



# Suomen ruokamatkailun nykytila ja kehitystarpeet vegaaniasiakkaiden näkökulmasta

Inkeri Kettunen

Opinnäytetyö, AMK

Joulukuu 2024

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

**Kettunen, Inkeri**

**Suomen ruokamatkailun nykytila ja kehitystarpeet vegaaniasiakkaiden näkökulmasta.**

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. **Joulukuu 2024**, 50 sivua.

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

### **Tiivistelmä**

Erytisruokavaliot yleistyvät ja sen myötä myös vegaaninen ruokavalio on noussut pinnalle. Opinnäytetyön tehtävänä oli selvittää vegaanisten ruokamatkailupalveluiden nykytilaa Suomessa. Tehtävänä oli selvittää myös mikä merkitys vegaanisilla ruokapalveluilla on ja mitä kehitettävää palveluissa on. Tavoitteena oli saada ravintoloille tärkeää tietoa erilaisesta asiakasryhmästä ja heidän tarpeistaan.

Aineisto kerättiin kohderyhmälle lähetetyllä Google Forms- kyselyllä. Kyselyn avulla selvitettiin mikä merkitys vegaanisilla ruokamatkailupalveluilla on ja minkälainen on palveluiden nykytila. Selvitettiin myös, onko olemassa maakuntakohtaista jakaumaa tulosten välillä. Lisäksi kartoitettiin kohderyhmän antamia kehitysideoita ja neuvoja asiakaskokemusten parantamiseksi. Kyselylomakkeen avulla saatiin tutkimukseen kerättyä vastaajilta omia kokemuksia ja kertomuksia. Kyselyyn vastasi 48 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä.

Opinnäytetyön tutkimuksen mukaan vegaanisille ruokamatkailupalveluille olisi enemmän käyttäjiä, jos palvelut olisivat paremmat. Vegaanisten ruokapalveluiden huonoissa puolissa korostuivat noutopöytien ja pienten paikkakuntien vegaaninen tarjonta, henkilökunnan vähäinen tietämys ja laadun vaihtelu. Huonoja kokemuksia oli eniten Keski-Suomessa, Etelä- ja Pohjois-Savossa, Kainuussa ja Lapissa. Vastaajien kertomissa hyvissä puolissa korostuivat esimerkiksi isojen kaupunkien tarjonta, perinneruokien vegaaniset versiot sekä joidenkin hotellien vegaaniset aamupalat, tämä kuitenkin riippui hotelliketjusta ja sijainnista. Hyviä kokemuksia oli eniten Uudellamaalla, Pirkanmaalla, Keski-Suomessa ja Pohjois-Karjalassa. Tutkimuksen mukaan lähes kaikilla vastaajilla oli kehitysideoita. Vastaajat kokivat, että vegaaneja tulisi konsultoida ruoan maun, valmistuksen ja raaka-aineiden suhteen, jotta saataisiin vegaaneille sopivaa maistuvaa ruokaa. Merkityksellisiä asioita vegaaneille heille suunnatuissa ruokapalveluissa olivat maku, hinta, paikallisuus, vaihtoehdot, proteiini ja laatu.

Opinnäytetyön tuloksista voidaan päätellä, että vegaanisissa ruokamatkailupalveluissa on kehitettävää. Moni vastannut vegaani olisi valmis matkustaessa käyttämään enemmän ravintolapalveluita, jos palveluita kehitettäisiin enemmän heille sopivaksi. Useat vegaanit olisivat valmiita itse neuvomaan ravintoloita siitä, kuinka palveluita saataisiin kehitettyä ja hyviä puolia lisättyä ja korostettua. Tuloksista voidaan päätellä, että maakuntakohtainen aluejako ei ole merkittävän suuri. Opinnäytetyön tulosten pohjalta on myös koottu ehdotuksia siitä, miten vegaanisia ruokamatkailupalveluita voitaisiin kehittää.

### **Avainsanat (asiasanat)**

Vegaaninen ruokamatkailu, ruokamatkailu, veganismi, asiakaskokemus kyselytutkimus

### **Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)**

-

**Kettunen, Inkeri**

**The current state and development needs of food tourism in Finland from the perspective of vegan customers.**

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, December 2024, 50 pages.

Degree Programme in Hospitality Management. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

### **Abstract**

Special diets are becoming increasingly common, and along with this the vegan diet has gained prominence. The purpose of this thesis was to examine the current state of vegan food tourism services in Finland. The aim was to examine the significance of vegan food services and identify areas of improvement. The objective was to provide restaurants with valuable insights about a diverse customer group and their needs.

The data was collected with a Google Forms survey sent to the target group. With the survey, it was found out what importance vegan food tourism services have and what is the current state of the services like. It was also examined whether there is a province-specific distribution between the results. Development ideas and advice were charted by the target group to improve customer experiences. With the survey, the respondents' own experiences and stories were collected for the study. 48 people of the target group responded to the survey.

According to the thesis research, vegan food services would have more users if the services were better. In According to the study, the vegan food services downsides were vegan buffet tables, vegan food selection in small towns, insufficient knowledge of the staff and variation in quality. Most bad experiences happened in Central Finland, Southern and Northern Savo, Kainuu and Lapland. Positive sides of vegan food tourism were vegan selection in big cities, vegan versions of traditional dishes and vegan breakfasts in some hotels. However, the hotel quality depended on the hotel chain and location. The good experiences took place mostly in Uusimaa, Pirkanmaa, Central Finland and North Karelia. Almost all of the respondents had development ideas. The respondents felt that vegans should be consulted regarding the taste, preparation and ingredients of the food in order to get tasty food that is suitable for vegans. Important things for vegans in food services were taste, price, locality, options, protein and quality.

From the results of the thesis, it can be concluded that there is room for improvement in vegan tourism services. Many vegans would be ready to use more restaurant services while traveling, if the services were developed to fit their needs better. Several respondents would be ready to advise restaurants themselves on how to develop the services and add and emphasize good aspects of vegan food services. From the results of the thesis, suggestions have been made on how vegan food tourism services could be developed.

