



Vegaanisuus suomalaisessa klassikkoravintolassa

Pinja Pihlajamäki

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Restonomi

Opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijä(t) Pinja Pihlajamäki
Tutkinto Restonomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Vegaanisuus suomalaisessa klassikkoravintolassa
Sivu- ja liitesivumäärä 36 + 9
<p>Opinnäytetyön tavoite oli selvittää, miten helsinkiläinen ravintola voisi vastata paremmin vegaanisen asiakaskunnan tarpeisiin. Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona helsinkiläiselle klassikkoravintolalle. Työssä tutkittiin, olisiko kolmesta ravintolan ruokalistan klassikkoannoksesta syytä luoda alkuperäisiä vastaavat vegaaniset versiot, miten helsinkiläiset vegaanit suhtautuisivat annoksiin ja voisiko vegaanisen klassikkomenun luominen tuoda ravintolalle vegaanisia asiakkaita.</p> <p>Mielikuvat suomalaisesta klassikkoruoasta ovat muodostuneet historian kautta syntyneen ruokakulttuurin myötä. Suomalainen ruokakulttuuri muodostui sota-ajan elintarvikesäännöstelyn päätyttyä. Vuoden 1952 Helsingin olympialaisten aikaan ravintoloihin haluttiin suomalaisia perinneruokia, jotta ulkomaalaisetkin saisivat käsityksen suomalaisista ruoista. Klassikkoruokiin liittyy pitkä historia ja muuttumattomuus. Kasvisruoka oli suosiossa Suomessa 1900-luvun alussa ja 1990-luvulla perustettiin Suomen Vegaaniliitto ry. Vegaanit eivät käytä mitään eläinperäistä ravinnossaan tai esimerkiksi käyttämässään vaatteissa tai kosmetiikassa. Vegaanit koostavat ruokavalion korvaamalla maito- ja lihatuotteet kasvipohjaisilla tuotteilla. Ruoan eettisyyden ja ekologisuuden merkityksellisyyden kasvun myötä vegaanisuus alkoi näkymään myös ravintoloissa. Kuluttajat odottavat ravintolaruoalta enemmän, kuin ennen ja ravintolassa käydään entistä spontaanimmmin.</p> <p>Tutkimus oli määrällinen kyselytutkimus, joka toteutettiin huhtikuussa 2023. Kysely jaettiin helsinkiläisille vegaaneille Facebook-ryhmässä. Aluerajaus perustui ravintolan sijaintiin Helsingissä. Koska 20–44-vuotiaat käyvät eniten ravintolassa, tuli vastaajan kuulua kyseiseen ikäryhmään. Taustatietojen jälkeen kyselyssä kartoitettiin vastaajien syitä mennä ravintolaan sekä sitä, millä perusteella ravintola valikoituu. Tämän jälkeen kysyttiin mielipiteitä suunnitteilla olevaa vegaanista klassikkomenua kohtaan. Menu sisälsi alku-, pää- ja jälkiruoan. Näiden lisäksi kysyttiin, kuinka paljon menusta oltaisiin valmiita maksamaan, millaista ruokaa vegaanit haluaisivat syödä ravintolassa sekä kehitysehdotuksia klassikkoravintolan toiminnan parantamiseen vegaaneille sopivammaksi.</p> <p>Enemmistö vegaaneista hakeutui ravintolaan kokeilunhalusta ja valitsi ravintolan ruokalistan valikoiman perusteella. Yli puolet vastaajista voisivat ostaa tutkimuksen esimerkkialku- ja jälkiruoan. Kyselyn esimerkkipääruoka ei ollut vastaajien mielestä houkutteleva. Vastaajat kuitenkin kannattivat ideaa vegaanisesta klassikkomenusta ja olivat valmiita maksamaan siitä keskimäärin 44 €. Johtopäätöksenä klassikkomenun luominen vegaanisena vastaisi vegaanien tarpeisiin, kun annoksista tehtäisiin simppeleitä, proteiinipitoisia ja makumaailmaltaan suomalaisia klassikkoruokia jäljitteleviä. Tutkimuksen tuloksia voidaan hyödyntää ravintolan ruokalistasuunnittelussa sekä markkinoinnissa ottaen huomioon tämän tutkimuksen kautta ilmenneet vegaanisen asiakassegmentin tarpeet.</p>
Asiasanat Ravintolat, vegaani, ruoka, ravintola-ala

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Suomalainen ruokakulttuuri	4
2.1	Suomalainen ruokahistoria ja ruokakulttuurin muodostuminen	4
2.2	Kasvisruokakulttuuri ja vegetarismien synty Suomessa	5
2.3	Klassikkoruokat	6
3	Vegaanisuus	8
3.1	Mitä vegaani syö?	9
3.2	Ravintolassa käymisen syyt	9
3.3	Vegaanisuus ravintoloissa	10
4	Tutkimuksen toteutus	12
4.1	Tutkimuksen lähtötilanne ja toimeksiantajan esittely	12
4.2	Tutkimuksen kohderyhmä	14
4.3	Aineistonkeruu kyselylomakkeella	14
4.4	Kyselytutkimuksen toteuttaminen	16
4.5	Aineiston analysointimenetelmät perusteluineen	18
5	Tulokset	19
5.1	Kyselyyn vastanneiden taustatiedot	19
5.2	Vegaanisia annoksia koskevien kysymysten tulokset	22
5.2.1	Vegaaninen kurpitsakeitto	23
5.2.2	Vegaaninen Vorschmack	24
5.2.3	Vegaaninen crème brûlée	25
5.3	Menun hinta ja kehitysehdotukset vegaanisen asiakaskunnan palvelemiseen	26
6	Pohdinta	29
6.1	Tulosten tarkastelu, johtopäätökset ja kehittämissuhteet	29
6.2	Jatkotutkimusehdotukset	31
6.3	Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti	31
6.4	Oma oppiminen ja projektinhallinta	33
	Lähteet	34
	Liitteet	37
	Liite 1. Saatekirje	37
	Liite 2. Kyselylomake	38

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tavoite on selvittää, miten helsinkiläinen klassikkoravintola voisi vastata vegaanisen asiakaskunnan tarpeisiin paremmin. Työ on toteutettu toimeksiantona helsinkiläiselle ravintola Elitelle. Opinnäytetyössä selvitetään, olisiko Eliten liikeidean mukaisien suomalaisten klassikkoannosten valmistaminen vegaanisena potentiaalinen tapa vastata vegaanien tarpeisiin. Opinnäytetyössä suunnitellaan vegaaniset versiot Eliten ruokalistan valikoiduista klassikkoannoksista ja selvitetään niiden houkuttelevuutta helsinkiläisten vegaanien näkökulmasta. Klassikolla tarkoitetaan unohtumatonta teosta tai asiaa, joka on ajaton ja aina muodissa. Samaa määritelmää voi käyttää myös puhuttaessa klassikkoruoista, joilla on usein pitkä historia. (Rantanen 2018, 5.) Ravintola Elite on säilyttänyt samalla reseptillä valmistetut klassikkoannoksensa ruokalistalla vuosikymmenten ajan (Ravintola Elite s.a.a).

Ravintola Eliten omistaja vaihtui vuoden 1985 remontin myötä ja keskeistä oli se, että mikään ei saa muuttua. Tätä vaadittiin asiakkaiden toimesta niin voimakkaasti, että asiasta laadittiin jopa addressi. Klassikkoravintoloille ominaista on muuttumattomuus niin ruoan suhteen kuin sisustuksessa. Vaikka ruokalistan annokset eivät ole välttämättä terveellisimmästä päästä, asiakkaita houkuttelee paikalle ravintolan maine ja kulttuuri markkinoinnin ja näkyvyyden vähäisyydestä huolimatta. (Lindgren 2012, 6–7; Ravintola Elite s.a.b.) Klassikon muuttumattomuuden vaalimisen takia kasvisruokailun yleistymisen on haaste historialliseen atmosfääriin ja suomalaisiin klassikkoruokiin nojautuvalle ravintolalle. Erityisen haastavaa on vegaanisten ruoka-annosten tuominen mukaan toimintaan liikeideaan sopivalla tavalla.

Vastuullinen yritys ottaa huomioon sen toiminnan vaikutuksen ilmastoon ja ympäristöön, ihmisiin sekä yhteiskuntaan (Työ- ja elinkeinoministeriö s.a.). Menestyvä yritys kehittää toimintaansa vastuullisempaan suuntaan valitsemillaan tahoilla. Vastuullisen ravintolan tulee ottaa huomioon esimerkiksi yhdenvertaisuus toiminnassaan. Moninaisuutta on tarjota vaihtoehtoja asiakkaiden eroaviin tarpeisiin uskonnosta, ruokavaliosta tai esimerkiksi iästä riippumatta. Tästä syystä on vastuullista kehittää toimintaa myös vegaaniselle asiakaskunnalle sopivammaksi.

Vegaanit eivät käytä eläinperäisiä tuotteita, kuten lihaa, kalaa, kananmunia, maitotuotteita tai hunajaa ravintona. He puoltavat usein myös eläinten oikeuksia esimerkiksi vaatetuksessa tai kosmetiikassa välttämällä niitä tuotteita, joissa on hyväksikäytetty eläimiä. (The Vegan Society s.a.)

Opinnäytetyön päätavoite on selvittää, miten ravintola Elitessä voitaisiin vastata paremmin vegaanisen asiakaskunnan tarpeisiin. Alatavoitteita on kolme ja ne selvittävät,

1. olisiko valituista klassikkoannoksista syytä luoda vegaaniset versiot
2. miten helsinkiläiset vegaanit suhtautuisivat vegaanisiin versioihin klassikkoannoksista

3. voisiko klassikkoannoksista vegaanisten versioiden luominen tuoda ravintolalle uusia vegaanisia asiakkaita

Opinnäytetyö on tutkimustyyppinen ja tutkimuskysymyksiin vastaukset on saatu helsinkiläisille vegaaneille suunnatulla kysymyslomakkeella. Kvantitatiivisen tutkimuksen lisäksi työ sisältää myös kuvauksen siitä, miten Eliten valikoidut klassikkoannokset toteutetaan vegaanisesti ja mitä vegaaniset versiot sisältävät. Siinä kuvaillaan, millä kasviperäisellä vaihtoehdolla saavutetaan mahdollisimman samanlainen versio klassikkoannoksesta, kuin alkuperäinen. Muutettavia annoksia ovat tämänhetkisen ”Taiteilijamenun” annokset, jossa alkuruokana on paahdetusta myskikurpitsasta tehty keitto, pääruoaksi valitaan liha- tai kalaversio, jossa lihaversio on aina Tauno Palon kermasiipulipihvi ja jälkiruoka on crème brûlée. Vegaanisessa Taiteilijamenussa alkuruoaksi myskikurpitsakeitto, pääruoaksi Vorschmack ja jälkiruoksi crème brûlée. Annokset on suunniteltu vastaamaan alkuperäisiä käyttämättä eläinperäisiä tuotteita valmistuksessa.

Tutkittavat ovat tavoitettu Vegaaninen Helsinki -Facebook ryhmän kautta. Liityin ryhmään hyvissä ajoin ennen opinnäytetyön aloittamista ja selatessani ryhmän vanhoja päivityksiä, sain käsityksen, että vegaanit ruokailevat ravintolassa mahdollisimman samanlaista ruokaa, kuin kaikkiruokaiset. Ruokavaihtoehtojen tulee olla yhtä ruokaisia ja sisältää riittävästi proteiinia. Tästä syystä valitsin lähestymistavaksi muuntaa Eliten ruokalistan annokset vegaanisiksi versioiksi niin, että ne vastaavat mahdollisimman hyvin alkuperäisiä annoksia.

Aihetta tarkastellaan vegaanien näkökulmasta, sillä vegaanisten vaihtoehtojen lisääminen Eliten ruokalistalle koskettaa eniten vegaaneja. Tutkittava ryhmä on rajattu vegaaneihin, sillä joitakin eläinperäisiä tuotteita, kuten maitoa ja kananmunaa käyttävälle kohderyhmälle vaihtoehtoja on helppoa luoda. Sitä ei siis pidetä ravintolassa niin isona haasteena, kuin vegaanien tarpeisiin vastaamista. Ravintola Elite sijaitsee Helsingin Töölössä ja asiakaskunnasta suuri osa ovat paikallisia. Tästä syystä tutkittava kohderyhmä on helsinkiläiset. Kohdejoukko on rajattu 20–44-vuotiaisiin, sillä ikäryhmän edustajat ovat käyneet vuonna 2017 toteutetun tutkimuksen mukaan eniten ravintolassa (Tilastokeskus 2022).

Innostuin aiheesta työkokemukseni ravintola Elitessä kautta. Vegaanisuus klassikkoravintolassa kiinnostaa myös Eliten ravintolapäällikköä, joka on havainnut aiheen haastavuuden ravintolassa. Uskon, että lisäämällä vegaanisia annoksia ja tuomalla näkyvämmäksi reagointia kasvivoittoisemman ruokavalion yleistymiseen, ravintolalla on myös mahdollisuus saavuttaa uutta asiakaskuntaa. Aihe on ajankohtainen ja trendikäs ravintolalle. Ruoan alkuperä ja jäljitettävyyden hävikin ohella ovat tärkeitä vastuullisuusteemoja ravintoloille ja ne kiinnostavat yhä enemmän myös asiakkaita. Lisäämällä vegaanisia vaihtoehtoja ruokalistalle vaikutetaan positiivisesti myös ympäristöön. Tutkimukseni antaa suuntaa siihen, millä tavalla vegaanista asiakaskuntaa voidaan palvella paremmin

kyseisessä ravintolassa sekä vastaa kysymykseen, olisiko klassikkoannoksista syytä luoda vegaaniset versiot.

Aihetta olisi mielenkiintoista tutkia myös nykyisten asiakkaiden näkökulmasta ja selvittää heidän mielenkiintonsa vegaanisia vaihtoehtoja kohtaan, vaikka eivät vegaaneja olisikaan. Kyselylomakkeen luominen kahdelle eri kohderyhmälle osoittautui kuitenkin liian laajaksi ja hankalaksi toteuttaa. Aihetta käsitellään asiakaslähtöisestä näkökulmasta, sillä työssä halutaan selvittää ennen kaikkea potentiaalisten asiakkaiden mielipidettä tällä tavoin vegaanisten ruokavaihtoehtojen lisäämisestä klassikkoravintolassa.

Opinnäytetyö ei tuo uusia reseptejä tai tuotekehitystä ravintolalle, sillä tämäkin menee liian laajaksi opinnäytetyön raameihin nähden. Aihetta on tutkittu klassikkoruokien kuvitteellisten vegaanien vaihtoehtojen kautta kuitenkin suorittamatta varsinaista testausta keittiössä.

2 Suomalainen ruokakulttuuri

Ruoan avulla voidaan ymmärtää maan kulttuuria. Ruokakulttuuri vaikuttaa yksilön ruoanvalintoihin. Näillä valinnoilla on mahdollista rakentaa omaa identiteettiään. Jokaisella suomalaisella on mielikuvansa suomalaisesta ruoasta. Tämä mielikuva on muodostunut perinteiden, suomalaisten raaka-aineiden ja valmistustapojen myötä. Ruokakulttuurit ovat muodostuneet historian, maantieteellisen sijainnin ja uskontojen myötä jokaisessa maassa erilaiseksi. Vallitseva ruokakulttuuri vaikuttaa esimerkiksi ruoan maustamiseen, ruokailutapoihin ja siihen, mitä ruoasta ajatellaan. Kaikilla näillä on selkeitä alueellisia eroja myös Suomen sisällä. Vaikka usein syödään sitä, mihin on lapsuudessa totuttu, voidaan ruokakulttuuria pitää jatkuvasti muuttavana. Muutokseen vaikuttaa muun muassa yhteiskunta ja jatkuva kiertokulku. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003, 7–8, 36, 41, 67.)

2.1 Suomalainen ruokahistoria ja ruokakulttuurin muodostuminen

Vielä 1900-luvun alussa ruokaa oli niin niukasti saatavilla, että sitä käytettiin lähinnä nälän taltuttamiseen ja elossa pysymiseen. Sekä kaupungissa että maaseudulla ruokaa kunnioitettiin, sitä ei heitetty hukkaan ja ruokapöydässä käyttäydettiin asiallisesti. Laman jälkeen 1930-luvulla elintaso nousi ja maidon, voin, kerman ja lihan kulutus lähti kasvuun. Tuontihedelmät kuten appelsiini, banaani ja viinirypäleet tulivat kauppoihin. Toisen maailmansodan myötä ruoka-aineita oli jälleen niukasti ja niitä säännösteltiin ja maitotuotteista, munista ja lihasta tuli harvinaista herkkua, jota jopa salakaupattiin. (Lahti 2017, 8–9; Mäkelä ym. 2003, 24.)

