å bedre og forstå beboernes opplevelse. Det foreligger likevel noen begrensninger og svakheter ved studien. Undersøkelsen er utført ved hjelp av et bekvemmelighetsutvalg som er et ikke-sannsynlighetsutvalg og derav ikke kan generaliseres. Det er et begrenset utvalg på 27 respondenter og resultatene bør betraktes med disse begrensningene. Kun beboere med samtykkekompetanse har deltatt og undersøkelsen viste at det er få beboere som oppfylte kriteriene for deltagelse, hvilket indikerer en svakhet ved undersøkelsen. På en annen side indikerer dette helsetilstand til de mange beboere som oppholder seg på sykehjem.

På grunn av antallet respondenter i undersøkelsen måtte jeg ekskludere validering av begrepene (faktoranalyse) som analysemetoder. En annen begrensning ved denne studien er at den kun tar for seg lineære sammenhenger ved hjelp av regresjonsanalyse. I framtidige studier hadde det vært interessant med et eksperiment for å undersøke de mer konkrete effektene av de fysiske omgivelsenes påvirkning av middagsmåltidet. Med hensyn til beboere med dårlig matlyst hadde det videre vært interessant med et eksperiment eller/og observasjonsstudier for å undersøke mulige effekter og matinntak av ferdigproduserte middagsretter mot nylagde ferske middagsretter som er tilberedt der hvor middagen serveres.



## Referanseliste

Aagaard, H. (2010). *Mat og måltid i sykehjem. En undersøkelse blant beboere i somatiske sykehjem i Østfold (2010:1)*. Halden: Høgskolen i Østfold.

Bellizzi, J., Crowley, A.E., Hasty, R.W. (1983). The effects of color in store design. *Journal of Retailing*, 59 (1), 21-45.

Bergland, Å. og Kirkevold M. (2011). Hvilke faktorer i det fysiske miljøet hemmer og fremmer funksjon, trivsel og velvære hos personer med demens. *Forskning*, 1 (6), 14-25.

Bergslien, H. (2015) Sansene. I Sensorisk studiegruppe (2015). *Sensorikk -måling med menneskelige sanser*, Kopinor Pensum, Bergen.

Bitner, M.J. (1992). Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56 (2), 57–71.

Bone, P. og Jantrania, S. (1992). Olfaction as a cue for product quality. *Marketing Letters*, 3 (3), 289-296.

Brodersen-Pedersen, A.B., (1987). *Krop & sansing*, Bogforlaget DUO Aps, Aalbybro.

Bryman, A. og Bell, M. (2007). *Business research methods*, 2nd ed., Oxford, Oxford University Press.

Buettner, A., Beer, A., Hanning, C., Settles, M., Schieberle, P., (2002). Physiological and analytical studies on flavour perception dynamics as induced by eating and swallowing process. *Food Quality and Preference*, 13, 497- 504.

Bugge, A.B. (2005): *Middag. En sosiologisk analyse av den norske middagspraksis*. Trondheim: NTNU, Institutt for sosiologi og statsvitenskap. Fakultetet for samfunnsvitenskap og teknologiledelse. PhD-avhandling.

Bugge, A. og Døvig R. (2000). *Det norske måltidsmønsteret – Ideal og praksis*. Lysaker: SIFO, Rapport nr. 2 -2000.

Cardello, A.V. (1994). Consumer expectations and their role in food acceptance. I: Thompson, D. og Macfie, H. red. *Measurement of Food Preferences*, Blackie, London, s. 253-297

Cardello, A.V., Meiselman, H.L., Schutz, H.G., Craig, C., Given, Z., Leshner, L.L., Eicher, S., (2012). Measuring emotional responses to foods and food names using questionnaires. *Food Quality and Preference*, 24, 243-250.