### **Keywords/tags (subjects)**

Vegan food tourism, food tourism, veganism, customer experience survey

### **Miscellaneous (Confidential information)**

-

## Sisältö

<b>1</b>	<b>Johdanto</b> .....	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>Veganismi ilmiönä</b> .....	<b>3</b>
2.1	Veganismi .....	4
2.2	Veganismin yleisyys.....	8
2.3	Vegaani kuluttajana.....	11
2.4	Vastuullisuus ruokavalinnoissa .....	13
<b>3</b>	<b>Ruokamatkailu Suomessa</b> .....	<b>16</b>
3.1	Ruokamatkailija asiakkaana .....	16
3.2	Vegaaninen ruokamatkailija.....	17
<b>4</b>	<b>Tutkimusprosessi</b> .....	<b>19</b>
4.1	Tutkimusasetelma .....	19
4.2	Tutkimusmenetelmät .....	20
4.3	Kyselyn toteutus.....	22
4.4	Aineiston keruu ja analysointi.....	24
4.5	Tutkimuksen eettisyys.....	25
<b>5</b>	<b>Tutkimustulokset</b> .....	<b>26</b>
5.1	Vastaajien taustatiedot .....	26
5.2	Vegaanisen ruokamatkailun nykytila Suomessa .....	28
5.3	Vegaanisen ruokamatkailun merkityksellisyys .....	33
5.4	Kehityskohteet vegaanisessa ruokamatkailussa .....	34
<b>6</b>	<b>Pohdinta ja johtopäätökset</b> .....	<b>36</b>
<b>7</b>	<b>Tulosten eettisyys ja luotettavuus</b> .....	<b>38</b>
	<b>Lähteet</b> .....	<b>40</b>
	<b>Liitteet</b> .....	<b>46</b>
	Liite 1. Tutkimuskysely .....	46
	Liite 2. Saatekirje .....	50

## Kuviot

Kuvio 1. Sustainable Travel Finland- merkki (Kestävän matkailun puolesta n.d) .....	15
Kuvio 2. Kuinka paljon vastaajat käyttivät ravintolapalveluita matkustaessa.....	27
Kuvio 3. Lineaarinen asteikko tyytyväisyydestä vegaanisiin ruokamatkailupalveluihin Suomessa	29
Kuvio 4. Sanapilvi tärkeistä asioista vegaanisissa ruokamatkailupalveluissa. ....	34

# 1 Johdanto

Erilaiset ruokavaliot yleistyvät jatkuvasti ja niiden myötä myös kuluttajien tietoisuus kasvaa. Ruoan alkuperä ja vastuullisuus korostuvat. Elintarviketeollisuuden on vastattava kuluttajien tarpeisiin ja sen huomaa esimerkiksi kaupoissa valikoiman lisääntymisenä. Erityisruokavalio, joka on viimevuosina kiinnostanut kuluttajia, on veganismi. Veganismi ja erilaiset kasvisruokavaliot herättävät kuluttajissa keskustelua ja kiinnostusta. (Jallinoja, Niva & Vinnari 2019; Jallinoja, Jauho & Pöyry 2019.)

Valtion ravitsemusneuvottelukunta huomioi tietyt erityisruokavaliot ja lisäsi vuonna 2014 suomalaisiin ravitsemussuosituksiin suositukset vegaani-, ja kasvisruokavaliolle, koska ne olivat yleistymässä. (Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014). Uusissa ravitsemussuosituksissa suositellaan, että punaista lihaa tulisi käyttää mahdollisimman vähän, ja esimerkiksi kasvien, kasviproteiinien sekä marjojen käyttöä korostetaan. (Kestävää terveyttä ruoasta-kansalliset ravitsemussuositukset 2024.)

Opinnäytetyössä tutkitaan vastuullisen ja vegaanisen ruokamatkailun merkitystä ja kehitystarpeita Suomessa. Vegaanit ja vegaanista ruokaa kuluttavat ovat kasvava asiakasryhmä. (Jallinoja, Niva & Vinnari 2019.) On tärkeää tiedostaa vegaanisten tuotteiden merkitys ravintoloiden ruokalistailla, monipuolisuuden, ilmastoystävällisyyden ja eettisyyden kannalta. Olisiko opinnäytetyön aiheen merkitys on työelämän kehittämisen kannalta tärkeä, koska erikoisruokavaliota tulee jatkuvasti lisää ja Suomessa vegaaniruokavaliota noudattavien asiakkaiden merkitystä ei vielä tunnusteta riittävästi. Opinnäytetyö on rajattu Suomeen ja tutkimuksella haluttiin myös selvittää, onko aiheesta olemassa maakuntakohtaista jakaumaa. Tutkimuksen tavoitteena oli tutkia vegaanisen ruokamatkailun merkityksellisyyttä ja mahdollisia kehityskohteita Suomessa. Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa yrityksille arvokasta tietoa erilaisista asiakaskunnista ja tärkeäksi nousevista aiheista vegaanisissa ruokapalveluissa.

Opinnäytetyön teorialuvuissa on keskitytty avaamaan tutkimukselle oleelliset tiedot kuten vegaanismi, sen taustat ja muodot, ruokamatkailu sekä vastuullisuus. Tutkimuksessa on käytetty määrällistä eli kvantitatiivista ja laadullista eli kvalitatiivista tutkimusta. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselylomaketta ja vastaajat olivat vegaaninen ruokamatkailu Suomessa ryhmän jäseniä. Kyselyn avulla kerättiin aineisto, jonka avulla pyrittiin vastaamaan seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Kuinka vegaanit kokevat ruokamatkailun nykytilan heille suunnatuissa ruokamatkailupalveluissa?
- Onko vegaaneille suunnatuissa ruokapalveluissa maakuntien välistä eroa?
- Mitkä asiat ovat tärkeitä vegaaneille ruokamatkailupalveluissa?

## 2 Veganismi ilmiönä

Opinnäytetyön keskeisimmät käsitteet ovat veganismi, vegaani, vastuullisuus, ruokamatkailu sekä vegaanien ruokamatkailu. Keskeisimmät käsitteet toistuvat opinnäytetyössä ja käsitteiden avulla on luotu opinnäytetyön tietoperusta. Keskeisimmät käsitteet olivat olennaisia tiedonhaussa sekä tutkimuskysymysten muotoilussa, jotta opinnäytetyön aihetta saatiin rajattua.