Suomalaisen ruokakulttuurin sanotaan muodostuneen sota-ajan elintarvikkeisiin liittyvän säännöstelyn päätyttyä 1940–1950 (Kylli 2021, 10). Sodan jälkeen elintaso lähti jälleen kasvuun. Liha, voi, sokeri, ja kerma olivat jälleen kaikkien saatavilla ja niitä käytettiin runsaasti (Lahti 2017, 9). Vuonna 1945 Suomen ruokakulttuurin kohottamiseksi perustettiin Suomen Gastronomien Seura (Koroma 2015, 25). Ruokakulttuuri Suomessa muuttui sodan jälkeisen kaupungistumisen, elintason nousun sekä naisten työssäkäynnin myötä. Hotelli- ja ravintola-alan suosio lähti kasvuun ja ravintoloiden tasoa haluttiin nostaa ennen vuoden 1952 Helsingin olympialaisia, jotta ulkomaalaisetkin saisivat käsityksen suomalaisesta ruokakulttuurista. Ravintoloiden ruokalistalle haluttiin suomalaisia perinneruokia. (Koroma 2015, 34, 52.) Ravintolaruokia olivat salaattit, stroganoff, vorschmack, parsa, riista- ja kanalinnut ja kotona syötiin perunoita, silakoita, murekkeita, makaronilaatikkaa ja kiisseleitä. Vuonna 1958 perustettiin Ruokatieto Yhdistys lisäämään tietoutta ruoasta ja suomalaisesta ruokakulttuurista. (Ruokatieto 2022a.)

1960-luvulla elintaso ja talous kohenivat nopeasti. Maitotuotteiden ja lihan kulutus kasvoi jatkuvasti ja matkustaminen ulkomaille toi ruokakulttuuriin vaikutteita myös esimerkiksi Italiasta ja Espanjasta. Ruokaa ryhdyttiin maustamaan uudella tavalla. Kotona syötiin paljon liharuokia ja ravintolassa yleistyivät seisovapöytä, ranskalaiset perunat, jäätelöt, kyljykset ja pihvit (Ruokatieto 2022a).

Kansainvälistymisen myötä valmisruoka, pakasteet, pizza, pasta, etniset ruoat ja hampurilaiset yleistyivät Suomessa 1970-luvulla. (Mäkelä ym. 2003, 27–28; Koroma 2015, 52–54.)

1980-luvulla ruoanlaitto oli suorastaan muodikasta median ja erilaisten ruoanlaitto-ohjelmien myötä. Ruoasta haettiin mielihyvää ja myös terveydelliset hyödyt nousivat pinnalle ja makkaran ja muiden epäterveellisten ruoka-aineiden käyttö väheni. Ravintola-alalle muodostui kilpailua ravintoloiden määrän kasvun takia. Etniset ravintolat yleistyivät ja ravintolalistoilla nähtiin etanoita, ankkaa, mousseja ja tartareita (Ruokatieto 2022a). Tasokas ravintolaruokailu yleistyi ja helsinkiläiselle ravintolalle annettiin Michelin-tähti ensimmäisenä Suomessa vuonna 1987. Ruokaa valmistettiin yhä ranskalaisten keittiöiden oppeja vaalien. (Koroma 2015, 94–95.)

1990-luvun lamasta huolimatta ruoan kulutus pysyi kasvussa, mutta ravintola-alan kehitys pysähtyi, kun ravintolat hakeutuivat konkurssiin (Koroma 2015, 128). 2000-luvulla ravintolaelämässä palattiin suomalaisen ruoan juurille ja pohjoismaisia raaka-aineita kunnioitettiin. Suomalaista lihaa, kalaa, marjoja, sieniä ja vihanneksia haluttiin korostaa. Ihmisiä kiinnosti ruoan alkuperä ja jäljittelevyys niin kotona kuin ravintoloissa. Sesonkiajattelua, kotimaisuutta, luomua, lähiruokaa ja terveyttä korostettiin. Pohjolan puhtaita raaka-aineita vaaliva, skandinaavinen keittiö oli nousussa. (Ruokatieto 2022b; Koroma 2015, 160.) Kotona syötiin edelleen paljon liharuokia kuten jauhelihakastiketta, pihvejä ja leikkeitä, nautaa ja porsasta, makaronilaatikkaa ja pizzaa. Lihankulutus on ollut toisen maailmansodan vaurastumisen myötä jatkuvassa nousussa vuoteen 2022 saakka. Vuonna 1995 suomalainen henkilö käytti keskimäärin 66 kg lihaa vuodessa, kun vuonna 2021 kulutus vuodessa oli 79 kg henkilöä kohden ilmastokriisistä ja terveellisyysihannoimisesta huolimatta (Tietohaarukka 2022). Vuonna 1950 lihankulutus henkeä kohti oli 29 kiloa vuodessa (Auvinen 2019, 62).

Vuonna 2009 perustettiin ELO – Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäätiö, ruokakulttuuri otettiin hallitusohjelmaan ja Helsingin kaupunki perusti ruokakulttuuristrategian (Ruokatieto 2022a). ELO-säätiö on koonnut kansallisruokia yhteen ja niitä ovat esimerkiksi hernekeitto, ruisleipä, karjalanpiirakka, mämmi, viili, mustikkapiirakka, muikut ja karjalanpaisti (ELO s.a.).

2.2 Kasvisruokakulttuuri ja vegetarismien synty Suomessa

Suomen mediassa kasvisruokailusta puhuttiin ensimmäisen kerran vuonna 1888 Waasan lehdessä eliniän pidentämisen yhteydessä. Aiheen myötä myös sanasto kehittyi tehden vegetarismien yleiseksi käsitteeksi. Aatteelle merkittävimmät syyt olivat terveydelliset ja eettiset. Vuonna 1894 ilmestyi sekä ensimmäinen kasvisruoan keittokirja että kasvisruokaravintola. Suomen Vegetaristien yhdistys oli ensimmäinen suomalainen yhdistys, joka kannusti kasvisruokaan. Se perustettiin vuonna 1913. Vaikka kasvipainotteinen ruokavalio oli suosittua 1900-luvulla, liitettiin siihen myös terveysväittämiä, jotka eivät pitäneet paikkaansa. Toisaalta kasvisruokaa oli pakko suosia myös

lihan kalliin hinnan ja niukan saatavuuden takia. Suomessa toisen maailmansodan sotilaat sotivat pääosin ruisleivän, puuron, papujen, makaronin ja herneiden voimin. (Auvinen 2019, 49–57.)

Edellä mainitun voidaan sanoa olevan Suomen ensimmäinen vegebuumi. Toinen sellainen kukoisti vuonna 1960. Terveellisuuden ja eettisyyden rinnalla vegetarismiin ryhdyttiin myös henkisistä ja ympäristöllisistä syistä. Kasvisruokailu liitettiin nuorisoon, rock-musiikkiin, hippeihin ja vastakulttuurista edustaviin. Ensimmäisiä kasviperäiseen ruokaan käytettäviä raaka-aineita, kuten linssejä ja tofua tuotiin Suomeen. 1990-luvulla yleistynyt eläinoikeusajattelu kokosi samanmielisiä ihmisiä yhteen ja vuonna 1993 perustettiin Suomen Vegaaniliitto ry, joka alkoi julkaisemaan veganismiin kannustavaa lehteä nimeltä Vegaia. Eläinten oikeuksien lisäksi veganismiin kannustettiin ympäristö- ja ilmastosyistä ja myös geenimuuntelua, hävikkiä ja tiettyjä kulutusmalleja paheksuttiin. Veganismi oli vielä varsin haastavaa niukan tarjonnan vuoksi, vaikka vegaanit jakoivatkin mielellään reseptivinkkejään. (Auvinen 2019, 62–70.)

2000-luvulla ryhdyttiin salakuvaamaan eläintuotantotiloja. Aktivistit halusivat tuoda valtamedialle julki materiaalia eläinten huonoista oloista ja ennenaikaisista kuolemista suomalaisilla broileritiloilla. Tempaus meni läpi aiheuttaen viranomaisselvittelyjä ja valtavan mediamyllyn. Eläinten huonojen olojen kuvaaminen jatkui ja mukaan tulivat sikalat, teurastamot ja turkistarhat. Vuonna 2013 veganismiin haluttiin kannustaa uudella tavalla, kun Vegaaniliitto ja Oikeutta eläimille keksivät aloittaa Vegaanihaasteen. Haasteessa kannustettiin veganismiin ja ilmoittautumisen ohella jaettiin vinkkejä ja reseptejä. Samana vuonna alkoi Lihaton lokakuu -kampanja. Molempien tempausten päämääränä oli saada ihmiset kokeilemaan veganismia kuukauden ajan muuttaakseen yksilön ajattelua pysyvämmiin. Tästä on seurannut tuorein vegebuumi, josta kerrotaan luvussa 3.3. (Auvinen 2019, 71–81.)

2.3 Klassikkoruokat

Klassikkoruoalla on pitkä historia, johon liittyy usein johonkin henkilöön liitetty tarina, jolla on kulttuurillinen merkitys (Rantanen 2018, 5). Klassikon määritelmässä tärkeintä on pysyvyys ja muuttumattomuus. Lahden (2017, 4–5) mukaan suomalaisia klassikkoruokia ovat muun muassa perunamuusi, mummonkurkut, kalakukko, katkarapuskagen, silakkapihvit, graavilohi, paistetut muikut, lihapullat, läskisoosi, makaronilaatikko, karjalanpaisti, poronkärjitys, karjalanpiirakka, saaristolaisleipä, ruisleipä, rieska, pannukakku, Runebergin tortut ja omena-kaurapaistos.

Klassikoiden resepteille ollaan uskollisia eikä ruoka ole kevyimmästä päästä. Etenkään kasvisten osalta ei noudateta lautasmallia, vaan annokset ovat usein melko raskaita ja energiatiheitä. Klassikkoravintolassa vuosikymmeniä listalla olleita annoksia on haastavaa muuttaa, saati ottaa pois ruokalistalta. Pysyvyys ja muuttumattomuus koskee ruokalistan lisäksi ravintolassa tunnelmaa, asioita, sisustusta ja jopa henkilökuntaa. Klassikkoravintoloiden ruokalistalla näkee annoksia kuten

kermanen lohikeitto, silakat tai muikut, maksaa, lihapullia, leikkeitä ja pihvejä. (Lindgren 2012, 5–7.)

3.1 Mitä vegaani syö?

Vegaani ei käytä ruokavaliossaan eläimistä peräisin olevia tuotteita (Vegaaniliitto s.a.a.). Ruokavalioon kuuluu monipuolisesti viljatuotteita, perunaa, vihanneksia ja juureksia, palkokasveja, marjoja ja hedelmiä, sieniä, pähkinöitä ja kasvirasvaa. Erilaisia maito- ja lihatuotteiden korvikkeita voi usein käyttää samalla tavalla, kuin lihaa ja maitotuotteita. Tällaisia ovat esimerkiksi kaurasta, pavuista, soijasta, vehnäproteiinista ja mantelista valmistetut lihankorvikkeet tai juomat, jogurtit ja kermat. Vegaanille on myös valmisruokia, kuten erilaisia pyöryköitä, pihvejä ja makkaran kaltaisia tuotteita. Vegaanit syövät paljon tuttuja ruokia, kuten jäätelöä ja pizzaa, kasvipohjaisia raaka-aineita hyödyntäen. Vegaaneille on kehitetty sekasyöjän lautasmallin kaltaisia omia malleja ruokavalion koostamiseen. Ruokavaliota noudattavien on käytettävä D-vitamiinia, jodia sekä B12-vitamiinia ravintolisänä. (Kaipiainen 2019, 47–51; Vegaaniliitto s.a.c.)

Ruokaviraston (2022) mukaan aikuisen vegaanin lautasmalli kootaan kolmesta yhtä suuresta osiosta niin, että yksi osa lautasesta on hiilihydraattipitoista juures-, peruna- tai viljatuotteista koostuvaa lisäkettä, toinen osa tuoreita ja kypsennettyjä kasviksia ja kolmas yhtä suuri osio sisältää kasviproteiinin lähteen, esimerkiksi tofua tai soijasuikaleita. Rasvahappojen lähteenä käytetään kasvipohjaisia öljyjä ja levitteitä sekä pähkinöitä ja siemeniä, joista saadaan myös proteiinia. Aterioita nautitaan 5–6 päivässä. (Ruokavirasto 2022.)

Ruokavalion koostaminen vaatii perehtymistä tarkasti ohjeisiin, jotta ruoasta saadaan välttämättömät ravintoaineet. Erityistä huomiota tulee kiinnittää sellaisiin ravintoaineisiin, joita saa huomattavasti vähemmän kasvisruokavaliosta, kuin eläinperäisiä ravintoaineita sisältävästä ruokavaliosta. Näitä ovat jodi, kalsium, sinkki, rauta sekä B12- ja D-vitamiini. (Vegaaniliitto s.a.c.) Edellä mainituista syistä vegaaninen ruokavalio saatetaan kokea työläänä tai hankalana toteuttaa. Lisäksi ongelmana ruokavaliossa nähdään riittämätön energiansaanti, vähäinen proteiinin saanti ja proteiinin laatu. Näihin ratkaisuksi on esitetty hyviä rasvoja sisältävien elintarvikkeiden, kuten pähkinöiden ja öljyn lisäämistä ruokavalioon. Proteiinin saannissa tulee kiinnittää huomiota kasviproteiinien lähteiden monipuolisuuteen. (Mattila 2016, 100.)

3.2 Ravintolassa käymisen syyt

Ihmiset hakeutuvat ravintolaan syömään eri syistä. Näitä voi olla yksinkertaisesti nälän sammuttaminen, työpaikkaruokailu, ravintolan läheinen sijainti, ystävien, muiden läheisten tai asiakkaiden tapaaminen, juhlapäivä, kokeilunhalu esimerkiksi tehokkaan markkinoinnin vaikutuksesta tai vaikkapa vaan se, ettei huvita itse tehdä ruokaa (Cousins, Lillicrap & Weekes 2014, 10).

Kespron (2018, 10–19) tekemän ulkona syömisen tutkimuksen mukaan kuluttajat ovat entistä tietoisempia tarjonnasta ja näin ollen odotukset ravintolaruokaa kohtaan ovat korkeammat, kuin

koskaan. Personointi on muodissa ja asiakkaat haluavat yksilöllisiä ja ainutlaatuisia kokemuksia. Ravintolakokemuksessa painottuu elämyksen hakeminen, jota vaaditaan esimerkiksi yksilölle räätälöidystä, persoonallisesta palvelusta. Kokemuksen merkityksellisyyteen vaikuttaa myös ravintolan sisustus, valaistus, tunnelma, hintataso ja esimerkiksi tarinallisuus, jota voidaan luoda vaikkapa raaka-aineiden alkuperästä. Tarinallisuus tukee aitoutta, mitä asiakkaat hakevat myös ruoan laadusta, paikallisuudesta ja jäljitettävyydestä. Paikallisuus ja lähiruoka puhuttelevat myös vastuullisuuden näkökulmasta, mikä on nykypäivän ulkona syöjälle tärkeää. (Kespro 2018, 10–19.)

Ulkona syödään enimmäkseen piristääkseen arkea. Ravintolassa käydään spontaanimminkin, kuin ennen, eikä ravintolaruokailua liitetä ainoastaan esimerkiksi merkkipäiviin tai juhliin. Kun valitaan ravintolaa, kuluttajalle merkitsee hinta-laatusuhde, sijainti, helppous asiointissa sekä ruoan laatu. Näiden täytyminen toivotulla tavalla takaa asiakastyytyväisyyden. Ruoan laadun odotusten alittuminen on suurin syy, miksi asiakas ei palaa ravintolaan uudelleen. Nuorille erityisen tärkeää ovat erityisruokavaliot ja se, että ravintola-annoksen pystyy muokata omiin tarpeisiinsa sopivaksi. (Kespro 2019, 5–22.) Ravintola ei menesty ainoastaan tarjoamalla kasvisruokaa sitä haluaville. Ruoan laatuun liittyy maku, annoskoko, tuoreus, lämpötila, ravitsemus sekä vaihtoehdot ruokalistalla. (Choi, Joung, Choi, & Kim 2022, 353–356.)

Ruoan laadun lisäksi sen maku ja esillepano vaikuttaa merkittävämminkin siihen, palaako asiakas ravintolaan, kuin esimerkiksi ravintolan tyyli. Edelleen myös hinnan ja palvelun taso vaikuttavat ravintolan valintaan. Ravintolan valinta alkaa tilaisuuden luonteen määrittelyllä, jonka mukaan ravintola valikoituu. Siihen, valitaanko pikaruokaravintola vai fine dining -illallinen vaikuttaa, onko kyseessä esimerkiksi lounas kesken työpäivän vai häpäivän juhla-ateria. Ravintolan valintaan vaikuttaa myös esimerkiksi ikä ja tulotaso (Jung, Sydnor, Lee & Almanza 2015, 88–98.)