- Doets, E.L. og Kremer, S., (2016). The silver sensory experience – A review of senior consumers' food perception, liking and intake. *Food Quality and Preference*, 48, 316-332.
- Donovan, R. og Rossiter, J. (1982). Store atmosphere: an environmental psychology approach. *Journal of Retailing*, 58, 34-57.
- Edwards, J. S. A. og Gustafsson, I.-B. (2008). The Five Aspects Meal Model. *Journal of Foodservice*, (19), 4-12.
- Edwards, J.S.A., Meiselman, H.L., Edwards, A., Leshner, L., (2003). The influence of eating location on the acceptability of identically prepared foods. *Food Quality and Preference* 14, 647-652.
- Elder, R. og Krishna, A. (2010). The Effects of Advertising Copy on Sensory Thoughts and Perceived Taste. *Journal of Consumer Research*, 36 (5), 748-756.
- Gibbons, M., og Henry, C. (2004). Does eating environment have an effect on food intake in the elderly? *The journal of nutrition, health & aging*, 9(1), 25-29.
- Goldhug, L. og Styvén, M. (2007). Sensing the scent of service success. *European Journal of Marketing*, 41(11/12), 1297-1305.
- Goldman, J.S., Herman, P.C., Polivy, J. (1991). Is the Effect of a Social Model on Eating Attenuated by Hunger? *Appetite*, 17, 129-140.
- Grini, I.S., Bugge A.B., Granli, B.S., Mortvedt, H.S, Honkanen. P., Ueland. Ø. (2013). Mat og måltider for aktive eldre. *En studie av aktive eldres preferanse, prioriteringer og praksiser*. Ås: Nofima.
- Gustafsson, I.B. (2004). Culinary arts and meal science - a new scientific research discipline. *Food Service Technology* 4 (1), 9-20.
- Gustafsson, I. B., Öström, Å., Johansson, J. og Mossberg, L. (2006). The Five Aspects Meal Model: a tool for developing meal services in restaurants. *Journal of Foodservice*, 17 (2), 84-93.
- Helsedirektoratet (2016). *Kosthåndboken. Veileder i ernæringsarbeid i helse- og omsorgstjenesten*, Helsedirektoratet.
- Hersleth, M. (2015), Forskning. I Sensorisk studiegruppe (2015). *Sensorikk -måling med menneskelige sanser*, Kopinor Pensum, Bergen.
- Hersleth, M. og Almli V.L. (2015), Metoder for forbrukertester. I Sensorisk studiegruppe (2015). *Sensorikk -måling med menneskelige sanser*, Kopinor Pensum, Bergen.

- Higgs, S., (2015). Social norms and their influence on eating behaviors. *Appetite*, 86, 38-44.
- Hiroataka et al., (2000), Decline in Taste and Odor Discrimination Abilities with Age, and Relationship between Gustation and Olfaction. *Chem. Senses* 25, 331-337.
- Hultén, B. (2011). Sensory marketing: The multi-sensory brand-experience concept. *European Business Review*, 23 (3), 256-273.
- Jimenez, M., Rodriguez, D., Greene, N., Zellner, D.A., Cardello, A.V., Nestrud, M. (2015). Seeing a meal is not eating it: Hedonic context effects differ for visually presented and actually eaten foods. *Food Quality and Preference*, 41, 96-102.
- Jacobsen, D.I. (2015). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode*, Cappelen Damm AS, Oslo.
- Johannessen, A. (2009). *Introduksjon til SPSS 4. utg*, Abstrakt forlag, Oslo.
- Johannessen A. og Tuft P.A., Christoffersen L., (2010). *Samfunnsvitenskapelig metode*, 4 utg. Abstrakt forlag, Oslo.
- King, S.C., Weber, A.E, Meiselman, H.L., Nan, L. (2004). The effect of meal situation, social interaction, physical environment and choice on food acceptability. *Food Quality and Preference*, 15, 243-250.
- King, S.C., Meiselman, H.L.,(2010). Development of a method to measure consumer emotions associated with foods. *Food Quality and Preference*, 21, 168-177.
- Kotler, P. og Keller K.L. (2016). *Markedsføringsledelse 4nd.ed.*, Gyldendal Norsk Forlag AS, Oslo.
- Krishna, A. (2012). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. *Journal of Consumer Psychology*, 22 (3), 332-351.
- Lawless, H.T. og Heymann, H. (2010). *Sensory Evaluation of Food – Principles and Practices*, 2nd.ed., Springer, New York.
- Lin, I.Y. (2004). Evaluating a servicescape: The effect of cognition and emotion. *International Journal of Hospitality Management*, 23 (2), 163–178.
- Lindstrom, M. (2005). *BrandSense*, N.W. DAMM & SØN AS.