Opinnäytetyön hakusanoina tiedonhaussa on käytetty sanoja kuten, ”vegaaninen ruokamatkailu”, ”ruokamatkailupalvelu”, ”vegaaniruoka”, ”kasvisruoka”, ”ruokakulttuuri”, ”eettinen ruoka”, ”kestävä kehitys”, ”vegaaniasiakas”, ”vegan consumer” ja ”vegan traveling”. Hakusanoja on etsitty synonyymien, kirjojen, sanakirjojen ja internetin hakupalveluiden avulla. Hakusanoihin myös yhdistettiin komentoja, joiden avulla hakulausetta rajattiin paremmaksi. Käytettyjä hakulauseita olivat ”kestävä kehitys AND vegaani”, ”vastuullinen ruoka AND vegaaniruoka” ja ”vegan traveling AND sustainable traveling”.

Tiedonhaussa on käytetty hakukoneina Jyväskylän verkkokirjastoa, internetin hakupalveluita kuten google scholar ja googlea edellä mainituilla hakusanoilla, Theseus hakupalvelua, Helka, - ja Keski-

Kirjastojen verkko palveluita. Tiedonhaun avulla opinnäytetyöhön saatiin erilaisia lähteitä sekä kansainvälisiä että suomalaisia.

Veganismi on elämäntapa, jonka avulla pyritään elämään sovussa ympäristön, ihmisten ja eläinlajien välillä. Vegaaniksi kutsutaan henkilöä, joka harjoittaa veganismia. Vegaani ei osta tai syö mitään eläinkunnan tuotteita, eikä tue palveluita, jotka vahingoittavat eläimiä. Vegaaninen ruokavalio koostuu siis kasvikunnan proteiineista, kuten pavuista, herneistä, soijasta, linsseistä, tofusta ja pähkinöistä. (Veganismi n.d; Syödään yhdessä-ruokasuositukset lapsiperheille 2019, 100.) Vastuullisuus tarkoittaa erilaisia ympäristöllisiä, sosiaalisia ja taloudellisia valintoja sekä toimia, joiden avulla voidaan tukea ympäristöystävällisyyttä, sosiaalista oikeudenmukaisuutta sekä kestävästä kehitystä. (Mitä vastuullisuus tarkoittaa tavallisessa arjessa kuluttajalle 2024; Kestävän kehityksen tavoitteet n.d.)

Ruokamatkailulla matkailija pyrkii matkustamaan niin, että löytää kohdemaan paikallisia makuja, kokemuksia ja elämyksiä. Ruokamatkailijan pääasiallinen syy matkustaa on ruoka ja globaalisti jopa 50 % vapaa-ajanmatkustajista ovat ruokamatkailijoita. Ruokamatkailua voidaan harjoittaa esimerkiksi ravintoloiden, kahviloiden, ohjattujen kierrosten, tapahtumien ja luonnossa ruokailun avulla. (Arolaakso, Nurro & Witting 2021, 6.) Vegaanisella ruokamatkailulla vegaani pyrkii matkustamaan niin, että eläimille ei aiheuteta matkan aikana minkäänlaista vahinkoa, ruoan tai esimerkiksi yleisten aktiviteettien muodossa. Tämä ei kuitenkaan poissulje sitä, että matkan pääasiallinen syy on matkustaa ruoan, makujen ja kokemusten perässä. Vegaaniset ruoan kuuluvat monen maan kulttuuriin ja vegaaniset ruokapaikat yleistyvät jatkuvasti. (Werneth 2020.)

## 2.1 Veganismi

Veganismi on elämäntapa, jota noudattavia henkilöitä kutsutaan vegaaneiksi. Veganismi on elämäntapana monia mielipiteitä aiheuttava, mutta kuitenkin hyvin yleinen erilaisilla kuluttajilla. Vegaanisissa kuluttajissa kuitenkin Pirisen (2022) tutkimuksen mukaan korostuvat korkeasti koulutetut, työssäkäyvät nuoret aikuiset, jotka asuvat usein suuremmissa kaupungeissa.

Veganismi voi koostua erilaisista syistä, kuten eläinten oikeudet ja hyvinvointi, ympäristölliset syyt, terveydelliset vaikutukset sekä esimerkiksi myös uskonnolliset syyt. Veganismiin johtavat syyt ovat

jokaisella vegaanilla hyvin yksilöllisiä, vaikka kaikkia yhdistääkin se, että vegaanit eivät käytä mitään eläinperäisiä tuotteita tai eläimiä vahingoittavia palveluita. (Veganismi n.d; Poutiainen 2019.) Vegaanit noudattavat siis ruokavaliota, jossa ei käytetä mitään eläinkunnan tuotteita, kuten lihaa, kalaa, maitotuotteita, kanaa, kananmunia tai esimerkiksi hunajaa. Vegaanit eivät myöskään käytä tuotteita joiden valmistamiseen on käytetty eläinkokeita tai esimerkiksi eläimen nahkaa. Vegaanit kuitenkin koostavat ruokavaliionsa proteiinit erilaisilla kasvikunnan proteiineilla. Näitä proteiineja ovat esimerkiksi pähkinät, siemenet, soija, linssit, tofu, täysviljatuotteet ja palkokasvit kuten erilaiset pavut ja herneet. (Definition of veganism n.d; Syödään yhdessä-ruokasuositukset lapsiperheille 2019, 100.)

Veganismin lisäksi on monia muita kasvissyönnin muotoja, jotka ovat samankaltaisia kuin vegaaninen ruokavalio. Näitä ovat esimerkiksi fennovegaani, jonka ruokavalio koostuu vegaanisesta, mutta suurimmaksi osaksi lähituotetusta ja kotimaisesta ruoasta. Lakto-ovovegetaristi, jonka ruokavalio koostuu kasvisruoan lisäksi myös kananmunista sekä maitotuotteista. Pescovegaani, jonka ruokavaliossa on kasvisruokaa sekä kalaa. On myös olemassa ruokavalio semivegetaristi, jossa ei syödä punaista lihaa, mutta syödään satunnaisesti muita eläinkunnan tuotteita. (Mitä tarkoittaa vegaani ja siihen liittyvät termit n.d.)