3.3 Vegaanisuus ravintoloissa

Tuoreimman vegebuumin sanotaan alkaneen vuonna 2016, kun kasvipohjaisten tuotteiden käyttöä ja myyntiä lisättiin kaupoissa ja ravintoloissa. Sekä S-ryhmä että Kesko korostivat vegaanisia tuotteita asettelemalla ne omiin hyllyihinsä tuoden niitä näkyvämmiin esille. Ruoan eettisyys, ekologisuus ja terveellisyys kasvattivat merkitystään kuluttajien keskuudessa vaikuttaen kauppojen valikoimaan, tuotekehitykseen ja ravintolojen tarjontaan. Ravintoloissa vegaanisuus alkoi näkymään erinäisten lihankorvikkeiden käytössä varsinaisen lihan sijaan. Suomalainen nyhtökaura on kauran, härkäpavun ja herneen proteiinista tehty valmiste, joka tuli markkinoille keväällä 2016 (Mattila 2016, 181). Vehnäproteiinista tehty, rakenteeltaan lihaa muistuttava seitan yleistyi pizzeriaissa, kun vegaaninen versio kebabista, Vöner, syntyi vuonna 2016. Vuonna 2018 markkinoille tuli seitanista tehdyt joulukinkut. Vuonna 2009 perustettiin yhdysvaltalainen Beyond Meat, joka pyrki tuotteillaan jäljittelemään lihaa mahdollisimman tarkasti. Lopputuotoksena Beyond Meat -tuotteet jopa

vuotavat ”verta”, eli punajuurimehua, niitä haukatessaan. Tuotteen ensimmäisenä Suomen ravintolamaailmaan toi vegaanisen hampurilaisravintolaketjun Bun2Bunin ravintoloitsijat Petri Kallioinen ja Pasi Hassinen vuonna 2018. (Auvinen 2020, 93–111.) Tänä päivänä Beyond Meatin tuotevalikoimaan kuuluu hampurilaispihvien lisäksi lihapullia, jauhelihaa ja makkaraa muistuttavia tuotteita (Beyond Meat 2022). Näiden lisäksi muita paljon ravintoloissakin käytettyjä lihankorvikkeita ovat härkäpapuvalmisteet, soijapavut eri muodoissaan, kuten tofuna, rouheena tai maitotuotteiden korvikkeena ja sienirihmaston avulla soijapavuista tehty Tempeh (Mattila 2016, 181–182).

Suomessa on monta täysin vegaanista ravintolaa, jotka on tehty helposti paikkakunnittain löydettäväksi esimerkiksi Vegaaniliiton nettisivuilta. Myös esimerkiksi HappyCow-sivusto listaa vegaaniravintoloita ympäri maailman. Sivuston kautta löytää helposti täysin vegaanisia ravintoloita arvosteluineen esimerkiksi sijainnin tai ravintolan tyylin perusteella. (HappyCow s.a; Vegaaniliitto s.a.d.) Helsingissä suosituimpia täysin vegaanisia ravintoloita ovat esimerkiksi hampurilaisketju Bun2Bun, joogakahvila Roots, katuruokaa tarjoava Junk y Vegan sekä fine dining -ravintola Magu. Bun2Bun tarjoaa vegaanisia hampurilaisia käyttäen Beyond Meat -hampurilaispihvejä. Hampurilaisten lisäksi ruokalistalla on salaatteja ja soijasta tehtyjä ”nugetteja”. Junk y Vegan -ravintolan hampurilaistäytteet vaihtelevat seitanlastuista ja portobello-sienistä No Chick -pihviin, joka on herneproteiinista tehty kasvispihvi. Hampurilaisten lisäksi tarjolla on flatbread-leipiä eri täytteillä, sormiruokaa dippeineen sekä salaatteja ja bowleja. Joogakahvila Roots tarjoaa salaatteja, bowleja sekä kokoustarjoiluja ja aamiaispaketteja sisältäen tuorepuuroja, bageleita, mehuja, kahvia ja leivonnaisia. Hienostuneempaan kokemukseen keskittyvä Magu tarjoaa voimassa olevaan sesonkiin painottuvaa menua. Tällä hetkellä menu painottuu sieniin ja sadonkorjuuseen tarjoten asiakkaalleen esimerkiksi sienitortillaa, osterivinokasta ja sienirisottoa. (Bun2Bun 2022; Junk Y Vegan s.a.; Roots s.a. Magu 2022.)

4 Tutkimuksen toteutus

Tässä luvussa käydään läpi opinnäytetyön kyselytutkimuksen toteutus sekä esitellään toimeksiantajayritys. Tämä opinnäytetyö on tutkimustyyppinen työ. Se on määrällinen, eli kvantitatiivinen, tilastolliseksi tutkimukseksiin kutsuttu tutkimus, jonka aineisto on kerätty puolistrukturoidun kysymyslomakkeen avulla. Opinnäytetyön tavoite on selvittää, voisiko vegaaniset versiot toimeksiantajayrityksen ravintola Eliten ruokalistan annoksista olla keino vastata vegaanisen asiakaskunnan tarpeisiin ja millä tavoin vegaaniset helsinkiläiset suhtautuisivat annoksiin. Lisäksi selvitetään, houkuttelisiko vegaaniset klassikot uusia vegaanisia asiakkaita ravintolaan.

Kvantitatiivisen tutkimuksen yleisin aineistonkeruumenetelmä on lomake, joka vastaa numeerisiin kysymyksiin, kuten paljonko tai kuinka usein. Siksi kyselylomaketta aineistonkeruumenetelmänä on käytetty myös tässä tutkimuksessa. Kysymyslomake sisältää myös avoimia kohtia, eli sitä voidaan pitää puolistrukturoituna (Vilka 2021, luku 5). Määrällisessä tutkimuksessa tutkitaan jo olemassa olevaa ilmiötä tai siinä tapahtuvia muutoksia ja tuloksia esitetään numeraalisesti taulukkojen ja diagrammien avulla havainnoiden (Heikkilä 2014, 15). Myös tässä tutkimuksessa tulokset on esitetty taulukkojen ja diagrammien avulla havainnoiden.

4.1 Tutkimuksen lähtötilanne ja toimeksiantajan esittely

Tässä luvussa esitellään toimeksiantajan yleisen kuvauksen lisäksi ne annokset, joista on luotu tutkimusta varten kuvitteelliset vegaaniset versiot, joiden mielenkiintoa helsinkiläisten vegaanien näkökulmasta selvitetään. Näitä annoksia ovat kurpitsakeitto, Vorschmack, sekä crème brûlée, jotka näkyvät kuvassa 2. Varsinaisia klassikoita edellä mainituista ovat Vorschmack ja crème brûlée. Nämä annokset ovat olleet ravintolan ruokalistalla jo pitkään.



Kuva 2. Kyselylomakkeen annokset kurpitsakeitto, Vorschmack ja crème brûlée

Ravintola Elite on perustettu vuonna 1932 ja sitä on kuvailtu töölöläisten olohuoneeksi ja taiteilijaravintolaksi. Taiteilijaravintolan maine on muovautunut taiteilijakoti Lallukan sijainnin ravintolan naapurissa takia. (Lindgren 2012, 42.) Elite on säilyttänyt samalla reseptillä valmistetut klassikkoannoksensa ruokalistalla vuosikymmenten ajan. Tällaisiin klassikkoannoksiin kuuluu esimerkiksi Vorschmack ja taiteilija Tauno Palon mukaan nimetty kermasipulipihvi. Jälkiruokien ikiklassikoksi ravintola kutsuu crème brûléea. (Ravintola Elite s.a.a.)

Vorschmack on alun perin Marsalkka Mannerheimin Suomeen Puolasta tuoma annos, jonka reseptin hän toi ravintola Savoyhin. Ruokalaji valmistetaan lampaan jauhelihasta ja sillistä tai anjoviksesta sekä tomaattipyreestä massaksi jauhaen ja se tarjoillaan perunamuusin tai keitinperunoiden, suolakurkun, punajuurin ja smetanan kanssa. (Rantanen 2018, 62.) Crème brûlée, eli kermainen paahtovanukas sisältää kermaa, vaniljaa ja keltuaista. Esille laitettaessa vanukkaan pinta peitetään ruokosokerilla, joka paahdetaan kullan ruskeaksi kovaksi pinnaksi. Tätä tutkimusta varten ravintola Eliten klassikkoannoksista, vorschmackista ja crème brûléesta on luotu kuvitteelliset vegaaniset versiot, joiden mielenkiintoa vegaanien näkökulmasta selvitetään.

Kappaleesta 3.3 voidaan päätellä, että vegaaniseen ruokaan painottuvat ravintolat tarjoavat lähinnä katuruokaa, aasialaiseen tapaan valmistettua ruokaa sekä erinäisiä salaatteja ja bowleja. Koska tällaiset annokset eivät varsinaisesti tue ravintola Eliten liikeideaa, on vegaanisten vaihtoehtojen keksiminen Elitessä haastavaa. Kappaleessa 2.2 kerrottiin klassikolle ominaispiirteitä olevan pysyvyys ja muuttumattomuus. Eliteä pidetään klassikkoravintolana, joten mitkä tahansa muutokset ovat haaste tämän tyyppiselle ravintolalle.

Tämänhetkisen Taiteilijamenun alkuruokana tarjottava kurpitsakeitto valmistetaan paahtamalla myskikurpitsaa uunissa öljyn ja vaalean balsamicon kanssa. Paahtuneet kurpitsat ajetaan sosekeikoksi sipulilla, chilillä, inkiväärillä ja kanelilla maustetun kasvisliemen kanssa. Esille laitettaessa keittoon lisätään kuohukermaa. Vegaanisessa versiossa kuohukerma korvataan kasvikeramalla. Keitto koristellaan paahtetuilla kurpitsansiemenillä.

Ravintola Eliten Vorschmack valmistetaan karitsan jauhelihasta, sillistä, valkosipulista ja tomaattipyreestä. Raaka-aineita keitetään vuorokauden ympäri ja seuraavana päivänä ajetaan tasaiseksi massaksi suurella sauvasekoittimella. Vegaanisessa versiossa raaka-aineet ovat tomaattipyree, valkosipuli, kidneypavut, vesi, kasvisliemi, valkosipuli, soijarouhe ja mausteet. Vegaaninen annos tarjoillaan keitinperunoiden, etikkasuolakurkun ja -punajuuren sekä kaurapohjaisen ”creme fraichen” kanssa.

Vegaanisen crème brûléen keskiössä on kookos. Se valmistetaan kookoskermasta, sokerista ja agar agarista keittämällä, annostellaan kulhoihin ja hydytetään. Ennen tarjoilua pinnalle ripotellaan ruokosokeria ja pinta paahdetaan kaasupolttimella klassisen version tapaan.

Näistä annoksista syntyy kokonaan vegaaninen klassikkoruokia jäljittelevä menu, jossa alkuruokana tarjoillaan vegaaninen kurpitsakeitto, pääruokana vegaaninen vorschmack ja jälkiruokana kookos crème brûlée.

4.2 Tutkimuksen kohderyhmä

Kun otanta tehdään harkinnallisesti kohderyhmän ominaisuuksien perusteella, puhutaan silloin näytteestä (Valli 2015, luku 2). Otokokoon vaikuttaa tutkimuksen tarkoitus, aikataulu ja esimerkiksi budjetti. Siihen vaikuttaa myös perusjoukon koko, josta sopiva otannan koko on usein noin 20 prosenttia (Valli 2018, luku 1). Tutkija joutuu aina pohtimaan sopivaa otoskoko, sillä koko kohderyhmää ei ole mahdollista tutkia (Valli 2015, luku 2). Valtakunnallisissa tutkimuksissa vastaajia voi olla jopa 1000, kun taas pienemmän kohderyhmän ja kokonaistasolla tutkittavan ilmiön otoskooksi riittää 100. (Heikkilä 2014, 31–43.) Otoksoon määrä on aina riippuvainen tutkimuksen luonteesta (Valli 2015, luku 2). Jos kysely jaetaan sosiaalisen median alustalla, tutkija ei voi valikoida kyselyyn vastaajia itse. Tästäkin syystä ei voida puhua todennäköisyysotannasta, vaan aineistossa puhutaan otoksen sijasta näytteestä. (Valli 2018, luku 1.)

Tutkimuksessa tutkitaan Vegaaninen Helsinki -Facebookryhmän jäsenistä valikoitunutta, kriteereihin sopivaa ryhmää. Kohderyhmä on valittu ominaisuuksiensa perusteella sosiaalisen median alustalla sijaitsevasta ryhmästä, eli aineistoa kutsutaan otoksen sijaan näytteeksi. Opinnäytetyössä tutkitaan vegaaneja, sillä vegaanisten ruokien houkuttelevuutta on haluttu selvittää erityisesti vegaanien näkökulmasta. Tilastokeskuksen (2022) vuonna 2017 tehdyn tutkimuksen mukaan 20–44-vuotiaat käyvät ravintoloissa eniten, joten kohderyhmän jäsenet ovat rajattu kyseiseen ikäryhmään. (Tilastokeskus 2022.) Tutkittava ryhmä on valikoitunut sijainnin perusteella. Kohderyhmä rajataan Helsinkiin, sillä ravintola Elite sijaitsee Helsingissä ja asiakkaita halutaan lähialueilta ravintolan saavutettavuuden takia. Kohderyhmä valikoituu Vegaaninen Helsinki -Facebookryhmän 20–44-vuotiaista vastaajista. Ryhmässä on tutkimuksen toteuttamishetkellä 19,3 tuhatta jäsentä, joista vastaajia on vähintään 100, sillä Heikkilän (2014, 43) mukaan vastaajamäärä riittää tämän tyyppiseen tutkimukseen.

4.3 Aineistonkeruu kyselylomakkeella

Tutkimusaineisto on kerätty sähköisen kyselylomakkeen avulla. Lomake on standardoitu, eli vakioidu, tarkoittaen sitä, että jokainen kyselyyn vastaaja kohtaa samat kysymykset tietyssä järjestyksessä. Kyselylomaketutkimus on yleisin määrällisen tutkimuksen aineiston keräämiseen käytetty menetelmä sen soveltuvuuden suurelle joukolle ihmisiä takia. Vastaukset saadaan yleensä myös nopeasti ja tutkijalla on mahdollisuus arkaluontoistenkin kysymysten kysymiseen vastaajan pysyessä tuntemattomana (Heikkilä 2014, 18). Riskinä voidaan pitää liian vähäistä vastaajamäärää tai viiveitä vastausten saamisessa, mikä vaikuttaa negatiivisesti esimerkiksi aikatauluun (Vilkkä 2021,

luku 4). Internetissä toteutetun kyselyn vaikeutena pidetään myös sen päätymistä oikealle kohderyhmälle, avointen kysymysten vastaamatta jättämistä ja kysymysten väärinkäsitystä, kun lisätietoa on hankala selvittää (Heikkilä 2014, 17–18). Sähköisen kyselyn suurimpia etuja on melko suuri vastausinto, kyselyn edullinen ja nopea toteutustapa ja tutkijalle helpoksi tehty sähköinen aineistonsyöttö (Valli 2018, luku 1).

Opinnäytetyön kyselytutkimuksen aineiston keräämiseen on valittu Webropol-sovelluksella luotu kyselylomake, sillä se soveltuu hyvin suurelle joukolle ja kyselylomaketutkimus on yleisin menetelmä määrällisen tutkimuksen aineiston keruuseen. Webropol on suomalainen, käyttäjäystävällinen ohjelmisto, jossa on nähtävillä monta kysymystä samanaikaisesti, mikä helpottaa vastaajaa vertailemaan vastauksiaan (Valli 2018, luku 1). Internetkysely sopii jaettavaksi Facebookissa, sillä kohderyhmän oletetaan olevan tottuneita käyttämään tietokonetta. Kyselyn jakaminen Facebookissa vaatii vastaajalta toimivaa internet-yhteyttä. Facebookissa toteutetun kyselyn etu on samasta aihepiiristä kiinnostuneiden ihmisten löytäminen esimerkiksi ryhmän kautta, kuten tässä tutkimuksessa. Kysely on jaettu sähköisesti myös siksi, että vastausintoa voidaan pitää suurena ja toteutustapa on nopea ja helppo.

Kyselylomake alkaa usein taustakysymyksistä, joilla johdatellaan vastaajaa kyselyn pariin. Tällaisilla kysymyksillä kartoitetaan esimerkiksi vastaajan ikää, sukupuolta ja koulutustaustaa, joiden yhteyttä selvitetään tutkittavaan ilmiöön nähden. Näitä seuraa helpot kysymykset, sitten arkaluontoisemmat kysymykset ja loppuun sijoitetaan taas helposti vastattavia kysymyksiä, jotta voidaan taata vastaajan mielenkiinto ja kyselyn luotettavuus koko kyselylomakkeen ajan. (Valli 2018, luku1.)

Koska taustakysymykset sijoitetaan usein ensimmäiseksi, myös tämän tutkimuksen kyselylomakkeen kysymykset alkavat kyselyn pariin johdattelevilla taustakysymyksillä. Kyselylomake (Liite 2) sisältää strukturoituja, eli suljettuja monivalintakysymyksiä, joihin on annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Näillä helpoilla taustakysymyksillä 1–5 selvitetään vastaajan ikää, sukupuolta, koulutustaustaa, sekä tämänhetkistä elämäntilannetta. Valmiit vastausvaihtoehdot sisältävät kysymykset ovat yleisimmin käytetyimpiä taustatietojen selvittämiseen (Valli 2018, luku 1). Siksi myös tässä kyselyssä taustatietojen selvittämiseen oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot.