Magnusson Sporre, C., Jonsson, I. M., og Pipping Ekström, M. (2013). The Five Aspects Meal Model, FAMM – From Michelin Guide to public meal sector. In S. Rodrigues, H. Á. Marques, B. Franchini, & D. Dias. (Eds). *Culinary Arts and Sciences. Global, local and national perspectives: International Conference on Culinary Arts and Sciences VIII* (s. 188-197).

Martin, C.L, Pranter, C. A., (1989). Compatibility Management: Customer-to-Customer Relationships in Service Environments. *Journal of Services Marketing, 1* (3), 5-15.

Mehrabian, A. (1976). The three dimensions of emotional reaction. *Psychology Today, 10* (3), 57-61.

Mehrabian, A. og Russell, J.A. (1974). *An approach to environmental psychology*, Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA.

Meiselman, H.L. (2002). The effect of context or environment on choice and acceptance: is context more important than product? *Appetite, 39*, 249 (abstract).

Meiselman, H.L., Johnson, J.L., Reeve, B., Crouch, J.E (2000). Demonstrations of the influence of eating environment on food acceptance. *Appetite, 35*, 231-237.

Methven L., Pranteda M.L.J., Lawlor B.J. (2016). Sensory and consumer science methods used with older adults: A review of current methods and recommendations for the future. *Food Quality and Preference, 48*, 333-334.

Mojet, J., Christ-Hazelhof, E., Heidman, J. (2001). Taste perception with age: generic or specific losses in threshold intensities of five taste qualities? *Chemical Senses, 26* (7), 845 – 860.

Mossberg, Lena (2007). *Å skape opplevelser- fra OK til WOW*, Fagboklaget Vigmostad & Bjørke AS, Bergen.

Mäkelä, J. (2009). *Meals: the social perspective*. I Elsevier Science and Technology (2009). *Meals in Science and Practice: Interdisciplinary Research and Business Application*. ProQuest Ebook.

Nes, M, Müller, M., Pedersen J.I. (2006). *Ernæringslære* (5.utgave), Gyldendal Norsk forlag AS, Oslo.

Oliver, R. (2010). *Satisfaction- a behavioral perspective on the consumer*, M.E. Sharpe Inc, New York.

Paquet, C.; St-Arnaud-McKenzie, D.; Kergoat, M.J. Ferland, G. ; Dube, L. (2003). Direct and indirect effects of everyday emotions on food intake of elderly patients in institutions. *The Journals of Gerontology, 58A* (2), 153-158.

- Ragneskog, H., Brane, G., Karlsson, I., Kihlgren, M., (1996). Influence of dinner music on food intake and symptoms common in dementia. *Scand J Caring Sct.* 10, 11-17.
- Ringdal, K. (2013). *Enhet og mangfold: Samfunnsvitenskapelig forskning og kvantitativ metode*, Fagbokforlaget, Bergen.
- Rosenbaum, M.S. og Massiah, C. (2011). An expanded servicescape perspective. *Journal of Service Management*, 22 (4), 471-490.
- Rozin, P. og Tuorila, H., (1993). Simultaneous and temporal contextual influences on food acceptance. *Food Quality and Preference*, 4 (1), 11-20.
- Rødbotten, M. (2015) Innledning. I Sensorisk studiegruppe (2015). *Sensorikk -måling med menneskelige sanser*, Kopinor Pensum, Bergen.
- Saint-Denis, C. (2017). *Consumer and Sensory Evaluation Techniques: How to Sense Successful Products*. Newark: John Wiley & Sons, Incorporated.
- Sand, O., Haug, E., Toverud, K. C. og Sjaastad, Ø. V. (2014). *Menneskets fysiologi*, Gyldendal akademisk, Oslo.
- Sellevoid, G.S. og Skulberg, V.B. (2005). *Nok mat, rett mat og trivelige måltider for eldre sykehjempasienter: et kvalitetssikringsprosjekt*. Bergen: Nasjonalt formidlingscenter i geriatri. Undervisningssykehjem Rapport nr. 1/05.
- Shultz, J. A., N. L. Crogan, Evans, B.C (2005). Organizational issues related to satisfaction with food and food service in the nursing home from the resident's perspective. *Journal of Nutrition for the Elderly*, 24 (4), 39-55.
- Soars, B. (2009). Driving sales through shoppers' sense of sound, sight, smell and touch. *Journal of Retail and Distribution Management*, 37 (3), 286 -289.
- Spence, C., Levitan, C.A., Shankar, M.U., Zampini, M. (2010), Does Food Color Influence Taste and Flavor Perception in Humans? *Chem. Percept.* 3, 68 -84.
- Steenkamp, J.B.E.M (1990). Conceptual Model of the Quality Perception Process. *Journal of Business Research*, 21, 309-333.
- Steinbo, T. (2006). *Fargene forteller*, N.W. DAMM & SØN AS, Oslo.
- Taylor, A.J og Lindforth, R.S.T. (1996). Flavour release in the mouth. *Trends in Food Science & Technology*, 7, 444-447.