Eläinten oikeudet ja hyvinvointi ovat yksi syy miksi kuluttajat ryhtyvät vegaaneiksi. Veganismia harjoittavat ovat eläinetiikassaan sitä mieltä, että eläimien kuten ihmistenkään kohdalla, biologisilla tekijöillä, sosiaalisella statuksella tai henkisellä älykkyydellä ei voida määrittää yksilön arvoa. (Aaltola n.d.) Eläinten tietoisuutta tutkitaan yhä enemmän ja tulokset kiinnostavat kuluttajia. Erilaisista eläinlajeista on havaittu, että eläinten kognitiiviset kyvyt ovat samankaltaisia kuin ihmisten. Eläinten on havaittu käyttävän samanlaista intuitiivista päättelykykyä, ja tunteiden säätelyä kuin ihmiset käyttävät. Tutkimuksissa on kuitenkin huomioitava kriittisesti se, että tutkimukset ja päätelmät eivät välttämättä pidä paikkaansa. Ihmisen ja tutkittavan eläimen kognitiiviset kyvyt ja aistit voivat olla hyvin erilaiset. (Birch, Clayton & Schnell 2020; Leino 2022.)

Eläinten hyvinvointi on laajalti keskusteltu ja paljon mielipiteitä herättävä aihe. Kun eläimiä kasvatetaan suoraan tuotantoon, on usein pohjimmaisena ajatuksena raha ja ravinto. Tämä johtaa siihen, että eläinten hyvinvointi voi kärsiä. Eläinten yksilöllinen huomioiminen ja hoito voi heikentyä eivätkä eläimet pääse elämään täysin lajityypillisillä tavoilla. Eläinten hyvinvointi voi kärsiä myös

lopetusvaiheessa. Teurastamoissa on useita tapoja ja vaihteita siihen, miten eläin lopetetaan. Kaikissa Euroopan maissa, eläimet tulisi aina tainnuttaa ennen teurastamista, vaikka myös monissa maissa tästä on lupa poiketa uskonnollisista syistä. Juutalaisten Kosher- liha ja islaminuskoisten halal- liha tuotetaan valuttamalla eläimestä veret, sen ollessa tajuissaan. Suomessa kuitenkin kyseistä lihaa valmistetaan niin, että tainnuttamisen ja veren valutus aloitetaan samaan aikaan. Tainnuttamiseen käytetään esimerkiksi sähkövirtaa tai hiilidioksiditainnutusta. (Eläinten olot 2019.) Suomessa on kuitenkin kiellettyä käyttää välineitä tai laitteita, jotka aiheuttavat eläimelle missään sen elämän vaiheessa tarpeetonta kipua. (Eläinsuojelulaki 247/1966, 12 §).

Eläinten hyvinvointia Suomessa pyrkii myös tukemaan aluehallintoviraston eläinsuojelu sekä Suomen Eläinsuojelulaki. Eläinsuojelulaissa on säädetty erikseen kaikkia eläimiä koskevat säädökset, joiden avulla edistetään eläinten hyvinvointia ja hyvää kohtelua. Lain mukaan kaikkien eläinten tarpeetonta kärsimystä tulee välttää ja on kiellettyä aiheuttaa eläimille kipua tai tuskaa. Eläinsuojelulain mukaan, eläimen tarpeet on otettava huomioon. Eläimelle on taattava aina riittävä tila, suojaa sekä puhtaat ja turvalliset elinolot. Eläinten liiallinen rasittaminen on kiellettyä ja eläimen on saatava lain mukaan liikkua ja levätä. Eläinsuojelulain rikkominen on laissa kielletty ja rangaistava teko. (Eläinsuojelulaki 247/1966, 1–7 §.) Eläinten hyvinvointilakia myös päivitetään ajantasaiseksi ja siihen tehtiin muutoksia ja lisättiin täysin uusia säädöksiä, jotka astuivat voimaan 2024. (Laki eläinten hyvinvoinnista 693/2023).

Suomessa eläinten hyvinvointia seuraavat ja valvovat eläinsuojeluviranomaiset. Eläinsuojeluviranomaisia ovat esimerkiksi valvontaeläinlääkärit, läänineläinlääkärit, poliisi ja terveystarkastaja. Suomessa eläinsuojeluilmoituksen voi tehdä kuka vain. Eläinsuojeluilmoituksen voi tehdä, jos on epäily, että eläintä tai eläimiä kohdellaan huonosti tai ne on jätetty hoitamatta.

Eläinsuojelutarkastuksia tehdään myös satunnaisesti paikkoihin, joissa eläimiin liittyy ammatinharjoittaminen, kuten tuotantoeläimien pito tai hevostallit. (Eläinsuojelu 2024).

Vegaanisen ruoan lisäksi vegaanit eivät myöskään tue eläinkokeita. Vegaaniset kuluttajat käyttävät eläinkokeettomia tuotteita. Eläinkokeettomuus tarkoittaa sitä, että tuotteiden valmistuksessa eikä testauksessa ei ole käytetty eläinkokeita eikä muuten vahingoitettu eläimiä. Vegaaninen kuluttaja ostaa usein vain luonnonmukaisia, luomu ja vegaanituotteita. Kyseisen tuotesegmentin tuotteet eivät myöskään usein sisällä kemikaaleja tai muita luonnottomia ainesosia. (Eläinkokeet n.d.)

Terveydelliset syyt ovat monella veganismia harjoittavalla yksi syy ruokavaliolle. Ravitsemussuositusten kallistuessa yhä enemmän punaisen lihan vähentämiseen, kasvien syönnin tärkeys nousee. Ravitsemussuosituksissa korostuu täysviljan, marjojen, kasvien, kestävästi pyydetyn kalan ja hedelmien syöminen. Kasviksia tulisi syödä 500–800 g vuorokaudessa. Suosituksista puolet tulisi olla marjoja ja hedelmiä ja puolet juureksia sekä vihanneksia. (Kestävää terveyttä ruoasta- kansalliset ravitsemussuositukset 2024.) Vuonna 2017 tehdyn FinRavinto- tutkimuksen mukaan miehistä vain 14 % ja naisista 22 % söi silloisen 500 g päiväsuosituksen mukaan marjoja, kasviksia ja hedelmiä. Tutkimuksen mukaan myös prosessoidun ja punaisen lihan viikkosuositus 500 g ylittyi 79 % miehistä ja 26 % naisista. (Kaartinen, Männistö, Sääksjärvi, Tapanainen & Valsta 2018.)