Näiden jälkeen siirrytään taustatietoja seuraaviin kysymyksiin. Sekamuotoisia kysymyksiä ovat sellaiset kysymykset, joissa on sekä vastausvaihtoehtoja että avoin kohta, jos kaikkia vaihtoehtoja ei osata nimetä (Vilkkä 2021, luku 4). Kysymykset 6–9 ovat sekamuotoisia, eli ne sisältävät avoimen kohdan siltä varalta, että kaikkia vastausvaihtoehtoja ei olla osattu huomioida. Näillä kysymyksillä selvitetään vastaajan syytä olla vegaani, kuinka usein vastaaja käyttää ravintolapalveluita, mistä syytä ravintolaan mennään ja millä perusteella kyseinen ravintola tulee valituksi.

Ravintola Eliten klassikkoannosten vegaanisiin versioihin suhtautumista mitataan kysymyksissä 10–15 viisiportaista Likertin asteikkoa hyödyntäen väittämillä jokaista annosta kohtaan. Likertin asteikkoa käytetään useimmiten silloin, kun mitataan mielipiteitä sekä asenteita. Likertin asteikkoa on olemassa viisi-, seitsemän- tai yhdeksänportaisia, joiden parittomuus johtuu keskikohdan ”en osaa sanoa”-kohdasta. Yleisimmin käytössä on viisiportainen asteikko, jonka vastausvaihtoehdot 1–5 nimetään niin, että 1 tarkoittaa täysin samaa mieltä ja 5 täysin eri mieltä. Asteikon heikkoutena voidaan pitää keskikohdan suosimista. (Valli 2018, luku 1.) Tutkimukseen on valittu viisiportainen Likertin asteikko, sillä se soveltuu mielipiteiden ja asenteiden mittaamiseen klassikkoannoksia kohtaan. Annoksia voi kommentoida halutessaan myös avoimesti pakollisten kysymysten jälkeen.

Avoimia kysymyksiä kysymyslomakkeessa voi käyttää myös määrällisessä tutkimuksessa, jos tutkimuksen aiheesta on saatavilla niukasti tietoa, eli valmiita vastausvaihtoehtoja ei osata luoda. Niitä voidaan käyttää myös halutessaan tutkittavalta ryhmältä sellaisia mielipiteitä, joiden vastaa- mista ei haluta rajata millään tavalla. Vastaukset voidaan muuttaa myös avoimissa kysymyksissä numeraalisiksi luokittelemalla niitä samankaltaisuuksien mukaan ryhmiin. (Vilkkä 2021, luku 5.) Avoimien kysymyksen riskinä on vastaamatta jättäminen, epätarkat vastaukset sekä työläs vastausten analysointi. Niitä käyttämällä voidaan saada myös uusia ideoita sekä tarkkoja mielipiteitä vastaajilta. (Valli 2018, luku 1.)

Annoksia koskevien kysymysten jälkeen selvitetään, kuinka paljon vastaaja olisi valmis maksamaan lomakkeessa mainitusta vegaanisesta klassikkomenusta, millaista vegaanista ruokaa ravintoloihin halutaan sekä kartoitetaan kehitysideoita vegaanisten ruokavaihtoehtojen lisäämiseen suomalaisessa klassikkoravintolassa. Näitä kartoitetaan avointen kysymysten 16–18 avulla. Avoimia kysymyksiä käytetään siksi, vastaajilta halutaan sellaisia mielipiteitä ja ideoita, joita ei olla rajattu esimerkiksi asettamalla valmiit vastausvaihtoehdot. Näin voidaan saada uusia ideoita.

4.4 Kyselytutkimuksen toteuttaminen

Kuva 3 osoittaa, että kyselytutkimuksen toteuttaminen alkoi kysymysten hahmottelulla tutkimusongelmien perusteella. Sen jälkeen se esiteltiin opinnäytetyön ohjaajalle. Tämän jälkeen kysely vietiin Webropoliin ja siihen lisättiin lomakkeeseen tarvittavat kuvat annoksista, jotka ovat kappaleen 4.1 kuvassa 2. Ennen kyselylomakkeen jakamista se tulee testata pienellä perusjoukkoon kuuluvalla ihmisryhmällä. Tämä ryhmä arvioi kyselyn toimivuutta esimerkiksi pituuden, selkeyden, vastausvaihtoehtojen, kyselyyn vastaamiseen kuluneen ajan ja siihen annettujen ohjeiden näkökulmasta. Testiryhmä arvioi myös, onko mukana turhia kysymyksiä tai kenties jotain uutta, mitä olisi oleellista kysyä. (Vilkkä 2021, luku 4.)

Webropoliin viemisen jälkeen etsittiin testiryhmään sopivat henkilöt, joiden avulla testattiin kyselylomakkeen toimivuutta ja selkeyttä. Kaksi kohderyhmään sopivaa henkilöä antoi vastaukset kyselyyn

viipymättä. Kyselyn etukäteen testaamisella Webropolissa selvisi, minkälaista dataa ohjelmisto raportoi. Tämä helpotti hahmottamaan, miten esimerkiksi avoimet vastaukset tulee analysoida. Testiryhmän antamien selkeiden vastauksien lisäksi koeryhmään kuuluvat vastaajat kertoivat, että lomaketta oli helppo navigoida ja se oli ymmärrettävä ja aihe mielenkiintoinen.

Tämän vaiheen jälkeen kyselylomake lähetettiin saatekirjeineen (Liite 1.) toimeksiantajalle tarkistettavaksi. Sen jälkeen kyselylomake käytiin yhdessä toimeksiantajan kanssa läpi. Kyselylomakkeessa oli alun perin Vorschmack alkuruokana, Tauno Palon kermasipulipihvi pääruokana ja crème brûlée jälkiruokana. Toimeksiantajan pyynnöstä Tauno Palon kermasipulipihvin vegaaninen versio tuli muuttaa kokonaan joksikin muuksi. Muutosten jälkeen toimeksiantaja halusi lähettää myös kyselylomakkeen markkinointivastaavan tarkistettavaksi.

Korjaukset eivät olleet pieniä, vaan veivät aikaa ja kyselylomake oli tehtävä kokonaan uudelleen. Tämän lisäksi muutoksia tuli tehdä myös opinnäytetyön tietoperustaosioon. Lopulta alkuruoaksi muutettiin kurpitsakeiton, joka ei sinänsä kuulunut klassikkoannokseen, mutta oli sen hetkisen Taiteilijamenun alkuruoka ravintolassa. Pääruoaksi päättyi Vorschmack ja jälkiruoka pysyi ennallaan. Uudistettu saatekirje (Liite 1.) ja kyselylomake (Liite 2.) lähetettiin sekä toimeksiantajalle että markkinointivastaavalle. Tämän jälkeen kyselyyn lisättiin vielä avoimet kohdat, joissa vegaanit voivat kommentoida annoksia halutessaan. Näiden muutosten jälkeen kysely julkaistiin Facebookryhmässä ja siihen saatiin kymmenessä tunnissa 163 vastausta, joten se suljettiin jo saman päivän iltana. Tuloksia tarkasteltiin Webropolin oman raportoinnin avulla, josta ne vietiin Excelliin taulukoiden ja diagrammien tekemistä varten. Lopuksi tulokset esitettiin ohjaajalle.



Kuva 3. Kyselytutkimuksen toteuttamisen vaiheet

4.5 Aineiston analysointimenetelmät perusteluineen

Kyselylomakkeen luomisvaiheessa muuttujille annetaan arvo, joka voi olla esimerkiksi numero tai muu symboli. Muuttujalla tarkoitetaan niitä ominaisuuksia, jotka liittyvät havainnoitavaan asiaan ja on mitattavissa. Muuttujille, kuten ikä tai koulutustausta, annettu arvo on edellytys määrällisen tutkimuksen aineiston analysointiin taulukoinnin keinoin. (Vilkka 2021, luku 4.) Taulukoinnin sekä graafisen esittämisen avulla voidaan esittää tietoa ja lukuja ja havainnoida ja elävöittää tekstiä raportissa lukijalle mielekkäällä tavalla. Sitä, miten tuloksia ilmoitetaan, riippuu tutkimuksen luonteesta. Prosenttilukuja voidaan käyttää, kun vertaillaan eri ryhmiä. Tilastokuvioiden tarkoitus on osoittaa mitattujen asioiden keskinäisiä suhteita mahdollisimman selkeästi. Yksi selkeä ja hyvin muuttujien arvojen ja ryhmien määrien kuvaamiseen sopiva kuvio on pylväskuvio. (Heikkilä 2014, 144–155.) Nettikyselyjen luomiseen tarkoitettussa Webropol-ohjelmisto luo aineistosta Excel-tiedoston vastauksista. Sillä on myös mahdollista luoda taulukkoja ja kuvia tai muokata niitä Excelissä haluamaansa muotoon. (Heikkilä 2014, 119.)

Aineiston analysoinnissa hyödynnetään Webropolin omaa analytiikkaa. Aineisto viedään Exceliin taulukoiden ja pylväskuviojen luomiseksi. Taulukointia ja graafista esittämistä on käytetty, sillä se tekee lukemisesta sekä helpompaa että mielekkäämpää. Taustatietoja kartoittavien kysymysten tulokset ilmaistaan prosenttilukuina, jotka ovat sijoitettu taulukkoon. Näitä ovat vastaajan ikä, sukupuoli, koulutus, elämäntilanne ja vuositulot. Prosenttilukuja käytetään, sillä niiden avulla on helppoa vertailla ryhmiä. Sekamuotoisien kysymysten tulokset esitetään pylväskuvion avulla, joka näyttää kyseisen vastauksen valinneiden määrää prosentteina. Pylväskuvio on valittu sen selkeyden takia.

Avointen kysymysten analysointi tehdään luokitellen vastaukset ryhmiin (Vilkka 2021, luku 4). Avointen kysymysten analysoinnissa etsitään vastauksista samankaltaisuuksia, joiden mukaan luokitella vastauksia ryhmiin. Vastaukset voidaan koodata numeraalisesti ryhmien perusteella. (Valli 2015, luku 5.) Tällainen luokittelu sopii niin määrälliseen kuin laadulliseen tutkimukseen. Kun samankaltaiset vastaukset on luokiteltu ryhmiin, aineisto voidaan esittää taulukkona, jonka ideana on esittää montako kertaa tietty vastaus, luokka, toistuu aineistossa. Avointen kysymysten vastaukset voidaan analysoida myös teemoittelun avulla, joka muistuttaa luokittelua. Teemoittelussa etsitään luokittelun tavoin vastauksissa esiintyviä samankaltaisuuksia aihepiirien eli teemojen mukaan. Aineistoa ryhmitellään aihepiirien mukaan ja oleellista on, mitä kustakin teemasta sanotaan. (Tuomi & Sarajärvi 2018, luku 4.1.) Tässä opinnäytetyössä avointen kysymysten vastaukset teemoitellaan vastauksissa esiintyvien samankaltaisuuksien perusteella, sillä menetelmää voidaan käyttää myös määrällisessä tutkimuksessa. Sen jälkeen vastaukset muutetaan numeraaliseksi niiden toistuvuuden perusteella ja tulokset esitetään sekä vapaamuotoisien visualisointikuvioiden avulla että pylväskuviona.

5 Tulokset

Tutkimuksen tuloksissa käydään läpi vastaajien taustatiedot, joita olivat vastaajan ikä, sukupuoli, koulutustausta, tulotaso sekä elämäntilanne. Kyselyssä kartoitettiin myös vastaajan ensisijaista syytä vegaanisuuteen, ravintolassa käymisen tiheyttä, ravintolassa käymisen syytä sekä sitä, millä perusteella ravintola valikoituu. Myös sen osion tuloksia käydään läpi kappaleessa 5.1.

Tämän jälkeen siirrytään klassikkoannosten vegaanisia versioita koskevien kysymysten tulosten käsittelyyn. Lopuksi käydään läpi avointen kysymysten tulokset, joista selviää vegaanimenulle sopiva hinta, millaista vegaanista ruokaa kohderyhmä toivoisi ravintoloihin sekä heidän kehitysideansa vegaanisten ruokavaihtoehtojen lisäämiseen suomalaisessa klassikkoravintolassa. Tuloksia havainnollistetaan taulukoinnin sekä graafisen esittämisen keinoin.

5.1 Kyselyyn vastanneiden taustatiedot

Kyselyn avasi 587 ihmistä, joista 203 aloitti vastaamisen ja 163 henkilöä vastasi kyselyyn. Vastaajan tuli olla 20–44-vuotias ja keskiarvo vastaajien iässä oli 34 vuotta. Kyselyssä vastaaja kirjoitti ikänsä numeroin avoimeen tekstikenttään. Kaksi kyselyyn vastanneista ilmoitti ikänsä tutkittavan joukon ikähaarukan ulkopuolelta. Koska vastaaminen oli anonyymiä, on kohderyhmän ulkopuolelle kuuluvien henkilöiden vastaukset laskettu tästä huolimatta mukaan.

Vastaajista (n=163) suurin osa (83 %) oli naisia. Kuten taulukosta 1 voidaan havaita, kyselyyn vastasi 17 miestä, kolme muun sukupuolista ja kahdeksan vastaajista ei halunnut kertoa sukupuoltaan. Suurin osa vastaajista oli korkeakoulutautuneita ja työssäkäyviä, mutta tulotasoissa ei ollut suurta vaihtelua (Taulukko 1.).

Taulukko 1. Vastaajien taustatiedot

Taustamuuttajat	n	Prosentti
Ikä (n=161)		
20–25	25	16 %
26–30	42	26 %
31–35	26	16 %
36–40	37	23 %
41–44	31	19 %
Sukupuoli (n=163)		
Nainen	135	83 %
Mies	17	10 %
Muu	3	2 %
En halua kertoa	8	5 %
Koulutus (n=163)		
Peruskoulu	1	0,5 %
Toisen asteen koulutus	27	17 %

Taustamuuttujat	n	Prosentti
Alempi korkeakoulututkinto	61	37 %
Ylempi korkeakoulututkinto	71	44 %
Tohtori	2	1 %
Muu	1	0,5 %
Elämäntilanne (n=163)		
Työtön	7	4 %
Opiskelija	22	13 %
Opiskelee ja käy töissä	29	18 %
Työssäkäyvä	99	61 %
Muu	6	4 %
Vuositulot (n=163)		
Alle 10 000 €	23	14 %
10 000–19 000 €	25	15 %
20 000–29 000 €	22	13 %
30 000–39 000 €	32	20 %
40 000–49 000 €	27	17 %
50 000 € tai enemmän	34	21 %

Kuten taulukosta 2 voidaan todeta, vastanneista (n=163) enemmistön (71 %) ensisijainen syy olla vegaani liittyi eläimiä koskeviin eettisiin ongelmiin. 34 henkilöä vastaajista valitsi ympäristölliset syyt ja loput terveydelliset tai sosiaaliset syyt. Kukaan kyselyyn vastanneista ei valinnut uskonnollisia tai henkisiä syitä. ”Muu, mikä”-vastauksen valinneet seitsemän henkilöä mainitsivat olevan hankalaa valita vain yksi syy vastausvaihtoehdoista ja yksi henkilö kertoi vegaanisen ruoan maun olevan ensisijainen syy vegaanina olemiseen. (Taulukko 2.)