- Theeuwes, J. (2010), Top-down and bottom-up control of visual selection. *Acta psychologica*, 135 (2), 77-99.
- Thjømmøe, H.M og Olsen E.L., (2001). *Forbrukeratferd*, 7.utgave Universitetsforlaget, Oslo.
- Tombs, A. og McColl-Kennedy, J. (2003). Social-servicescape conceptual model. *Marketing Theory V SAGE* 3 (4), 447-475.
- Watz, B. (2008). The entirety of the meal: a designer's perspective. *Journal of Foodservice*, 19 (1), 96-104.
- Wall, E. Berry, L. (2007).The combined effects of the physical environment and employee behaviour on customer perception of restaurant service quality. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 48 (1), 59-69.
- Westbrook, R. A. (1987). Product/consumption-based affective responses and postpurchase processes. *Journal of Marketing Research*, 24 (3), 258-270.
- Williams, P.G., (2009). *Foodservice perspective in institutions*. I Elsevier Science and Technology (2009). *Meals in Science and Practice: Interdisciplinary Research and Business Application*. ProQuest Ebook.
- Wohlfarth, H. (1984). The effect of color-psychodynamic environmental modification on disciplinary incidents in elementary schools over one school year: A controlled study. *International Journal of Biosocial Research*, 6 (1), 38-43.
- Zeithaml, V.A, (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: a means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52 (3), 2-22.
- Zellner, D.A., Lankford, M., Ambrose,L., Locher, P. (2010). Art on the plate: Effect of balance and color on attractiveness of, willingness to try and like food. *Food Quality and Preference*, 21, 575-578.
- Zellner, D.A., Loss, C.R., Zearfoss, J., Remolina, S. (2014). It taste as good as it looks! The effect of food presentation on liking for the flavor of food. *Appetite*, 77 (C), 31-35.
- Zellner, D.A., Siemers, E., Teran, V., Conroy, R., Lankford, M., Agrafiotis, A., Ambrose, L., Locher, P. (2011). Neatness counts. How plating affects liking for the taste of food. *Appetite* 57, 642-648.

## Internettkilder

### [1] Underernæring sykehjemspasienter

Gjerding, M.L., Hvidsten, I. (2013, 13. juli) Sykehjemspasienter blir underernærte, VG. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/PM1wz/sykehjemspasienter-blir-underernaerte>. (Lest 30.januar 2018)

Bodahl, A. (2017, 20. januar) Seks av ti eldre pasienter på institusjoner er underernærte, *Dagsavisen*. Hentet fra <https://www.dagsavisen.no/innenriks/seks-av-ti-eldre-pasienter-pa-institusjoner-er-underernerte-1.914965>. (Lest 30.januar 2018)

### [2] Dårlig mat på sykehjem

Assev, M., Svendsby, E., Fehr A.L (2011, 3. september). Hellstrøm om eldre maten: Grusomt!, VG. Hentet fra <https://www.vg.no/nyheter/innenriks/i/2EVMB/hellstroem-om-eldrematen-grusomt>. (Lest 30.januar 2018)

Saur, S. (2016, 3. mars). Fire av ti eldre på sykehjem lider av underernæring. Når jeg ser bilder som dette, skjønner jeg hvorfor, *Nordlys*. Hentet fra <https://www.nordlys.no/tromso/helse/mat/fire-av-ti-eldre-pa-sykehjem-lider-av-underernaring-nar-jeg-ser-bilder-som-dette-skjonner-jeg-hvorfor/s/5-34-378911>. (Lest 30.januar 2018)

### [3] Kok og kjøll metoden

Nofima.no (ikke oppgitt dato og forfatter). Varmebehandling. Hentet fra <https://nofima.no/forskningsomrade/prosessteknologi/varmebehandling/> (Lest 10. februar 2018)