Suosituksilla pyritään edistämään kansanterveyttä ja huomioimaan ruoantuotannon ja kulutuksen ympäristövaikutukset kestävämmiin. (Uudet kansalliset ravitsemussuositukset on julkaistu 2024; Syödään yhdessä-ruokasuositukset lapsiperheille 2019.)

Suomalaisten terveydestä, toimintakyvystä ja hyvinvoinnista tehdään viiden vuoden välein julkaistava raportti ja tutkimus. Viimeisin raportti on nimeltään *FinTerveys 2017- tutkimus*. Tutkimus on Terveyden ja hyvinvoinnin laitoksen koordinoima. Tutkimuksen tarkoituksena on tuottaa luotettava pohja aikuisväestön terveystietäytymisestä, terveydestä ja hyvinvoinnista sekä toimintakyvystä sekä niihin vaikuttavista tekijöistä. Tutkimuksen tuloksista ilmenee, että lihojen ja kovan rasvan syönti, sekä kohtuuton suolan käyttö on ongelma suomalaisten hyvinvoinnissa. Tutkimuksessa todetaan myös, kuinka suomen aikuisväestön marjojen ja kasvien syönti on liian vähäistä. (Borodulin, Koponen, Koskinen, Lundqvist & Sääksjärvi 2018.) Vegaanisen ruokavalion yleistyessä, sen hyötyjä ja haittoja on myös alettu tutkimaan enemmän. Vegaaninen ruokavalio voi vähentää riskiä erilaisiin sairauksiin. Tutkimuksissa todettuja sairauksia, joita vegaaneilla on vähemmän sekasyöjiin verrattuna, ovat esimerkiksi 2 tyypin diabetes, liikalihavuus, sydän- ja verisuonitaudit. (Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014, 34.)

On myös kuitenkin selvitetty, että vegaaneilla on kuitenkin kohonnut riski sairastua erilaisiin sairauksiin johtuen mahdollisesti mikro ja makro ravinteiden puutostilasta. Sairauksia olivat esimerkiksi erilaiset vajaatoiminnot luustossa ja hermostossa, mielenterveydelliset ongelmat sekä hematologiset häiriöt. Vegaanisessa ruokavaliossa on tärkeä muistaa huolehtia, että kaikki ravintoaineet

tulevat saaduksi ruoasta. Esimerkiksi B12- vitamiinia on luontaisesti vain lihassa, joten vegaanien täytyy huolehtia sen saannista lisäravinteena. (Bali & Naik 2023.)

Ympäristö on monelle vegaanille yksi kulmakivistä päivittäisissä valinnoissa. Eläinperäisten tuotteiden tuotanto ja kasvattaminen kuluttavat ympäristöä sekä laajalti maapallon resursseja. Tuotantoeläimien määrä on nousussa, jonka myötä myös esimerkiksi tuotantoeläimien ruokaan ja rehuun tarvittava tila kasvaa. Tämä vähentää viljelyalueita, joista vilja päätyy ihmisten ruokiin. Tuotantoeläinten ruoaksi päätyvä, usein ulkomailta epäeettisesti tuleva rehusoija voitaisiin suoraan käyttää eläinten kautta kierrättämisen sijaan ihmisen ravinnoksi. Viljan, soijapavun ja palkokasvien kasvattaminen tarvitsee kymmenkertaisesti vähemmän vettä, verrattuna esimerkiksi naudanlihan tuotantoon. Tuotantoeläinten vähentäminen suojelisi myös vesistöjä. Tuotantoeläimiä kasvattamalla syntyy suuria määriä lantaa, joka rehevöittää vesistöjä. Peltojen kautta lantaa valuu vesistöihin, joka aiheuttaa vesistöjen rehevöitymistä kuten sinilevää. Vesistöihin ei vaikuta vain maan pinnalla tapahtuvat asiat, vaan myös esimerkiksi liikakalastus on ongelma. (Konst & Suveri 2023.) Koko maapallon kasvihuonepäästöjä tarkastellessa, niistä jopa 15 % koostuu maito- ja lihateollisuudesta. Kuluttajat ovat alkaneet tiedostamaan ympäristöllisiä ongelmia globaalisti enemmän, joten vegaanien sekä sekasyöjienkin ostoskorissa näkyy paikallisuus, kasvipohjaisuus sekä innovatiivisuus. (Tek & Yermolayev 2023)

Uskonto tai henkisyys voi myös olla veganismin taustalla. Jamaicalta 1930- luvulta lähtöisin oleva rastafarinismi uskonnon jäsenet haluavat syödä mahdollisimman puhtaasti ja luomutuotettua ruokaa, jotta yhteys ihmisen ja luonnon välillä olisi täydellinen. He eivät syö lihaa, lisäaineita, suolaa tai kemikaaleja. Intiassa puolestaan syödään maailman vähiten lihaa. Kasvissyönti pohjautuu Intian uskontoihin Hindulaisuuteen, Buddhalaisuuteen ja Jainalaisuuteen. Kaikkia näitä uskontoja yhdistää uskominen väkivallattomuuteen. Tämän myötä missään näistä uskonnoista ei oppien mukaan harjoiteta väkivaltaa mitään elävää kohtaan, ei edes eläimiä. (Tsfamariam 2020.)

## 2.2 Veganismin yleisyys

Veganismin ja kasvissyönnin juuret juontavat pitkälle historiaan. Juuret on yhdistetty jopa muinaiseen Egyptiin. Muinaisessa Egyptissä liha oli ylellinen tuote, mutta esimerkiksi muinaisen Egyptin papit kieltäytyivät lihansyönnistä, koska se liitettiin uskonnollisesti puhtauteen. Nykyaikaisemman kasvissyönnin on tutkimuksissa todettu alkaneen antiikin Kreikan filosofista Pythagorasta ja hänen

perustamastaan pythagoralaisuudesta. Pythagoran ja hänen seuraajiensa keskuudessa syntyi kasvissyöntiin juontava liike. Pythagoralaisuuden perusajatus oli, että eläimiin kohdistuva kipu tai kärsimys tulisi minimoida. Tämä tarkoitti sitä, että koska ei ollut välttämätöntä syödä eläimiä, eläimiä ei tapettaisi ravinnoksi. Kuitenkin tässä oli poikkeuksia esimerkiksi kalan suhteen. Antiikin kreikassa kuitenkin tavallisille ihmisille liha oli edelleen ylellinen tuote ja sen tilalla käytettiin muutenkin paljon palkokasveja, hedelmiä, vihanneksia ja maitotuotteita. (Auvinen 2019.)