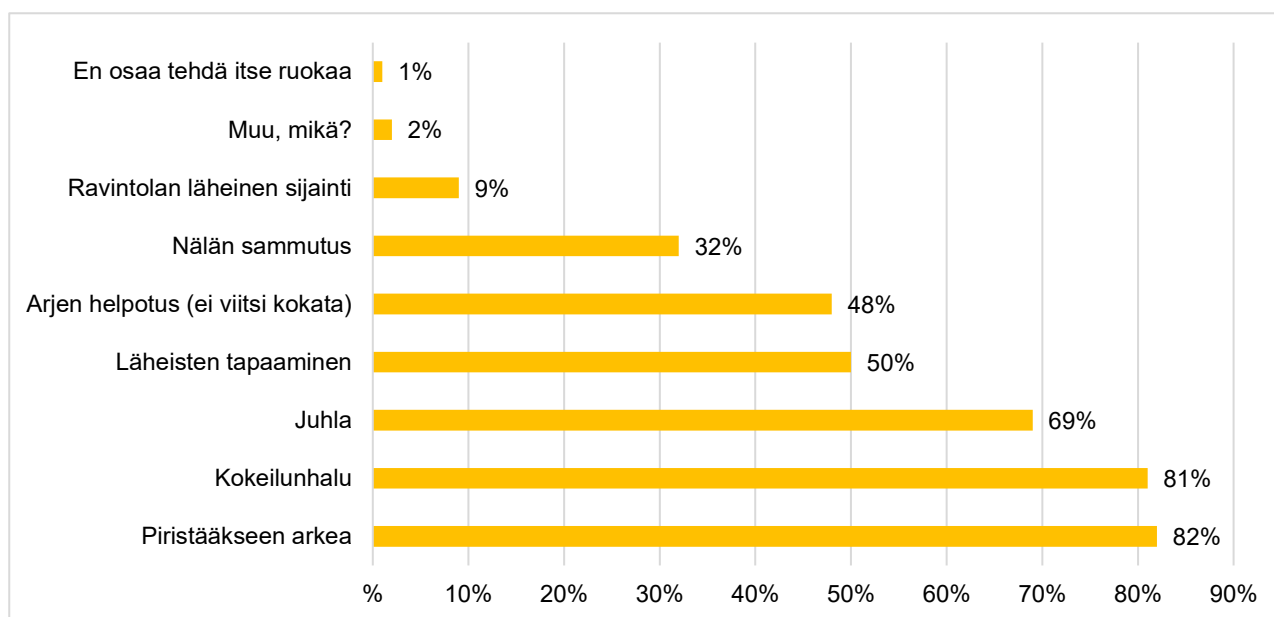
Taulukko 2. Syyt vegaanisuuheen ja ravintolassa käymisen useus

Syyt vegaanisuuheen ja ravintolassa käymisen useus (n=163)	n	Prosentti
Ensisijainen syy olla vegaani (n=163)		
Eläimiin liittyvät eettiset ongelmat	116	71 %
Terveydelliset syyt	5	3 %
Ympäristölliset syyt	34	21 %
Uskonnolliset/henkiset syyt	0	0 %
Sosiaaliset syyt	1	1 %
Muu	7	4 %
Ravintolassa käymisen useus (n=163)		
Kolmesti viikossa tai useammin	6	4 %
1–2 kertaa viikossa	64	39 %
Noin 1–2 kertaa kuukaudessa	76	47 %
Noin 3–5 kertaa vuodessa	17	10 %
Noin 1–2 kertaa vuodessa	0	0 %
Harvemmin	0	0 %

Taulukosta 2 havaitaan, että valtaosa kyselyyn vastanneista (86 %) käy ravintolassa joko viikoittain, tai ainakin kuukausittain. Kuusi henkilöä (4 %) vastaajista käy jopa kolmesti viikossa tai

useammin ja 17 henkilöä (10 %) kyselyyn vastanneista käy 3–5 kertaa vuodessa. Vastaajista (n=163) kukaan ei valinnut vaihtoehtoja 1–2 kertaa vuodessa tai tätä harvemmin (Taulukko 2.).

Kun kartoitettiin syitä ravintolaan hakeutumiselle, vastaajat (n=163) valitsivat useita vastauksia niin, että vastausten lukumäärä oli yhteensä 609. Kuten kuvasta 4 havaitaan, suurin osa vastaajista valitsi menevänsä ravintolaan piristääkseen arkea tai kokeilunhalusta, johon voi liittyä esimerkiksi itselleen uusi ravintola tai elämys. Nämä kaksi vaihtoehtoa saivat lähes yhtä paljon kannatusta keskenään. Kolmanneksi eniten kannatusta (69 %) sai vaihtoehto, jossa ravintolaan hakeudutaan juhlistaakseen jotain merkittävää. Muita syitä ravintolaan hakeutumiselle oli esimerkiksi opiskelijaravintolan alhainen hinta ja työpaikalta pois pääsy (Kuva 4.).

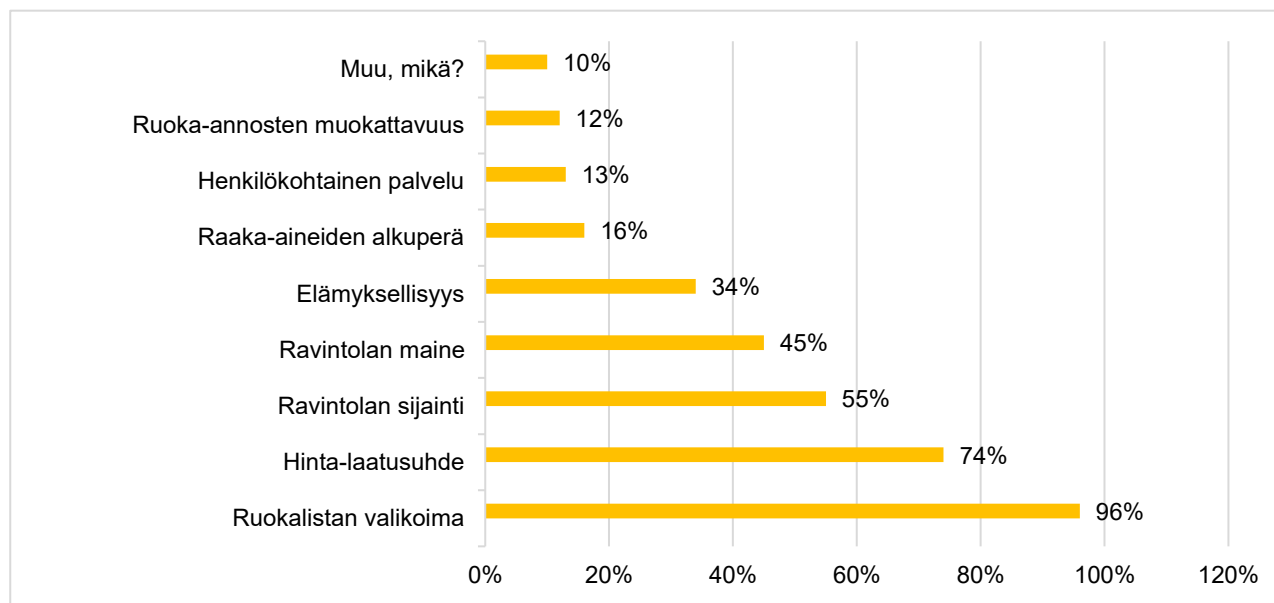


Kuva 4. Ravintolaan hakeutumisen syyt (n=163)

Kuten ravintolaan hakeutumisen syitä, myös ravintolan valintaan vaikuttavia tekijöitä kartoitettiin monivalintakysymyksen avulla, jossa vastaajalla oli mahdollisuus valita useampi vastausvaihtoehto. Vastaajien (n=163) toimesta kerättiin yhteensä 577 vastausta. Kuva 5 osoittaa, että lähes jokainen vastaaja (96 %) valitsi ruokalistan valikoiman perusteluksi ravintolan valinnalle.

Hinta-laatusuhteella oli merkitystä 120 vastaajalle (74 %). Seuraavaksi eniten kannatusta sai ravintolan maine sekä sijainti. Ruoka-annosten muokattavuus, henkilökohtainen palvelu ja annoksissa käytettyjen raaka-aineiden alkuperä jäi vähemmälle huomiolle ravintolan valintaan johtavissa tekijöissä. Avoimien kohtien teemoittelun tuloksena yhteensä 14 vastaajaa 17:sta kertoi valitsevansa ravintolan vegaanisien annosten saatavuuden sekä valikoiman perusteella. Tämä liittyi ruokalistan valikoimaan, mutta vastaajat olivat tarkentaneet sitä avoimessa tekstikentässä. Yksi vastaajista

kertoi valitsevansa ravintolan vegaaneille suunnatun mobiilisovelluksen muiden käyttäjien suosittelujen perusteella (Kuva 5.).



Kuva 5. Ravintolan valintaan vaikuttavat tekijät (n=163)

5.2 Vegaanisia annoksia koskevien kysymyksiä tulokset

Annoksia koskeviin kysymyksiin vastasi 163 ihmistä, sillä väittämiin vastaaminen oli pakollista. Ravintola Eliten ruokalistan annoksista mukailut vegaaniset versiot oli kuvailtu sanallisesti ennen varsinaisia kysymyksiä annoksista. Mukaan oli liitetty myös kuva alkuperäisestä versiosta havainnollistamaan annoksen ulkonäköä. Mielenpitoita annoksia kohtaan mitattiin viisiportaisen Likertin asteikon avulla. Asteikon numerointi meni seuraavasti:

1. Täysin eri mieltä
2. Osittain eri mieltä
3. Ei samaa eikä eri mieltä
4. Osittain samaa mieltä
5. Täysin samaa mieltä

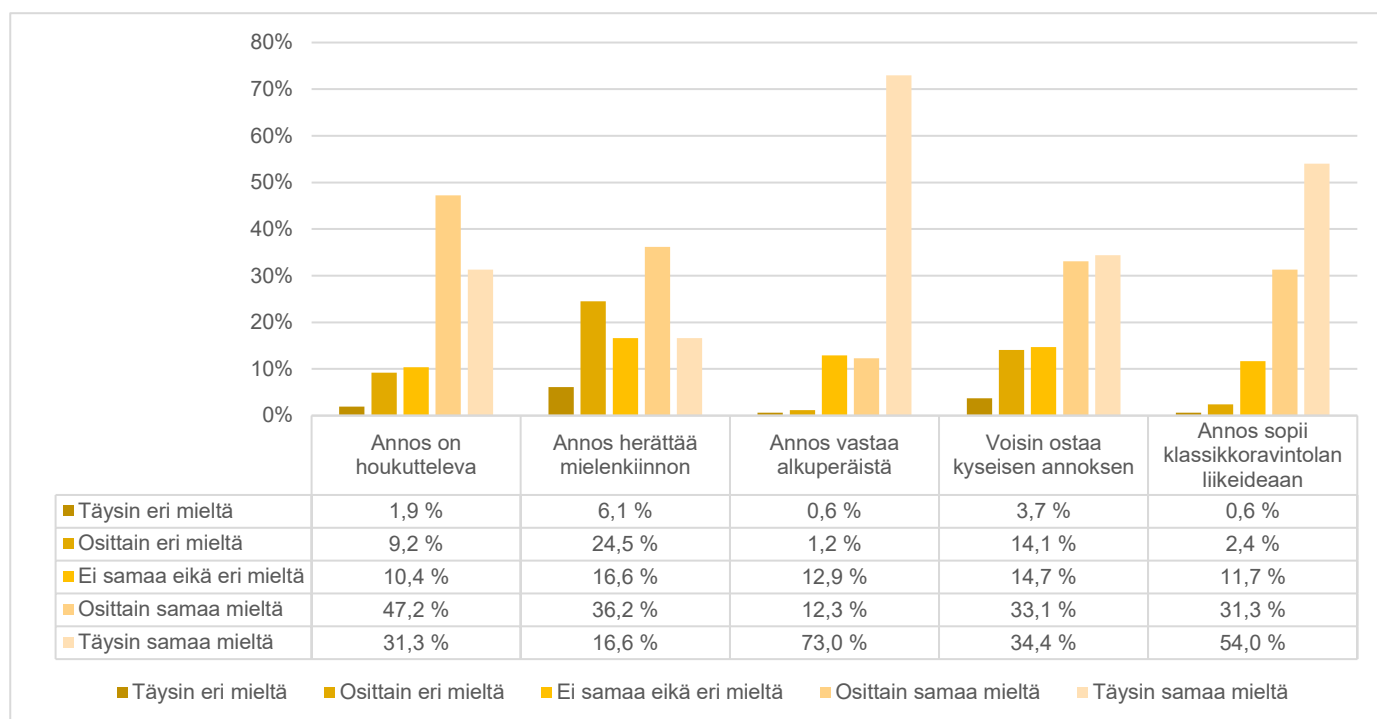
Väittämät kustakin annoksesta olivat:

- Annos on houkutteleva
- Annos herättää mielenkiinnon
- Annos vastaa alkuperäistä
- Voisin ostaa kyseisen annoksen
- Annos sopii klassikkoravintolan liikeideaan

Lisäksi kutakin annosta pystyi halutessaan kommentoimaan avoimeen tekstikenttään. Tämä ei ollut pakollista, joten vastausten määrä vaihteli kunkin annoksen kohdalla.

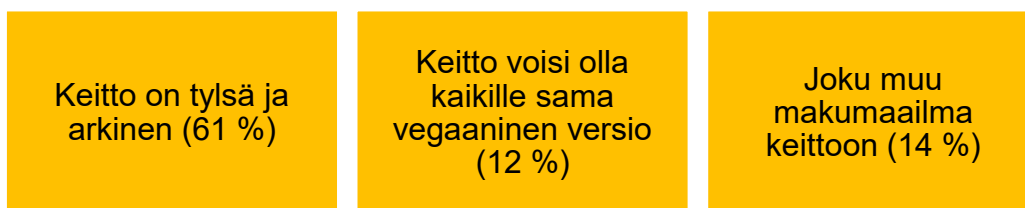
5.2.1 Vegaaninen kurpitsakeitto

Kuva 6 osoittaa, että valtaosa vastaajista oli vegaanisen kurpitsakeiton kohdalla sitä mieltä, että annos on houkutteleva. Noin 11 % oli houkuttelevuudesta joko osittain tai täysin eri mieltä. Siitä, herättääkö kurpitsakeitto mielenkiinnon, oltiin keskiarvallisesti melko neutraalisti ei samaa, eikä eri mieltä. 36 % oli osittain samaa mieltä ja 24,5 % osittain eri mieltä. Valtaosa vastaajista (73 %) oli täysin samaa mieltä siitä, että vegaaninen kurpitsakeitto vastaa alkuperäistä versiota. Yli puolet (67 %) kyselyyn vastanneista oli myös sitä mieltä, että voisi ostaa annoksen. 85 % vastaajista oli samaa mieltä siitä, että vegaaninen kurpitsakeitto sopisi klassikkoravintolaan. (Kuva 6.)



Kuva 6. Vegaanista kurpitsakeittoa koskevien väittämien tulokset (n=163)

Vegaanista kurpitsakeittoa oli mahdollista kommentoida halutessaan avoimeen tekstikenttään. Avoimia vastauksia tuli 51 ja ne teemoiteltiin luokittelemalla samankaltaiset vastaukset ryhmiin, jotka näkyvät kuvassa 7. 31 henkilöä 51:stä (61 %) sanoi kurpitsakeiton olevan tylsä ja arkinen vaihtoehto ravintolaan. 12 % vastaajista kehotti tekemään keiton alusta alkaen vegaanisena ja 14 % vastaajista olisi toivonut keittoon jotakin muuta makumaailmaa.

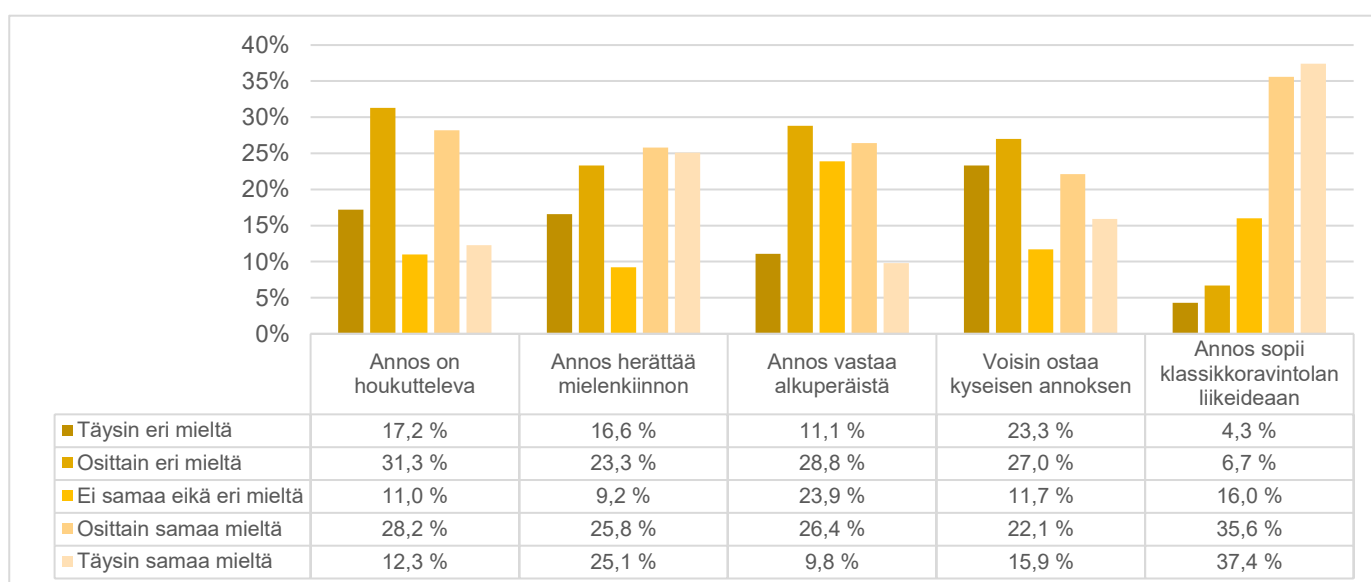


Kuva 7. Avoimia kommentteja kurpitsakeitosta

Vaikka suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että annos sopii klassikkoravintolaan, oli se myös valtaosan avoimen kommentin jättäneistä mielestä tylsä ja arkinen vaihtoehto. (Kuva 7.) Koska yli puolet vastaajista silti ostaisi annoksen, olisi se kelpo annos vegaanimenun alkuruoaksi.