### [4] Matleverandør og middagsmeny, Tromsø kommune

Tromsø kommune (2015, 23. November). ISS Matomsorg. Hentet fra <https://www.tromso.kommune.no/matlevering.365792.no.html>. (Lest 10. februar 2018)

### [5] Oppfølging av ernæring hos beboere på sykehjem

Helsedirektoratet, IPLOS registeret (2018, 25. juni). Helsedirektoratet. Hentet fra <https://helsenorge.no/Kvalitetsindikatorer/kvalitetsindikator-pleie-og-omsorg/oppfolging-av-ernaring-hos-beboere-pa-sykehjem>. (Lest 10. juli 2018)

### [6] Sansetap blant eldre

Sansetap.no (ikke oppgitt dato og forfatter). Syn og hørsel hos eldre. Hentet fra <http://eldre.sansetap.no/syn-og-hoersel/aldersrelatert-hoerselstap>. (Lest 19. februar 2018)

## 6 Vedlegg

### Vedlegg 1- Informasjonsskriv

Til leder

#### ***Forespørsel om deltakelse i spørreundersøkelse – opplevelse av middagsmåltidet på sykehjem/helseinstitusjon***

I forbindelse med en masteroppgave i strategisk ledelse og økonomi ved Universitetet i Tromsø (UIT) vil jeg invitere beboerne til å delta i en spørreundersøkelse om sin opplevelse av middag og måltidsmiljø (spiseplass og det sosiale i forbindelse med måltidet).

Formålet med undersøkelsen er å kartlegge beboernes sanseopplevelser, preferanser og aksept av middag, spiseplass og det sosiale rundt middagen. Resultater fra studien kan gi dere et verktøy og innsikt i beboerens totalopplevelse av middagsmåltidet, og bidra med informasjon om eventuelle tiltak for å bedre måltidsopplevelse og matglede blant beboere i denne situasjon.

Det hadde vært veldig fint med en kontaktperson som jeg kan samarbeide med i forbindelse med gjennomføring av undersøkelsen. Videre at dere kan vurdere hvilke beboere som tilfredsstillter inklusjonskriteriene, og forespørre disse om deltakelse i studien. Jeg gjennomfører et strukturert intervju med et spørreskjema som har faste svaralternativ.

Inklusjonskriteriene: • Beboer må være orientert for tid og sted, og ha samtykkekompetanse • Beboer må kunne uttrykke seg muntlig • Beboer må kunne innta mat og drikke per os • Korttidsplass eller langtidsplass.

Jeg vet at det er et lite utvalg som tilfredsstillter disse kriteriene, desto viktigere er det at jeg kan få disse til å bli med på undersøkelsen. Jeg håper på et godt samarbeid.

Prosjektet er ifølge Personvernombudet for forskning Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste (NSD) ikke innmeldingspliktig.

Spørsmål kan stilles til:

Student: Siv-Heidi Henriksen, e-post: she087@uit.no

Veileder: Professor Svein Ottar Olsen, e-post: svein.o.olsen@uit.no



## Vil du delta i en spørreundersøkelse om måltidet?

Til deg som for tiden oppholder deg på langtids plass eller korttids plass på sykehjem eller helseinstitusjon,

Jeg heter Siv-Heidi og holder på med en masteroppgave som omhandler opplevelsen av middagsmåltidet på sykehjem/helseinstitusjon. Jeg har tidligere jobbet mye med sanseropplevelser og mat, og har funnet ut at det finnes veldig lite informasjon om hva beboere som oppholder seg på sykehjem/helseinstitusjon opplever/synes om middagsmåltidet.

Jeg vil derfor svært gjerne få lov til å invitere deg til å bli med på en spørreundersøkelse som tar ca. 25 - 30 minutter. Spørsmålene handler om hva du synes om middagsrettene, spiseplassen og det sosiale rundt middagsmåltidet på stedet du oppholder deg nå. Intervjuskjemaet påføres ikke ditt navn eller institusjon, og spørreundersøkelsen er helt anonymisert og kan derfor ikke knyttes opp mot noen person eller sykehjem/institusjon. Det er kun jeg som arrangerer og ordner med hele spørreundersøkelsen.

Jeg er ute etter din mening og opplevelse, og jeg håper svært gjerne at du har lyst å hjelpe meg. Spørreundersøkelsen er uavhengig, med dette mener jeg at masteroppgaven min ikke er et samarbeid med kommune, matleverandør eller sykehjem/helseinstitusjon. Jeg har kun samarbeidet med sykehjem/helseinstitusjon for å komme i kontakt med deg.