Myöhemmin modernimmassa vaiheessa 1800- luvun puolivälissä vegetaristilla tarkoitettiin henkilöä, joka ei syönyt mitään lihatuotteita kuten kanaa, naudan- ja sianlihaa, mutta käytti kuitenkin maitotuotteita, kananmunia ja hunajaa. Vegetaristit muokkautuivat ajan myötä ja termin merkitys laajentui myös muihin elämänalueisiin kuten vaatteisiin, vapaa-ajan tekemisiin ja kosmetiikkaan ruoan lisäksi. Vuonna 1944 puhuttiin jo veganismista ja sitä noudattavista vegaaneista. Termi veganismi ja vegaani vakiintui vuonna 1944 The Vegan Society'n perustamisen myötä. Veganismi terminä käsitti saman ajatuksen kuin nykypäivänä, pyrittiin minimoimaan kaikki eläinten kaltoinkohdeltu välttämällä kaikkia eläinperäisiä tuotteita. The vegan Society on maailman ensimmäinen vegaanijärjestys. Yhdistyksen tarkoituksena oli jakaa tietoa vegaanisesta ruokavaliosta, sen koostamisesta ja antaa yleistä tietoa esimerkiksi uusille vegaaneille ja ruokavaliosta kiinnostuneille. Yhdistys on vuosien saatossa pysynyt hyväntekeväisyysjärjestönä, vaikka yhtiömuotoa on muutettu. (Ripened by human determination 2014; Jallinoja, Niva, Vinnari 2019.)

Suomessa vegetarismi juontaa juurensa 1800-luvun ja 1900- luvun vaihteeseen. Vegetaristit paheksuivat lihatuotteita, alkoholia ja esimerkiksi kahvia. Vegetaristien tarkoituksena oli elää terveellistä ja luonnonmukaista elämää. Kuten kappaleessa 2.1. kerrottiin nykypäivänä veganismiin ja vegaaniseen ruokavalioon johtavia mahdollisia syitä, olivat ne jo 1900- luvun alussa samankaltaisia. Sekasyöjien keskuudessa taas paheksuttiin kasvissyöntiä, koska erilaiset liha ja maitotuotteet olivat hyvin arvokkaita proteiini ja energiapitoisuutensa ansiosta työläisille.

Suomessa vegetaristinen liitettiin henkisyteen ja raittiuteen. Raittiusseurat kannattivat vegetaristista ruokavaliota, koska toiset uskoivat että, nautinnonhimoja tulisi hallita ja ruokavalio pitäisi ihmisen puhtaana ja terveenä. Teosofisen seuran jäsenet pitivät kasveja sekä eläimiä ihmisen kanssa samassa arvossa ja kokonaisuudessa, jona vuoksi he kannattivat vegetarismia. (Kasvissyönti kasvoi

aatteista 2016.) Suomessa on perustettu myös yhdistyksiä, joiden tarkoituksena on tukea ja edistää veganismia, kasvissyöntiä sekä eläintenoikeuksia. Tätä varten on perustettu vuonna 1993 vegaaniliitto ry ja vuonna 1995 oikeutta eläimille järjestö. (Tietoa vegaaniliitosta n.d; Oikeutta eläimille n.d.)

Kuluttajat ovat viime vuosina alkaneet kiinnostua vegaaneista tuotteista, koska niitä on paljon saatavilla ja ne ovat myös helppokäyttöisiä. Ilmastoystävällisyys ja oma terveys kiinnostaa monia ja tämä huomioidaan usein ostoskorissa kasvipohjaisina tuotteina. Vaikka usein veganismista puhutaan trendinä, on kuitenkin huomattu erilaisista tilastoista ja kasvipohjaisten tuotteiden myyntistä, että päätään 2016 nostanut kasvipohjaisten tuotteiden myynti on edelleen todella korkealla. (Tältä näyttää mökkikesä 2021: Mökille halutaan helppohoitoisuutta, ostoskoriin paikalliset herkut ja ykköset päälle 2021.)

Keskiarvoinen kasvu vuonna 2022 kasvipohjaisten tuotteiden globaaleissa markkinoissa oli noin 12 %. Eläinkunnan tuotteiden kulutus on taas keskimääräisesti monissa maissa laskussa. Italiassa ja Saksassa lihatuotteiden kulutus laski jopa 30 % ja Yhdysvalloissa 37 %. Kasvipohjaisia tuotteita pidetään terveellisenä ja usein näiden tuotteiden kuluttajat ovatkin kiinnostuneita terveydestään ja näiden kuluttajien tulotaso voi olla keskiarvoa korkeampi. Kasvipohjaisia tuotteita kuitenkin käyttävät myös nuoret aikuiset ja sekasyöjät. Kuluttajien ostokäyttäytymisessä on huomattu, että soija, kaura ja palkokasvi sekä tofutuotteet korvaavat ruokakaupoissa lihatuotteita. Myös maitotuotteita korvataan kasvipohjaisilla tuotteilla ja niillä onkin suurin markkinarako. Esimerkiksi Yhdysvalloissa jopa 47 % kuluttajista käyttää mieluummin kasvipohjaisia vaihtoehtoja kuten soija-, kauratai mantelimaitoa lehmänmaidon sijaan. (Soult 2022.)

Kun kasvipohjaisia sekä vegaanisia tuotteita tuli markkinoille runsaasti vuosina 2017–2018, myyntikehitys oli suuresti kasvusuuntainen. Vuonna 2018 kaikkien kasviproteiinipohjaisten tuotteiden myynti oli nousussa noin 25 % vuoteen 2017 verrattuna. K-ruokakaupoissa kasvipohjaisten tuotteiden kuten tofun ja quorn-tuotteiden myynti nousi 30 %, vegaanisten pakastetuotteiden 24 %, kasvipohjaisen kerman 40 % ja papujen 16 %. Kuluttajat kokeilivat runsaasti uusia kasvipohjaisia tuotteita, koska tuotevalikoimat laajenivat. (K-Ruokakaupoissa testataan vegehyllä 2018.)