5.2.2 Vegaaninen Vorschmack

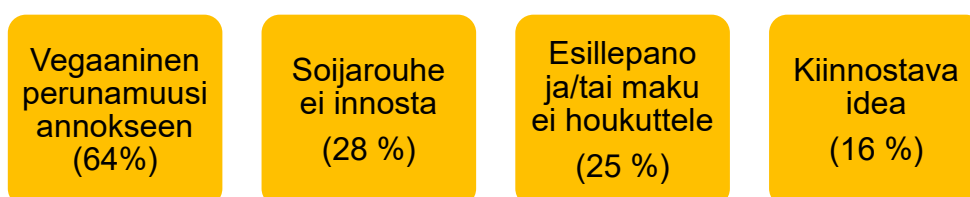
Se, onko vegaaninen Vorschmack houkutteleva, jakoi selkeästi mielipiteitä, kuten kuvasta 8 havaitaan. 31 % vastaajista (n=163) oli osittain eri mieltä ja 28 % taas osittain samaa mieltä houkuttelevuudesta. Keskiarvoksi saatiin 2,9. Puolet vastaajista olivat osittain tai täysin samaa mieltä siitä, että annos herättää mielenkiinnon. Noin 40 % vastaajista oli tästä väitteestä osittain tai täysin eri mieltä ja loput valitsivat neutraalin keskikohdan. Puolet vastaajista eivät ostaisi vegaanista Vorschmackia ravintolassa. Yli puolet olivat kuitenkin joko osittain tai täysin sitä mieltä, että annos sopii klassikkoravintolaan. (Kuva 8.)



Kuva 8. Vegaanista Vorschmackia koskevien väittämien tulokset (n=163)

Avointa palautetta vegaanisesta Vorschmackista antoi 97 henkilöä. Kuten kuvasta 9 havaitaan, teemoittelun tuloksena 62 henkilöä (64 %) toivoi annokseen vegaanisesti valmistettua perunamuu-sia, sillä keitinperunat eivät vastanneet alkuperäistä annosta, jossa tarjottiin lisukkeena

perunamuusi. 28 % avoimeen kommenttikenttään vastanneista (n=97) olivat sitä mieltä, että soijarouhe ei innosta. Sen tilalle ehdotettiin esimerkiksi kasvisjauhelihaa, seitania, sekä härkäpapu- ja herneproteiinivalmisteita. Myös sillin maun jäljittelyyn ehdotettiin munakoisosta valmistettua ”sillisäilykettä”, jota myy Kalavale. Soijarouheen mainittiin olevan liian arkista ravintolaan käytettäväksi. Myös hintaa haluttiin huomattavasti alaspäin alkuperäisestä, jos alkuperäisessä Vorschmackissa käytetty karitsan jauheliha korvataan soijarouheella. Kyselyssä ei mainittu alkuperäisen Vorschmackin hintaa. 16 % vastanneista oli sitä mieltä, että idea on kiinnostava ja tuotetta voisi kokeilla. Esillepanon ja/tai makumaailman takia 25 % vastaajista ei kiinnostunut annoksesta lainkaan.



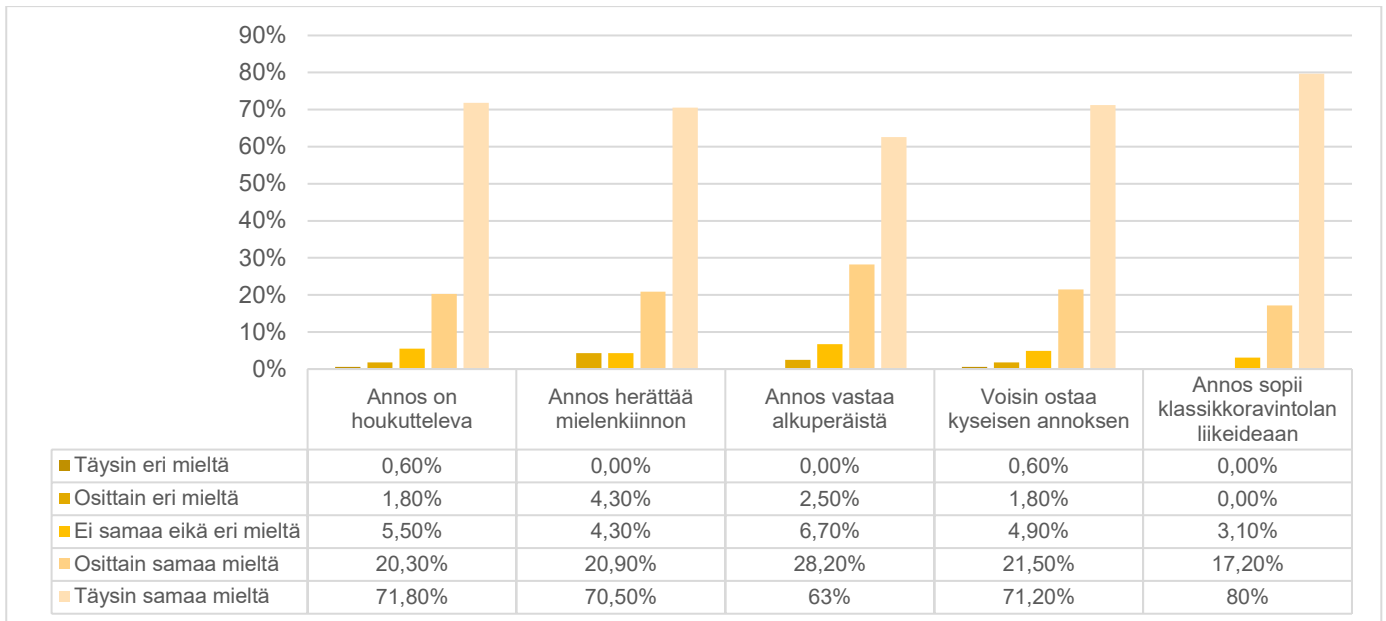
Kuva 9. Kommentteja vegaanisesta Vorschmackista

Vaikka valtaosan mielestä annos sopisi klassikkoravintolaan, vastaajista suurempi osa ei koe annosta houkuttelevaksi. Koska yli puolet kyselyyn vastanneista jättäisivät annoksen ostamatta, voidaan tästä päätellä, että kyseinen annos ei olisi hyvä vegaanisen klassikkomenun pääruoaksi. Moni vastaajista ei ole valmis maksamaan perunasta ja soijarouheesta, sillä se olisi ravintolaan liian edullista, arkista ja esillepanoltaan luotaantyöntävä. Tästä klassikkoannoksesta ei olisi syytä luoda vegaanista versiota.

5.2.3 Vegaaninen crème brûlée

Vegaaninen crème brûlée oli tulosten perusteella kohderyhmälle mieluisa. Tämä voidaan havaita kuvasta 10. Reilusti yli puolet vastaajista (n=163) oli täysin samaa mieltä siitä, että annos on houkutteleva, herättää mielenkiinnon, vastaa alkuperäistä ja sopii klassikkoravintolan liikeideaan. 70 % vastaajista voisi myös ostaa kyseisen annoksen.

Kukaan vastaajista ei valinnut ”Täysin eri mieltä”-vastausvaihtoehtoa koskien annoksen sopivuutta klassikkoravintolaan, sen vastaavuutta alkuperäiseen nähden tai siitä, herättääkö annos mielenkiinnon. Jokaisen väittämän kohdalla keskiarvo ylitti neljän ja ainoastaan 3–10 % vastauksista jäi neutraaliin ”Ei samaa eikä eri mieltä” tai sen alle. (Kuva 10.)



Kuva 10. Jälkiruokaa koskevien väitteiden tulokset (n=163)

Avoimeen vastauskenttään kommenttinsa jätti 51 henkilöä. Teemoittelun tulokset nähdään kuvassa 11. Vastaajista 76 % kertoi vegaanisen crème brûlée:n olevan kiinnostava ja ihana idea. 29 % kuitenkin suositteli kookoskerman tilalle jotain muuta kasvikermää, kuten kaura-, herne- tai soijapohjaista tuotetta. Tätä kehoitettiin kookoksen dominoivan maun vuoksi. 8 % vastaajista toivoi annokseen marjoja tuomaan raikkautta ja koristetta. (Kuva 11.)

Ihana idea (76 %)

Ei kookoskermaa (29 %)

Marjat tai kukat mukaan (8 %)

Kuva 11. Avoimet kommentit jälkiruoasta

5.3 Menun hinta ja kehitysehdotukset vegaanisen asiakaskunnan palvelemiseen

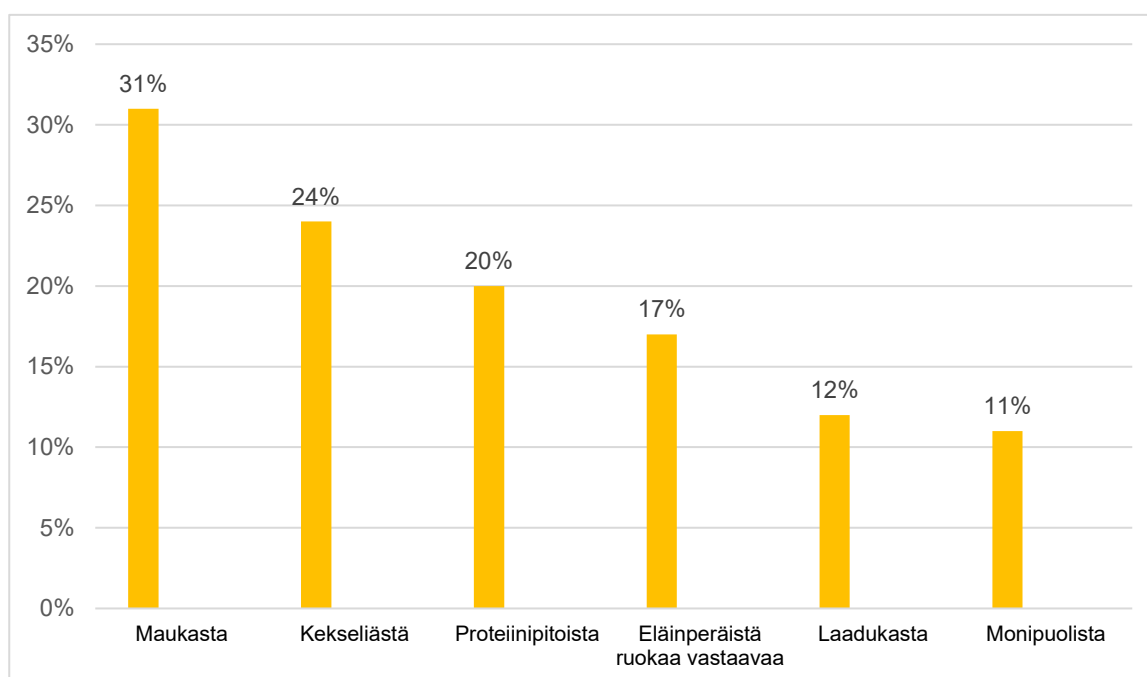
Kohderyhmältä kysyttiin, kuinka paljon he olisivat valmiita maksamaan kyselylomakkeen kolmen ruokalajin menusta. Tähän oli mahdollisuus kommentoida avoimesti. Vastauksia kerättiin 145. Numerallisesti hinnan ilmoittaneita vastaajia oli 47 ja heidän vastauksistaan menun hinnan keskiarvoksi tuli 44 €. Seitsemän vastaajaa (5 %) olisi valmis maksamaan saman verran, kuin vastaava eläinperäinen menu. Yhdeksän henkilöä (6 %) oli sitä mieltä, että menukokonaisuuden tulisi olla huomattavasti edullisempi, kuin eläinperäisen, sillä raaka-aineet ovat halvemmat vegaanisessa

versiossa. 20 henkilön (14 %) oli vaikea määritellä hintaa, sillä pääruoka ei kiinnostanut sellaise-
naan. Nämä henkilöt ilmoittivat hinnan joko kahden ruokalajin perusteella tai sillä ehdolla, että pää-
ruokaan tehtäisiin muutoksia.

Avoimilla kysymyksillä kartoitettiin myös, millaista vegaanista ruokaa kohderyhmä haluaisi nauttia
ravintolassa, sekä kehitysideoita vegaanisten ruokavaihtoehtojen lisäämiseen suomalaisessa klas-
sikkoravintolassa. Näiden kysymyksien perusteella pyrittiin selvittämään, millä tavoin vegaanien
tarpeita voitaisiin palvella paremmin ravintola Elitessä.

Kysymykseen, millaista ruokaa vegaanit haluaisivat nauttia ravintolassa, vastasi 127 henkilöä. Ku-
ten kuva 12 osoittaa, teemoittelun tuloksena syntyi kuusi eri ryhmää vastauksissa esiintyvien sa-
mankaltaisuuksien perusteella. Vastajat (n=127) toivoivat ravintolaruoan olevan

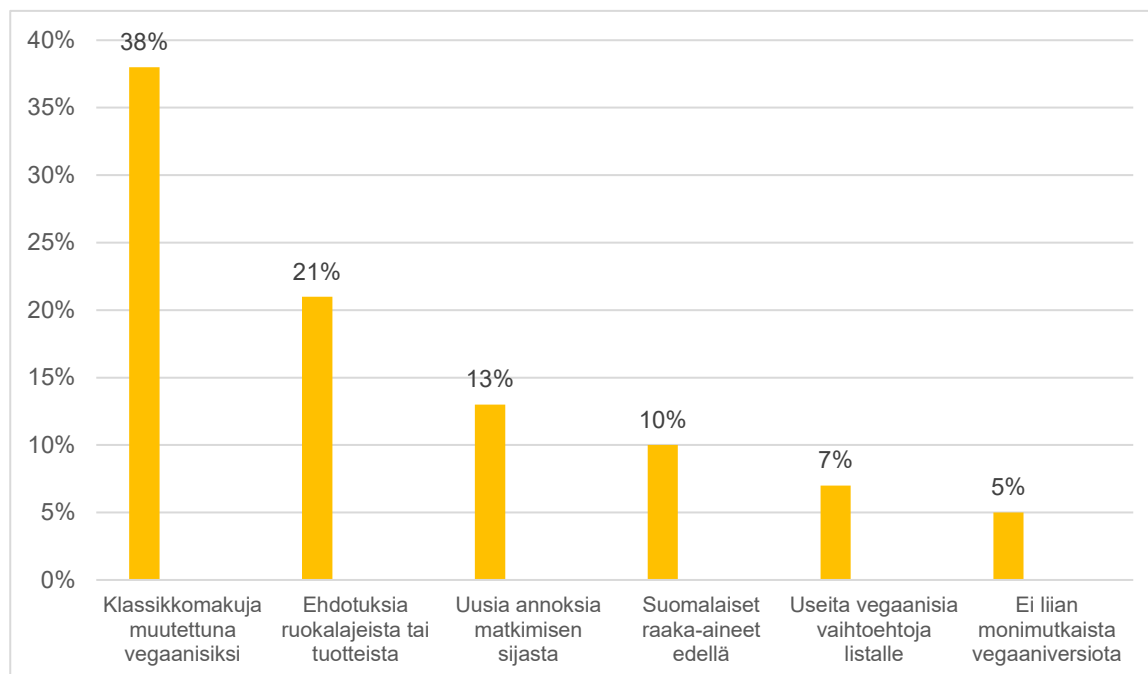
- maukasta (31 %)
- proteiinipitoista (20 %)
- monipuolista (11 %)
- laadukasta (12 %)
- eläinperäistä vastaavaa ruokaa vegaanisena (17 %)
- kekseliästä eli jotain, mitä ei itse valmistaisi kotona (24 %).



Kuva 12. Millaista ruokaa vegaanit haluavat syödä ravintolassa (n=127)

Kehitysideoita vegaanisten ruokavaihtoehtojen lisäämiseen suomalaisessa klassikkoravintolassa
antoi 97 vastaajaa. Teemoittelun tuloksena samankaltaisien vastausten perusteella muodostuneita
eri ryhmiä saatiin kuusi. Kuten kuvasta 13 voidaan lukea, 38 % vastaajista piti perinteisiä,

suomalaisia klassikoita vegaaniseksi muutettuna hyvänä ideana. 13 % kannatti täysin uuden annoksen luomista vegaanisesti sen sijaan, että muutetaan alkuperäinen annos vegaaniseksi. Vastaaajista 10 % kehotti käyttämään annoksissa suomalaisia raaka-aineita ja loput toivoivat ruokalistalle useita vegaanisia vaihtoehtoja - ei kuitenkaan liian monimutkaisia annoksia. (Kuva 13.)