Målet med undersøkelsen er å kartlegge din mening /opplevelse og eventuelle forbedringstiltak som skal til for å skape gode måltidsopplevelser og matglede. Dette er informasjon som institusjon og andre senere kan benytte som et verktøy i denne prosessen.

### Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykke tilbake uten å oppgi noen grunn. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg. Å delta i undersøkelsen vil ikke påvirke din behandling på stedet hvor du oppholder deg.

### Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om spørreundersøkelsen/prosjektet, og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

Å delta i spørreundersøkelsen som står beskrevet ovenfor.

Dato:

Signatur:

## Vedlegg 2 – Spørreskjema

### SEKSJON 1.

#### Del 1. Spiseplassen

Denne delen av spørreskjema handler om hva du synes om plassen/rommet hvor middagen serveres.

##### 1. Hvor dekkes det på og serveres middag? (SETT x)

På kjøkkenet	I egen spisestue/spisesal	I tv/dagligstuen	Annet

	Misfornøyd	Litt misfornøyd	Verken eller	Litt Fornøyd	Fornøyd
2. Alt i alt hvor fornøyd er du med spiseplassen totalt?	1	2	3	4	5

	I svært liten grad		Verken eller		I svært stor grad
3. I hvilken grad opplever du spiseplassen som «hjemmekoselig»?	1	2	3	4	5

	Dårlig	Litt dårlig	Verken eller	Litt god	Godt
4. Hvordan opplever du spiseplassens «stemning/atmosfære» som?	1	2	3	4	5
5. Hvordan liker du interiøret (pynt, bilder, planter, møbler)?	1	2	3	4	5
6. Hvordan liker du måten bordet er dekket på til middag?	1	2	3	4	5

Spørsmål 7 – 10 Hvor ubehagelig/behagelig opplever du følgende;

	Ubehagelig	Litt ubehagelig	Verken eller	Litt behagelig	Behagelig
7. Spiseplassens farger?	1	2	3	4	5
8. Spiseplassens belysning?	1	2	3	4	5
9. Vinduene på spiseplassen?	1	2	3	4	5
10. Spiseplassens størrelse?	1	2	3	4	5

	Alt for lite		Passelig	Alt for stort	
<b>11. Hvordan vil du beskrive spiseplassens romstørrelse?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

	Dårlig	Litt dårlig	Verken eller	Litt god	God
<b>12. Hvordan opplever du at utlufting/lufta er på spiseplassen?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>13. Hvordan opplever du middagslukt som er på spiseplassen?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

	I svært liten grad		Verken eller		I svært stor grad
<b>14. I hvilken grad opplever du at det er lyder/støy under måltidet?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**Hvor ubehagelig/behagelig du beskrive at følgende støy/lyder oppleves under måltidet?**

	Ubehagelig		Verken eller	Behagelig	
<b>15. Støy fra maskiner og utstyr (oppvaskmaskin, vifter o.l.)</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>16. Støy fra personell som jobber</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>17. «Støy» fra andre beboere</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>18. Rolig bakgrunnsmusikk</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

**Her kan du komme med eventuelle kommentarer om spiseplassen**

--

## Del 2. Det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet

Disse spørsmålene gjelder den sosiale delen tilknyttet middagsmåltidet og hvordan du opplever interaksjoner med personalet og andre beboere.

	Misfornøyd	Litt misfornøyd	Verken eller	Litt Fornøyd	Fornøyd
1. Alt i alt hvor misfornøyd/fornøyd er du med det sosiale rundt det SISTE måltidet?	1	2	3	4	5
2. Alt i alt hvor misfornøyd/fornøyd er du GENERELT med det sosiale rundt måltidet?	1	2	3	4	5

	Aldri	Nesten aldri	Verken eller	Nesten alltid	Alltid
	1	2	3	4	5
3. Samarbeider personalet godt?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. Er personalet hyggelige under middagsmåltidet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Er personalet er hjelpsomme under middagsmåltidet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. Sitter personalet sammen med dere under middagsmåltidet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7. Vil du at personalet vanligvis skal sitte sammen med dere?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Kan du vanligvis selv bestemme hvem du vil sitte sammen med?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. Er det god stemning under middagsmåltidet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10. Hygger du deg under middagsmåltidet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11. Føler du deg vel med å spise sammen med andre?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Snakker dere med hverandre under middagsmåltidet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Føler du at du kjenner de du sitter sammen med rundt bordet?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Her kan du komme med eventuelle kommentarer om det sosiale miljøet rundt måltidet.