Paukkeri (2022) kuitenkin kertoo, että muutosta edelliseen on nähtävillä ja kasvipohjaisten tuotteiden myynti on taantumassa. Kasvipohjaisten tuotteiden myynti on pysytellyt muutaman vuoden lähes samoissa lukemissa, tai se on jopa voinut olla laskusuuntainen. K- ruokakaupoissa myynti on pysytellyt tasaisena sekä hieman laskevana, mutta S-ryhmän ruokakaupoissa myynti kasvaa pienellä prosentilla. Myynnin taantumisen osittain selittää se, että markkinoille tulee jatkuvasti uusia kasvipohjaisia tuotteita, joihin kuluttajat voivat vaihtaa ja ostovoima laajenee eri kauppoihin. Kasvipohjaisten tuotteiden myynti on laantumisen myötä tasaantunut, joka tarkoittaa, että myynti alkaa pikkuhiljaa vakiintumaan. Vakiintumisen vuoksi, myyntiprosentit eivät ole samanlaisia, kuin vuosina 2017–2018 (Paukkeri 2022.)

Uutena trendinä maailmalle tulleet ateria- ainespakkaukset ovat suosittuja mitä tahansa ruokavaliota noudattaville. Kasvipohjaisia ja kokonaan vegaanisia ruokabokseja myydään markkinoilla helppona ja hyvänä tapana kokeilla minkälaista ruokaa on mahdollista tehdä ilman eläinkunnan tuotteita. Aineksien ja reseptien tilaamisen helppous kannustaa kuluttajia kokeilemaan uusia elintarvikkeita ja madaltaa kynnystä erilaisten ruokavalioiden välillä. Kynnyksen madaltava ja edesauttava tekijä on myös ravintolat. Ravintoloissa kasvipohjaisten ruokien tarjoaminen ja kehittäminen tuo ne helposti myös kuluttajien käsiin. (Tek & Yermolayev 2023.)

### **2.3 Vegaani kuluttajana**

Kuluttajien asiakaskokemus on aina tärkeä asia yrittäjille. Asiakaskokemus koostuu yrittäjän tarjoamista palveluista tai tuotteista ja siitä, miten kuluttaja ne kokevat. Kaikki mitä yrityksen ja kuluttajan välillä tapahtuu kuten myynti, asiakaspalvelu ja tuotteen tai palvelun käyttäminen kuuluu asiakaskokemukseen. Asiakaskokemuksen laadun ollessa hyvä, kaikki yrityksen asiakkaat ovat tyytyväisiä ja yrityksen kilpailukyky nousee. (Kähkönen & Villa 2023.) Pirisen (2022) tekemän tutkimuksen mukaan, yleisesti profiloitu vegaaninen kuluttaja toivoo, että voi matkansa aikana käyttää ravintolapalveluita joka päivä. Tämän myötä ravintoloiden vegaaninen tarjonta vaikuttaa myös matkakohteiden valintaan. (Pirinen 2022)

Vegaaniset kuluttajat usein haluavat samanlaisia kokemuksia, kuin esimerkiksi sekasyöjät. Ravintoloissa halutaan tilata ruokalistasta, eikä haluta ruoan olevan kokonainen poikkeus tai yllätys. Vegaanit haluavat myös ruokapaikoissa asioidessaan saada mahansa täyteen. Markkinoille tulee jatkuvasti lisää tuotteita, joilla voi helposti korvata lihatuotteet ja saada annoksesta tasapainoisen

mutta myös vegaanisen. Vegaanisen asiakkaan kuuluisi myös ruokapaikoissa saada samanlaista kohtelua kuin muidenkin asiakkaiden. Kokkien ja tarjoilijoiden asenteet voivat paikoitellen mahdollisesti olla sellaisia, että vegaani kokee itsensä taakaksi. Tätä kokemusta voidaan parantaa kehittämällä asiakaskokemusta kaikkien asiakkaiden kohdalla. (Marin 2019.)

Vegaanit ja kasvissyöjät voivat olla kuitenkin keskenään hyvin uniikkeja kuluttajia. Kuten luvussa 2.1 on mainittu, vegaaneja yhdistää se, että vegaanit eivät käytä mitään eläinperäisiä tuotteita tai eläimiä vahingoittavia palveluita. Kasvissyönnille taas on monia erilaisia ulottuvuuksia ja ne voivat erota paljonkin toisistaan. Vaikka useiden tutkimusten mukaan on vaikea arvioida, kuinka paljon esimerkiksi Suomessa on Vegaaneja tai vegaanista ruokaa syöviä, voidaan kuitenkin todeta, että vegaaniset tuotteet lisääntyvät jatkuvasti kysynnän vuoksi. Vegaaneja huomioidaan myös kysynnän vuoksi ravintoloissa yhä enemmän, vaikka laatu voi vaihdella paljon (Verde 2022.) Vegaanisia annoksia on usein ruokalistalla jo valmiiksi, mutta raaka-aineita hieman muuttamalla, on usein mahdollista tehdä myös kasvisannoksesta täysin vegaaninen. Jos vegaanista ruokaa kuluttava haluaa olla täysin varma vegaanisen annoksen saatavuudesta, on hyvin yleistä ilmoittaa ravintolaan etukäteen saapumisesta. (Vegaanina ravintoloissa ja kahviloissa 2024.)

Vegaaniset kuluttajat joutuvat ravintolassa varmistelun lisäksi usein käymään myös tuotteiden raaka-aineita läpi. Ainesosien on oltava vegaanisia ja tuotantolinjaa on käytävä tuotteen selosteessa läpi tai se on tiedettävä etukäteen eikä tuotetta ole testattu eläinkokeilla. (Pirinen 2022.)