Kuva 13. Kehitysideita vegaanisien ruokavaihtoehtojen lisäämiseen klassikkoravintolassa (n=97)

Kuva 13 osoittaa, että 21 % antoivat konkreettisia ruokaideoita, jotka vastasivat vegaanisia versioita suomalaisista klassikoista. Tällaisia olivat esimerkiksi poroton kääritys seitanista tai härkäpapuvalmisteista, sienikääryleet, blinit vegaanisilla täytteillä, pataruoat ja erinäiset piiraat esimerkiksi vegaanisella skagenilla täytettynä. Suoraan Eliten ruokalistalta vegaaniseksi versioiksi muutettuna ehdotettiin lohikeittoa savutofusta, sipulipihviä kasvikunnan tuotteista ja muikkujen korvikkeeksi tilillä maustettuja, uppoaistettuja soijatikkuja. Monet vegaanit kertoivat toivovansa klassikkomakuja ilman eläinperäisiä ainesosia. Esimerkiksi perunamuusi, lihapullat kasviproteiinista ja punaviinikas-tike olivat kyselyn perusteella kaivattuja. Myös vinkkejä hyvistä vegaanisista tuotteista, kuten tietyn merkin vegaanisesta juustoraasteesta annettiin.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön päätavoite oli selvittää, miten vastata vegaanisen asiakaskunnan tarpeisiin paremmin ravintola Elitessä. Alatavoitteita oli kolme ja ne selvittivät

1. olisiko valituista klassikkoannoksista syytä luoda vegaaniset versiot
2. miten helsinkiläiset vegaanit suhtautuisivat vegaanisiin versioihin klassikkoannoksista
3. voisiko klassikkoannoksista vegaanisten versioiden luominen tuoda ravintolalle uusia vegaanisia asiakkaita

Tavoitteet pyrittiin saavuttamaan kyselylomakkeen kysymyksiin saatujen vastausten avulla. Tutkimuskysymyksiin saatiin vastauksia, joiden perusteella voidaan tehdä selkeitä johtopäätöksiä ravintolan toiminnan kehittämiseksi sellaiseen suuntaan, että vegaanista asiakaskuntaa pystytään palvelemaan entistä paremmin.

6.1 Tulosten tarkastelu, johtopäätökset ja kehittämissuhteet

Valtaosa kyselyyn vastanneista oli 26–30-vuotiaita, työssäkäyviä naisia. Suurin osa on suorittanut ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon ja tienaa vuodessa 30 000 €–39 000 €. Enemmistö on vegaani eläimiin kohdistuvien eettisten ongelmien takia, kuten mainittiin myös Vegaaniliiton kotisivuilla. Valtaosa vastaajista käy ravintolassa 1–2 kertaa kuukaudessa. Kappaleessa 3.2 kerrottiin, että ravintolassa käydään useammin, kuin vaan merkkipäivinä, mitä tutkimuksen tuloksetkin osoittavat.

Kyselyyn vastanneista suurin osa hakeutuu ravintolaan kokeilunhalusta tai piristääkseen arkeaan. Ravintola valikoituu enemmistölle ruokalistan valikoiman sekä ravintolan hinta-laatusuhteen perusteella. Tulokset ovat samoja, kun luvussa 3.2 mainitut yleisimmät syyt ravintolassa käymiseen Kespron vuoden 2018 tutkimuksen mukaan. Koska yhä viiden vuoden jälkeen ruokalistan valikoidulla on suuri merkitys ravintolan valinnassa, vegaaninen klassikkomenü hintoineen sekä sisältöineen olisi hyvä olla selkeästi ilmoitettuna ruokalistassa sekä ravintola Eliten kotisivuilla että muilla digitaalisilla kanavilla.

Vegaaniset vaihtoehdot ravintoloissa ovat painottuneet paljon hampurilaisiin, salaatteihin, katuruokiin ja aasialaistyylliseen ruokaan. Ruokakulttuurilla on vaikutus yksilön valintoihin, joilla voidaan rakentaa omaa identiteettiä. Mielikuvat suomalaisesta ruokasta on opittu perinteiden ja lapsuuden kautta. Koska valtaosa vastaajista kannatti perinteisten, suomalaisten klassikkomakujen vaalimista myös vegaanisissa versioissa, on vegaaniselle klassikkomenulle paikkansa ravintola Elitessä. Siitä oltaisiin valmiita maksamaan keskimäärin 44 €, joka on melko realistinen hinta kyseiselle ravintolalle. Menun sisältö tulisi olla selkeästi ilmoitettu ja vegaanisia ruokavaihtoehtoja olisi hyvä olla myös menun ulkopuolelta.

Kasvissosekeitto olisi helposti muunneltavissa vegaaniseksi, mutta arkisuuden väistämiseksi sen kanssa voitaisiin tarjoilla esimerkiksi vegaanista fetaa, johon yksi vastaaja antoi suosituksensa tai vastaavasti kuningasosterivinokkaasta tehdyn ”kampusimpukan”, jonka päälle keitto kaadettaisiin.

Vorschmackia on tarjottu ravintoloissa suomalaisena perinneruokana jo Helsingin olympialaisissa 1952. Koska vegaaninen Vorschmack ei kuitenkaan saanut kannatusta, tulisi menuun kehittää joku toinen pääruoka. Kuten kappaleessa 3.2 kerrottiin, ruoan laatu, maku ja esillepano vaikuttavat siihen, palaako asiakas uudelleen ravintolaan. Erityisesti arkinen soijarouhe ei ollut vastaajista sopiva käytettäväksi ravintolaan ja esillepano ei houkuttellut. Kyselyyn vastanneiden mukaan pääruoassa tulisi huomioida erityisesti proteiinipitoisuus ja maku. Mattilan (2016, 100) mukaan vegaanin tulee kiinnittää huomiota erityisesti proteiinin saantiin. Ravintoloissa vegaaniruokien ongelmana on ollut proteiinin vähäisyys.

Pääruoan tulisi myös olla mahdollisimman kekseliäs eli sellainen, jota ei itse tekisi kotona. Eräs vastaajista ehdotti esimerkiksi lohikeiton valmistamista vegaanisena savutofusta. Pääruoan ei tarvitse välttämättä jäljitellä Eliten ruokalistan annosta, vaan voi olla jokin klassikko ruokalistan ulkopuolelta. Lahden (2017, 4–5) mukaan klassikkoruokia ovat esimerkiksi perunamuusi, paistetut muikut, rieska ja poronkärityks. Vegaanisena voisi valmistaa esimerkiksi porottoman kärityksen härkäpapuvalmisteesta, kuten yksi vastaaja ehdotti avoimissa kommentteissa. Annos tarjottaisiin perunamuusilla, mikäli sellaista olisi sekaruokavaliota noudattavankin annoksessa. Vegaanisen klassikkoannoksen luomisessa suosittaisiin suomalaisia raaka-aineita ja klassista makumaailmaa. 2000-luvun ravintolaelämässä kukoistanut suomalaisten raaka-aineiden käyttö ja jäljitettävyyys olisi hyvä ottaa huomioon myös vastuullisuuden näkökulmasta.

Vegaaninen crème brûlée sai kyselyn perusteella myönteisen vastaanoton ja kelpaisi klassikkomenun jälkiruoaksi. Johtopäätöksenä esimerkiksi tarjoilla koristeltuna vegaaninen crème brûlée olisi potentiaalinen annos ravintola Eliten ruokalistalle. Koska kookos jakoi mielipiteitä, voisi kookoskerman maustaa esimerkiksi appelsiinilla, tai kokeilla valmistusta jollain muulla kasvikeramalla ennen sen tuomista myyntiin. Vegaanit suhtautuivat annokseen myönteisesti ja avoimen kommenttikentän useassa kohdassa mainittiin asiakkaaksi tulemista, mikäli annos tulee ruokalistalle, eli tämä klassikkoannos vegaanisena voisi tuoda kyseiselle ravintolalle lisää vegaanista asiakaskuntaa. Koska Vorschmackin kohdalla kuitenkin vastattiin, ettei valitsisi kyseistä ravintolaa annoksen takia, ei tämän vegaanisen klassikkomenun perusteella voida vielä todeta, että ravintolaan saataisiin uusia vegaanisia asiakkaita.

Opinnäytetyössä onnistuttiin luomaan kysely, jonka tuloksista saatiin vastaukset tutkimusongelmiin. Tuloksia voidaan hyödyntää ravintolan toiminnan kehittämisessä vegaaneita paremmin palvelemaan suuntaan. Tuloksien avulla vegaanista klassikkomenua voidaan myös markkinoida

kohdennetusti. Onnistumista oli myös se, että idea klassikkomenun tekemisestä vegaanisena oli hyvä ja sai kannatusta helsinkiläisiltä vegaaneilta. Vegaaneilta onnistuttiin saamaan myös hyviä ehdotuksia siitä, millaista ruokaa ravintola Eliten kannattaisi tarjota vegaaniselle asiakaskunnalle. Tutkimuksen tulosten perusteella vegaanit kaipaavat ”ihan tavallista ruokaa” monimutkaistamatta vegaanisia versioita sen enempää siitä, mitä sekaruokavaliota noudattavat syövät.

Opinnäytetyön kyselytutkimusta varten luotu vegaaninen pääruoka olisi voitu kehittää jostain toisesta Eliten ruokalistan annoksesta, tai kokonaan ruokalistan ulkopuolelta noudattaen kuitenkin klassista makumaailmaa. Jäin pakostikin miettimään, olisiko alkuperäinen sipulipihvi vegaanisena versiona saanut enemmän kannatusta. Opinnäytetyöprosessin suurin takaisku oli muuttaa pääruoka ja ongelman ratkaisuun olisi voitu käyttää enemmän aikaa ja miettiä pääruoaksi joku muu vaihtoehto. Kohderyhmän antamat kehitysehdotukset siitä, mitä klassinen pääruoka voisi olla, otetaan ehdottomasti huomioon suunniteltaessa ravintolan klassista menukokonaisuutta vegaanisena.

6.2 Jatkotutkimusehdotukset

Koska kyselyn julkaiseminen Facebook-ryhmässä aiheutti osakseen ihmettelyä tutkimuksen ikärajauksesta, voitaisiin mielenkiintoa vegaanista klassikkomenua kohtaan tutkia myös tätä tutkimusta vanhemman kohderyhmän näkökulmasta. Jatkotutkimuksen avulla voitaisiin selvittää, eroaako vanhemman ja nuoremman kohderyhmän vastaukset toisistaan esimerkiksi siinä, millaista vegaanista ruokaa ravintolassa halutaan nauttia. Tämän lisäksi olisi mielenkiintoista tietää, olisiko ravintola Eliten nykyinen, ei-vegaaninen asiakaskunta kiinnostunut kokeilemaan klassikoita vegaanisisina.

Laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus voi selvittää kokemukseen pohjautuvaa ihmisen käyttäytymistä psykologiaa hyödyntäen. Tällaisessa tutkimuksessa käytetään hyväksi kohderyhmän arvojen ja odotusten selvitystä, joiden pohjalta voidaan tutkia vaikkapa kuluttajakäyttäytymistä ja pyrkiä kehittämään toimintaa jollekin tietylle kohderyhmälle sopivaksi. Tutkimus vastaa kysymyksiin, miten tai millainen ja aineiston keruumenetelmänä käytetään tyypillisesti haastattelua. (Heikkilä 2014, 15–16.) Jatkotutkimus voitaisiin toteuttaa kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmin, jossa selvitettäisiin helsinkiläisten vegaanien kuluttajakäyttäytymistä ja sen pohjalta päätöksentekoon vaikuttavia asioita. Kun halutaan kehittää toimintaa vegaanista asiakaskuntaa palvelevaksi, on hyvä tietää heidän arvonsa ja tarpeensa, mitä tässä tutkimuksessa käsiteltiin melko suppeasti.

6.3 Tutkimuksen validiteetti ja reliabiliteetti

Määrällistä tutkimusta arvioidaan sen validiteetin ja reliabiliteetin perusteella. Tutkimus on validi, eli pätevä, silloin, kun valitulla tutkimusmenetelmällä on onnistuttu mittaamaan virheettömästi sitä, mitä on haluttu mitata. Tutkimus ei ole validi, jos esimerkiksi tutkittavat ei ole ymmärtäneet

kyselylomakkeen kysymyksiä ja näin ollen ei olla päästy haluttuihin tuloksiin. Tulokset eivät tällöin heijastu tutkimuksen tavoitteisiin. Arvioidessa tutkimuksen validiteettia täytyy ottaa huomioon esimerkiksi kyselylomakkeen muotoilu ja ymmärrettävyys, valitun mittarin toimivuus ja mahdolliset epätarkkuudet (Vilkka 2007, 150). Tämän opinnäytetyön kyselytutkimus oli kohdistettu oikealle kohderyhmälle, ja kyselylomakkeen vastausten perusteella tehdyt tulokset vastasivat siihen aiheeseen, jota haluttiin tutkia. Aineisto oli riittävä toivottuihin johtopäätöksiin siitä, olisiko klassikko-menun luominen vegaanisena potentiaalinen tapa lisätä vegaanisia ruokavaihtoehtoja ravintola Eli-tessä. Aineisto ei ollut riittävä vastaamaan siihen kysymykseen, voisiko vegaanisen klassikko-menun lisääminen ruokalistalle tuoda ravintolaan vegaanisia asiakkaita. Vaikka ideaa klassikko-menusta kannatettiin ja jälkiruoan perusteella oltiin valmiita tekemään pöytävarauksia, pääruokavaihtoehto koettiin niin epähoukuttelevaksi, että täytyisi ilmiötä tutkia uudelleen toisella pääruokavaihtoehdolla.

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta, joka määräytyy tulosten tarkkuuden perusteella. Jotta tutkimusta voidaan pitää luotettavana, siinä tehtyjen mittausten tulosten pitäisi toistua, mikäli mittaus toistettaisiin toisen tutkijan toimesta samalla tutkittavalla henkilöllä. Arvioidessa tutkimuksen luotettavuutta, kiinnitetään huomiota esimerkiksi otoskoko, vastaajien määrään ja mittausvireisiin (Vilkka 2007, 150). Vaikka yksittäinen tutkittava on saattanut ymmärtää jonkin kysymyslomakkeen kohdan väärin, ei tämä vielä välttämättä vaikuta tutkimuksen tuloksiin. Vaikka virhe ei olisi merkittävä, tutkijan täytyy huomioida satunnaisvirheet. (Vilkka 2021, luku 7.) Opinnäytetyön kyselytutkimukseen vastasi 163 vastaajaa. Määrä on riittävä opinnäytetyön raameihin nähden, joten tuloksia voidaan pitää luotettavina. Kyselylomakkeen ymmärrettävyydessä oli yksi virhe, jossa vastaaja käsitti kyselyssä olevan kuvan esittävän vegaanista versiota, vaikka vegaaninen annos oli kuvailtu vaan sanallisesti ja kuvat olivat alkuperäisistä annoksista. Tämä ei kuitenkaan vaikuttanut tuloksiin.

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus määräytyy sen validiteetin sekä reliabiliteetin perusteella. Kun tutkimusongelmat ovat määriteltä riittävän huolellisesti, kohderyhmä on valikoitunut perustellusti, aineiston keräämisen sekä analysoinnin menetelmä on tutkimukseen sopiva, kysymykset ja vastausvaihtoehdot ovat sopivia mitattavaan aiheeseen nähden ja kyselylomake on helposti ymmärrettävissä, voidaan tutkimusta pitää kokonaisluotettavana. (Vilkka 2007, 152.) Koska opinnäytetyön tutkimusongelmat oli määriteltä huolellisesti ja kohderyhmä oli valikoitunut selkein perusteluin, voidaan tutkimusta pitää kokonaisluotettavana. Lisäksi saatekirjeessä mainittiin tutkimuksen tavoite ja osallistumisen vapaaehtoisuus. Kyselylomake vastausvaihtoehtoineen oli selkeä ja ymmärrettävä. Tutkimuksen aikana vastaajien anonymiteetti säilyi ja vastauksia ei luovutettu ulkopuolisille.

6.4 Oma oppiminen ja projektinhallinta

Projektinhallinnan osalta henkilökohtainen aikatauluni opinnäytetyön tekemiseen venyi melko reilusti. Osittain kyse oli itsestäni riippumattomista syistä ja osittain elämässä vastaan tulleista yllättävistä tekijöistä. Aikataulu venyi esimerkiksi kyselylomakkeeseen liittyvien mittavien korjausten takia. Hahmottelin kyselylomakkeen viikolla kaksi, jonka jälkeen se käytiin ohjaajan kanssa läpi ja testattiin kohderyhmään sopivilla henkilöillä, joiden etsiminen vei jonkin verran aikaa. Viikolla kuusi sain kyselyn lähetettyä toimeksiantajalle, jonka kanssa kysely käytiin läpi vasta viikolla yhdeksän. Kyselylomakkeeseen tuli paljon korjattavaa, mutta onnistuin lähettämään korjatun version toimeksiantajalle viikolla 10. Sain viikolla 11 vastauksen ja kyselylomake lähti vielä markkinointivastaavan tarkistettavaksi. Tämän jälkeen kyselylomake viimeisteltiin. Viikolla 13 sain muutokset tehtyä ja julkaistua kyselyn. Kaikkineen tämä kesti seitsemän viikkoa. Suhtauduin kuitenkin muutoksiin hallitusti ja tein vaadittavat korjaukset ripeästi ja itseohjautuvasti.