------------------

### Del 3. MIDDAG

	Fargeløs	Litt fargeløs	Verken eller	Litt fargerik	Fargerik
1. Hva synes du om fargene til den siste middagsretten?	1	2	3	4	5

Spørsmål 2 – 3 Hvor godt likte du siste middagsrett på:

	Dårlig	Litt dårlig	Verken eller	Litt god	God
2. Utseende- anrettet på tallerken?	1	2	3	4	5
3. På smak	1	2	3	4	5

Her kan du skrive eventuelle kommentarer om den siste middagsretten.

Spørsmål 4-5: Alt i alt hvor misfornøyd/fornøyd er du med

	Misfornøyd	Litt misfornøyd	Verken eller	Litt fornøyd	Fornøyd
4. Den <u>siste</u> middagsretten du spiste?	1	2	3	4	5
5. Middagsrettene <u>generelt</u>	1	2	3	4	5

Her kommer spørsmål som gjelder generelt de middagsretter som du i løpet av ditt opphold har fått servert her på sykehjemmet og hvordan du vanligvis opplever middagen.

	Alt for kald	Litt for kald	Passelig	Litt for varm	Alt for varm
6. Hvordan opplever du vanligvis at middagens temperatur er når du får den servert på tallerken?	1	2	3	4	5

	Dårlig	Litt dårlig	Verken eller	Litt god	God
7. Hvor dårlig/god synes du at middagsrettene som til daglig serveres ser ut (på tallerken)?	1	2	3	4	5

**8. Hvordan synes du at middagsrettene som til daglig serveres vanligvis smaker?**

	Dårlig	Litt dårlig	Verken eller	Litt god	God
a) Kjøttretter smaker	1	2	3	4	5
b) Fiskeretter smaker	1	2	3	4	5
c) Potetene smaker	1	2	3	4	5
d) Grønnsakene smaker	1	2	3	4	5

**9. Hvordan opplever du at middagsrettene vanligvis er på smaksstyrke og salthet?**

	Alt for tam/svak	Litt tam/svak	Passelig	Litt for sterk	Alt for sterk
a) Smaksstyrke (krydder o.l.)	1	2	3	4	5

	Alt for lite salt	Litt lite salt	Passelig	Litt for salt	Alt for salt
b) Salthet	1	2	3	4	5

**10. Hvordan opplever du at følgende ingredienser som til daglig serveres vanligvis er på konsistens?**

	For bløte	Litt bløte	Passelig	Litt harde	For harde
a) Potet	1	2	3	4	5
b) Grønnsaker	1	2	3	4	5

	Tørr	Litt tørr	Verken eller	Litt saftig	Saftig
c) Fisk	1	2	3	4	5

	Seigt	Litt seigt	Verken eller	Litt mørt	Mørt
d) Kjøtt	1	2	3	4	5

	I svært liten grad		Verken eller		I svært stor grad
<b>11. I hvilken grad serveres det kjente middagsretter som du brukte å lage/spise hjemme?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>12. I hvilken grad opplever du middagsrettene som «hjemmelaget?»</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>13. I hvilken grad <u>er det viktig</u> for deg at middagsrettene som serveres er tradisjonsmat</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

Her kan du komme med eventuelle kommentarer om middagen/middagsmaten.

## SEKSJON 2

Del 4 Her skal du svare på spørsmål om din siste måltidsopplevelse. Med dette menes et samlet inntrykk av dagens middag, spiseplass og det sosiale miljøet.

	Misfornøyd	Litt misfornøyd	Verken eller	Litt fornøyd	Fornøyd
<b>1. Alt i alt hvor fornøyd er du med din siste måltidsopplevelse?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

	Dårlig	Litt dårlig	Verken eller	Litt god	God
<b>2. Alt i alt hvordan vil du beskrive kvaliteten av din siste måltidsopplevelse?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

	Ubehagelig	Litt ubehagelig	Verken eller	Litt behagelig	Behagelig
<b>3. Alt i alt hvor ubehagelig/behagelig var din siste måltidsopplevelse?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

	Dårlig humør	Litt dårlig	Verken eller	Litt godt	Godt humør
<b>4. Alt i alt hvordan ble humøret ditt etter din siste måltidsopplevelse?</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>

	Negativt	Litt negativt	Verken eller	Litt positivt	Positivt

5. Alt i alt hvor vil du beskrive din siste måltidsopplevelse som negativ eller positiv?	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Del 5.