Lähteet

Auvinen, S. 2020. Lihan loppu. Toinen painos. Kosmos. Helsinki

Beyond Meat 2022. Products. Luettavissa: <https://www.beyondmeat.com/en-GB/products/>. Luettu: 11.11.2022.

Bun2Bun s.a. Menu. Luettavissa: <https://bun2bun.fi/menu/>. Luettu: 29.11.2022.

Choi, H., Joung, H., Choi, E. & Kim, H. 2022. Understanding vegetarian customers: The effects of restaurant attributes on customer satisfaction and behavioral intentions. *Journal of Foodservice Business Research*, 25, 3, s. 353–376.

Cousins, J., Lillicrap, D. & Weekes, S. 2014. *Food and beverage service*. 9. painos. Hodder Education. London. E-kirja. Luettu: 25.11.2022.

ELO – Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäatiö. Teemakuukaudet. Luettavissa: <https://www.elo-saatio.fi/blog/2016/10/02/teemat/>. Luettu: 16.11.2022.

HappyCow s.a. Vegan food near me. Luettavissa: <https://www.happycow.net/>. Luettu: 29.11.2022.

Heikkilä, T. 2014. *Tilastollinen tutkimus*. 9. painos. Edita Publishing Oy. Helsinki. E-kirja. Luettu: 18.1.2023.

Hirsjärvi S. 2022. *Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. 2. painos. Gaudeamus. Helsinki. E-kirja. Luettu: 18.1.2023.

Jung, J-M., Sydnor, S., Seul, K-L., Almanza, B. 2015. A conflict of choice: How consumers choose where to go for dinner. *International Journal of Hospitality Management*. 45, 2, s. 88–98.

Junk y Vegan. Sanomatalo. Luettavissa: <https://junkyvegan.fi/en/restaurant/sanomatalo/>. Luettu: 29.11.2022.

Kaipiainen, J. 2019. *Vegaanin ravitsemus - Opas ruokavalion koostamiseen*. Readme.fi. Helsinki.

Kespro 2018. *Ulkona syömisen tulevaisuus*. Kespro. Helsinki. Luettavissa: https://assets.ctfassets.net/yqsam7930hsq/4am4O3fZS88wCO8gou4CwS/f5d383f2a8c1acd221b2a15ca75275d5/KE_SPRO_Ulkonasyomisen_tulevaisuus_tutkimus.pdf. Luettu: 21.11.2022.

- Kespro 2019. Suomalaisten odotukset ravintoloille 2020. Kespro. Helsinki. Luettavissa: https://downloads.ctfas-sets.net/yqsam7930hsq/5asslsam8VHofknj31W9af/d09dd701fa250a13aec8480d1668e838/Suomalaisten_odotukset_ravintoloille_2020_-_tutkimus_19.9.2019.pdf. Luettu: 21.11.2022.
- Koroma, R. 2015. Gastronomiia ja ruokakulttuuria. Suomen Gastronomien Seura. Helsinki.
- Kylli, R. 2021. Suomen ruokahistoria - Suolalihasta sushiin. 3. painos. Gaudeamus. Helsinki.
- Lahti, M. 2017. Klassikot – Suomalaiset ruokasuosit. Readme.fi. Helsinki.
- Lindgren, C. 2012. Stadin klassikot: Maukkainta retroruokaa. Teos. Helsinki.
- Magu 2022. Menu. Luettavissa: <https://maguhelsinki.fi/menu>. Luettu: 29.11.2022.
- Mattila, H. 2016. Vähemmän lihaa – Kohti kestäväää ruokakulttuuria. Gaudeamus. Helsinki.
- Mäkelä, J, Palojoki, P. & Sillanpää, M. 2003. Ruisleivästä pestoon: näkökulmia muuttuvaan ruokakulttuuriin. WSOY. Helsinki.
- Rantanen, T. 2018. Klassikkoruokia - Reseptit & tarinat. Otava. Helsinki.
- Ravintola Elite s.a.a. Á la Carte. Luettavissa: <https://www.elite.fi/menu/>. Luettu: 25.10.2022.
- Ravintola Elite s.a.b. Historia. Luettavissa: <https://www.elite.fi/historia/>. Luettu: 7.11.2022.
- Roots Helsinki s.a. Menu. Luettavissa: <https://www.rootshki.fi/kahvila/>. Luettu: 29.11.2022.
- Ruokatieto Yhdistys ry 2022a. Ruokakulttuuri kautta aikojen. Luettavissa: <https://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/ruokakulttuuri-kautta-aikojen>. Luettu: 16.11.2022.
- Ruokatieto Yhdistys ry 2022b. Ulkona syömisen uusi nousu. Luettavissa: <https://www.ruokatieto.fi/ruokakulttuuri/gastronominen-suomi/ruokakulttuurin-muutos-helsingissa/ulkona-syomisen-uusi-nousu>. Luettu: 16.11.2022.
- Ruokavirasto 2022. Vegaaninen ruokavalio. Luettavissa: <https://www.ruokavirasto.fi/elintarvikkeet/terveytta-edistava-ruokavalio/ravitsemus--ja-ruokasuositukset/vegaaninen-ruokavalio/>. Luettu: 21.11.2022.
- The Vegan Society s.a. Definition of Veganism. Luettavissa: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>. Luettu: 7.11.2022.

Tietohaarukka – Tilastotietoa ruokaketjusta. 2022. Ruokatieto Yhdistys ry. Helsinki. Luettavissa: https://www.ruokatieto.fi/sites/default/files/media/flash/tietohaarukka_2022_suomi_nettiin.pdf. Luettu: 16.11.2022.

Tilastokeskus 2022. Ravintolassa käymisen useus, 15 vuotta täyttäneet. 2017. Luettavissa: https://pxweb2.stat.fi/PxWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin__vpa/statfin_vpa_pxt_266.px/table/table-ViewLayout1/. Luettu: 25.10.2022.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Tammi. Helsinki.

Työ- ja elinkeinoministeriö s.a. Yhteiskuntavastuu. Luettavissa: <https://tem.fi/yhteiskuntavastuu>. Luettu: 9.5.2023.

Valli, R. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. 2. painos. PS-kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 18.1.2023.

Valli, R. 2018. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1 - Metodien valinta ja aineistonkeruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle. 5. painos. PS-kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 11.1.2023.

Vegaaniliitto s.a.a. Mikä on vegaani? Luettavissa: <https://vegaaniliitto.fi/tietoa/mika-on-vegaani/>. Luettu: 25.10.2022.

Vegaaniliitto s.a.b. Kasvissyönti ja ympäristö. Luettavissa: <https://vegaaniliitto.fi/tietoa/miksi-veganismi/ymparisto/>. Luettu: 7.11.2022.

Vegaaniliitto s.a.c. Ruokavalion koostaminen. Luettavissa: <https://vegaaniliitto.fi/tietoa/ruokavalion-koostaminen/>. Luettu: 21.11.2022.

Vegaaniliitto s.a.d. Vegaaniystävälliset ravintolat. Luettavissa: <https://vegaaniliitto.fi/arki/vegaaniystavalliset-ravintolat/#helsinki>. Luettu: 29.11.2022.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa – Määrällisen tutkimuksen perusteet. Tammi. Helsinki. Luettavissa: <http://hanna.vilka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>. Luettu: 3.5.2023.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5. painos. PS-kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 27.4.2023.

Liitteet

Liite 1. Saatekirje

Hei,

Olen Pinja ja opiskelen Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa ruokatuotannon johtamista viimeistä vuotta. Teen opinnäytetyötä, jossa tutkitaan vegaanien mielenkiintoa helsinkiläisen ravintola Eliten ruokalistan vielä suunnitteluasteella olevia vegaanisia versioita kohtaan. Lisäksi halutaan selvittää, olisiko klassikkoannosten muuttaminen vegaaniseksi potentiaalinen tapa vastata paremmin vegaanisen asiakaskunnan tarpeisiin. Tutkimuksen avulla pyritään kehittämään ravintolan toimintaa. Opinnäytetyön toimeksiantaja on ravintola Elite.

Elite sijaitsee Helsingin Töölössä ja on perinteikäs, 90-vuotias taiteilijaravintola, jossa niin ruoan kuin ravintolan miljöönsäkin näkökulmasta nojaututaan pitkälti historiaan ja klassikoille ominaiseen muuttumattomuuteen.

Voit vastata kyselyyn, jos olet:

- helsinkiläinen vegaani
- 20–44-vuotias
- käyt Helsingin ravintoloissa

Aluerajaus sijoittuu Helsinkiin, sillä Elite sijaitsee Helsingissä. Ikärajaus taas johtuu siitä, että Tilastokeskuksen vuoden 2017 tutkimuksen mukaan kyseinen ikäryhmä käy eniten vapaa-ajallaan ravintoloissa.

Osallistuminen on täysin vapaaehtoista. Kyselyyn pääset alla olevasta linkistä. Vastaaminen vie noin 5 minuuttia ja tapahtuu täysin anonymina. Kiitos jokaiselle jo etukäteen vastaamisesta!

Liite 2. Kyselylomake

Vegaanisen asiakaskunnan tarpeisiin vastaaminen klassikkoravintolassa

Pakolliset kysymykset merkitty tähdellä (*)

Tervetuloa vastaamaan kyselyyn, jonka tarkoituksena on selvittää helsinkiläisten vegaanien mielenkiintoa ravintola Eliten klassikkoannosten suunnitteilla olevia vegaanisia versioita kohtaan. Klassikoksi kutsutaan unohtumatonta asiaa, jolla on usein pitkä historia. (Rantanen 2018, 5.) Ravintola Elite on säilyttänyt samalla reseptillä valmistetut klassikkoannoksensa ruokalistalla vuosikymmenten ajan ja perustaa liikeideansa historiaan niin ravintolan miljöössä kuin myös ruokalistassa (Ravintola Elite s.a.).

Vastauksilla kartoitetaan, olisiko klassikkoannosten tarjoaminen vegaanisena potentiaalinen tapa vegaanisten ruokavaihtoehtojen lisäämiseen sekä saataisiinko tällä tavoin vastattua vegaanisen asiakaskunnan tarpeisiin. Tuloksia hyödynnetään opinnäytetyössä ja ravintolan toiminnan kehittämisessä. Vastaus kyselyyn on anonymia.

1. Minkä ikäinen olet? *

Kirjoita vastauksesi

2. Sukupuolesi? *

- Nainen
 Mies
 Muu
 En halua kertoa

3. Korkein käymäsi koulutus? *

- Peruskoulu
 Toisen asteen koulutus (lukio/ammattikoulu)
 Alempi korkeakoulututkinto
 Ylempi korkeakoulututkinto
 Tohtori
 Muu

4. Millainen elämäntilanteesi on tällä hetkellä? *

- Työtön
 Opiskelija
 Opiskelen ja käyn samanaikaisesti töissä

- Työssäkäyvä
- Muu

5. Paljonko ovat keskimääräiset vuositulosi ennen veroja? *

- Alle 10 000 €
- 10 000-19 000 €
- 20 000-29 000 €
- 30 000-39 000 €
- 40 000-49 000 €
- 50 000 € tai enemmän

6. Mikä on ensisijainen syysi olla vegaani? *

- Eläimiin liittyvät eettiset ongelmat
 - Terveydelliset syyt
 - Ympäristölliset syyt
 - Uskonnolliset tai henkiset syyt
 - Sosiaaliset syyt
 - Muu, mikä?
-

7. Kuinka usein keskimäärin käyt ravintolassa syömässä vapaa-ajallasi? *

- Kolmesti viikossa tai useammin
- 1-2 kertaa viikossa
- Noin 1-2 kertaa kuukaudessa
- Noin 3-5 kertaa vuodessa
- Noin 1-2 kertaa vuodessa
- Harvemmin

8. Mistä syystä menet ravintolaan syömään? Voit valita useamman. *

- Sammuttaakseni nälän ilman sen kummempia tarpeita
- Ravintolan läheisen sijainnin takia
- Tavatakseni läheisiä
- Pirstääkseni arkea

- Helpottaakseni arkea (ei viitsi tehdä ruokaa kotona)
 - Juhlitaakseni jotain merkittävää
 - Kokeilunhalusta (Esim. uusi ravintola, makumaailma, elämys)
 - En osaa tehdä itse ruokaa
 - Muu, mikä?
-

9. Millä perusteella valitset ravintolan, johon menet syömään? Voit valita useamman. *

- Ravintolan sijainti
 - Hinta-laatusuhde
 - Annoksissa käytettyjen raaka-aineiden alkuperä
 - Henkilökohtainen palvelu
 - Elämyksellisyys
 - Ruokalistan valikoima
 - Ravintolan maine
 - Ruoka-annosten muokattavuus
 - Muu, mikä?
-

Seuraavat kysymykset käsittelevät ravintolan klassikkoannoksista muokattuja, kuvitteellisia vegaanisia versioita annoksista. Kuvissa näet alkuperäiset versiot annoksista. Kysymyksiä ennen on kerrottu annosten valmistustapa sekä kuvailtu vegaaninen, vastaava versio annoksesta.

Alkuruokakeitto on valmistettu paahdamalla myskikurpitsaa uunissa öljyn, suolan ja pippurin kera. Sillä välin kuullotetaan kattilassa sipuli ja chili ja lisätään joukkoon kasvisliemi, joka maustetaan inkiväärillä ja kanelilla. Kurpitsat ja liemi yhdistetään ja ajetaan sosekeitoksi. Esille laittaessa mukaan lisätään kermaa. Vegaanisessa versiossa kerma korvataan kasvikeramalla. Annos koristellaan paahdetuilla kurpitsan siemenillä.



10. Vegaaninen kurpitsakeitto *

	1 Täysin eri mieltä	2 Osittain eri mieltä	3 Ei samaa eikä eri mieltä	4 Osittain samaa mieltä	5 Täysin samaa mieltä
Annos on houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos herättää mielenkiinnon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos vastaa alkuperäistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voisin ostaa kyseisen annoksen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos sopii klassikkoravintolan liikeideaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

11. Avointa palautetta vegaanisesta kurpitsakeitosta (ei pakollinen)

Vorschmack valmistetaan karitsan jauhelihasta, sillistä, tomaattipyreestä, valkosipulista ja mausteista pitkään keittäen ja sen jälkeen jauhaen massaksi. Se tarjoillaan perunan, smetanän ja etikkasuolakurkun sekä -punajuuren kera.

Vegaanisessa versiossa jauhelihan korvaisi soijarouhe ja muutoin annos koostuisi tomaattipyreestä, kidneypavuista, valkosipulista, kasvisliemestä ja mausteista. Lisukkeet pysyisivät muuten samana, mutta smetana korvataan kaurapohjaisella ranskankermalla ja perunamuusin sijasta tarjottaisiin keitinperunaa.



12. Vegaaninen Vorschmack *

	1 Täysin eri mieltä	2 Osittain eri mieltä	3 Ei samaa eikä eri mieltä	4 Osittain samaa mieltä	5 Täysin samaa mieltä
Annos on houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos herättää mielenkiinnon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos vastaa alkuperäistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voisin ostaa kyseisen annoksen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos sopii klassikkoravintolan liikeideaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

13. Avointa palautetta vegaanisesta Vorschmackista (ei pakollinen)

Crème brûlée valmistetaan keittämällä kerma, sokeri ja vanilja. Jäähdyneen massan sekaan sekoitetaan keltuaista, annostellaan massa vuokiin ja paistetaan uunissa, kunnes rakenne on vanukasmainen. Esille laittaessa pintaan ripotellaan ruokosokeria ja paahdetaan kaasupolttimella.

Vegaanisessa versiossa keitetään kookoskerma, vanilja ja sokeri ja massa hyödytetään merilevöpohjaisen agar agar-hyytelöimisaineen avulla. Massa annostellaan kulhoihin, jäädytetään ja hyödytetään. Esille laittaessa pinta paahdetaan ruokosokerilla kaasupoltinta käyttäen kullan ruskeaksi.



14. Vegaaninen Crème brûlée *

	1 Täysin eri mieltä	2 Osittain eri mieltä	3 Ei samaa eikä eri mieltä	4 Osittain samaa mieltä	5 Täysin samaa mieltä
Annos on houkutteleva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos herättää mielenkiinnon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos vastaa alkuperäistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voisin ostaa kyseisen annoksen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Annos sopii klassikkoravintolan liikeideaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

15. Avointa palautetta vegaanisesta Crème brûléesta (ei pakollinen)

16. Kuinka paljon olisit valmis maksamaan edellä mainitusta kolmen ruokalajin menusta?

17. Millaista vegaanista ruokaa haluat nauttia ravintolassa?

18. Kehitysideasi vegaanisten ruokavaihtoehtojen lisäämiseen suomalaisessa klassikkoravintolassa?