1. Antall beboere på avdeling?

12 eller færre	13 – 18	19 – 24	Over 25

2. Alder?

Under 50 år	51 – 65 år	66 – 75 år	76 – 85 år	Over 85 år

3. Kjønn?            Kvinne            Mann

4. Hvor lenge har du vært her?

Under 1 måned	1 – 3 måneder	4 – 6 måneder	7 – 12 måneder	Over 12 måneder

5. Hvilket opphold er du på?

Langtidsplass	Korttidsplass, venter på langtidsplass	Korttidsplass, andre årsaker

6. Hvordan vil du beskrive matlysten din?

	Dårlig	Litt dårlig	Verken eller	Litt god	God
Matlysten min er normalt/vanligvis					
Matlysten min <u>den siste uka</u> har vært					

7. SANSENE

Hvordan opplever DU SELV at hørsel, syn, smak og luktesansen DIN har blitt svekket de siste årene i forhold til tidligere?

	Svært lite	Litt	Noe	Mye	Svært mye
	1	2	3	4	5
a) Hørsel	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Synet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Luktesansen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Smakssansen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## Vedlegg 3 – Deskriptiv statistikk av spiseplass og det sosiale miljøet

Tabell 1: Deskriptive data, respondentenes vurdering av spiseplass. Gjennomsnittskår på en skala fra 1 til 5. Se figur 4 for variablenes indikator verdi

	Gjennom - snitt	Median	Std.dev	Min. verdi	Maks. verdi
<b>Fornøydhet</b>	4,2	5,0	0,9	2,0	5,0
Hjemmekoselig	2,8	3,0	1,2	1,0	5,0
Atmosfære	3,9	4,0	0,9	2,0	5,0
Interiør og dekor	3,5	3,0	1,1	1,0	5,0
Borddekking	4,1	4,0	1,1	1,0	5,0
Farger i rommet	3,7	4,0	0,9	2,0	5,0
Belysning	4,0	4,0	1,1	1,0	5,0
Vindu	4,5	5,0	0,9	2,0	5,0
Romstørrelse	4,2	5,0	1,2	1,0	5,0
Utlufting	4,1	5,0	0,9	1,0	5,0
Middagslukt	3,7	3,0	1,1	1,0	5,0
Grad av støy	1,7	1,0	1,1	1,0	4,0
Støy fra kjøkkenutstyr	2,9	3,0	0,4	1,0	3,0
Støy fra ansatte	3,0	3,0	0,6	1,0	5,0
Støy fra beboere	2,9	3,0	0,8	1,0	5,0
Rolig bakgrunnsmusikk	3,7	3,0	1,3	1,0	5,0

Tabell 2: Resultater, respondentenes vurdering av det sosiale miljøet tilknyttet middagsmåltidet. Gjennomsnittskår på en skala fra 1 (aldri) til 5 (alltid)

	Gjennom - snitt	Median	Std.dev	Min. verdi	Maks. verdi
Samarbeider personalet godt	4,3	5,0	0,8	2,0	5,0
Er personalet hyggelige under måltidet	4,7	5,0	0,5	3,0	5,0
Er personalet hjelpsomme	4,7	5,0	0,7	2,0	5,0
Sitter personalet med dere	2,2	2,0	1,1	1,0	4,0
Vil du at personalet skal sitte sammen med dere	2,4	3,0	1,1	1,0	4,0
Kan du bestemme selv hvor sitte	3,2	3,0	1,8	1,0	5,0
Er det god stemning rundt middagsbordet	4,1	4,0	0,9	2,0	5,0
Hygger du deg	4,1	4,0	1,0	1,0	5,0
Føler du deg vel	4,4	5,0	0,9	1,0	5,0
Kommunikasjon rundt middagsbordet	4,0	4,0	1,1	1,0	5,0
Kjenner du de andre rundt middagsbordet	4,0	4,0	1,1	1,0	5,0