Tuotteiden sopivuutta ja vegaanisten kuluttajien asiakaskokemuksia on helpotettu esimerkiksi V-label merkityillä tuotteilla. Kun kuluttaja ostaa tuotteen, jossa on V-label merkintä se helpottaa vegaanisten ja kasviperäisten tuotteiden tunnistamista ilman sisällysluettelon tarkistamista. V-label vegaanisen merkinnän saa tuote, jonka koko tuotantoprosessi ja lopputuote on vegaaninen. Vegetarian merkinnällä on taas merkitty tuotteet, jotka voivat sisältää täysin vegaanille kiellettyä lehmänmaitoa, kananmunia, mehiläisvahaa tai hunajaa. Merkin omaavia tuotteita voivat olla, kasvi-proteiinit, jäätelöt, kastikkeet ja esimerkiksi leivät. (Tietoa kuluttajille n.d.)

Globaalisti on olemassa myös muita merkkejä sekä sertifikaatteja, joiden avulla voi olla varma tuotteen vegaanisuudesta. V-Mark on maailmanlaajuisesti tunnettu vegaanisten tuotteiden sertifi-

ointitoimittaja. V-Markilta voi saada tuotteelle luotettavan vegaanisen merkinnän. Ennen merkinnän saamista, raaka-aineet, tuotanto, tuotantotilat ja lopullinen tuote arvioidaan. V-mark Vegan-Sertifikaatti voi olla tuotteessa todella hyödyllinen, koska se luo tuotteesta luotettavan kuvan kuluttajalle, eikä tarvitse tarkistaa erikseen tuotteen vegaanisuutta. (Mikä on V-Mark n.d.)

## 2.4 Vastuullisuus ruokavalinnoissa

Opinnäytetyön tutkimuskohteen vastuullinen vegaaninen ruoka on ollut viime vuosina paljon pinnalla, jonka vuoksi se on myös herättänyt paljon keskustelua. Jatkuva tiedon lisääntyminen ja jakaminen on saanut kuluttajat kiinnostumaan ruokansa alkuperästä ja vaikutuksista. Vastuullisuuden ollessa kulmakivi kuluttajille, se on myös tärkeä laajalti huomioitu asia koko ruokaketjun toimijoiden välillä. Solalan (2024) mukaan on mahdollista, että tulevaisuudessa kuluttajille kehitetään vastuullisuuteen yhdistettävä tuotemerkki, jonka avulla voidaan helpommin ja turvallisesti vertailla vastuullisuutta eri toimijoiden välillä esimerkiksi kaupassa. Vastuullisuus korostuu kuluttajilla esimerkiksi luonnollisen-, ja hävikkiruoan myötä. Kasvisten määrää lautasella lisätään huomattavasti ja hävikkiruoalle keksitään uusia käyttötarkoituksia ja sen syntymistä pyritään estämään. Terveellisyden tavoittelu kulkee myös nykyään käsi kädessä vegaanisen ja vastuullisen ruoan kanssa. (Mt.) Tekemällä vastuullisempia valintoja, voidaan pienentää ruoantuotannon hiilijalanjälkeä. Kuluttajia kiinnostaa yhä enemmän ruoka-annosten alkuperä sekä ruoan puhtaus ja turvallisuus. Vastuulliseen ruokaan yhdistetään usein kasvis-, ja vegaani painotteinen ruokavalio sekä kotimaisuus. (Vastuulliset ruokavalinnat, n.d).

Myös ruokamatkailussa vastuullisuus on jatkuvasti esillä ja sen käsite on moniulotteinen. Kuluttajien tietoisuuden lisääntyessä, yritysten ja palveluntarjoajien täytyy keksiä uusia tapoja vastata kuluttajien tarpeisiin. Kustannusten noustessa tämä voi kuitenkin olla haastavaa. Vastuullisesti lähellä tuotetut raaka-aineet ovat usein kalliimpia kuin ulkomailla tuotetut raaka-aineet.

Vastuullisempien tuotteiden käyttö nostaa siten tuotteiden ja palveluiden hintaa. Ruoka-, ja raaka-aineketjun välillä on useita eri toimijoita ja yrityksiä, jonka vuoksi vastuullisuutta koko ruokaketjun aikana voi olla vaikea hallita. Tämän vuoksi on yhä tärkeämpää, että kaikki toimijat pyrkivät toiminnallaan vastuullisuuteen. (Valkeaniemi & Wahlberg 2023; Forsman-Hugg, Katajajuuri, Mäkelä, Paananen, Pesonen & Timonen 2008.)

Ruokamatkailussa voidaan jakaa vastuullisuutta eri näkökulmiin. Näkökulmia ovat ekologinen vastuullisuus, sosiokulttuurinen vastuullisuus sekä taloudellinen vastuullisuus. (Mitä on kestävä kehitys 2023.) Ekologinen vastuullisuus koskee yrityksen tai palvelun tuotannon ja kulutuksen haitallisten ympäristövaikutusten minimointia ja tarkoituksellista vähentämistä. Tämä voidaan toteuttaa esimerkiksi ruokahävikin minimoinnilla koko ruokaketjussa, tehostamalla jätteiden ja kemikaalien kierrätystä, käyttämällä vähemmän uusiutumattomia luonnonvaroja sekä edistämällä luonnon monimuotoisuuden säilymistä. Sosiokulttuurista vastuullisuutta voidaan tukea huomioimalla paikallisuus ja lähellä tuotettu ruoka sekä raaka-aineet. Kannattamalla paikallisia yrityksiä, jotka toiminnallaan tukevat alueen ruokakulttuurin ominaispiirteitä voidaan vaikuttaa sosiokulttuuriseen vastuullisuuteen. Yritys voi myös itse omalla toiminnallaan vaikuttaa sosiokulttuuriseen vastuullisuuteen. Tukemalla oman henkilöstön työhyvinvointia ja paikallisesti huomioimalla muita, esimerkiksi sponsoroinnin ja lähituotetun ruoan muodossa, voi yritys tukea paremman elämän edellytyksiä paikallisesti sekä globaalisti. Lähellä tuotettujen raaka-aineiden valinta vaikuttaa myös taloudelliseen vastuullisuuteen. Suosimalla paikallista, tuetaan aluetaloutta. Taloudellista vastuullisuutta on työllisyyden edistäminen ja yhteiskunnallisista vastuista huolehtiminen. Taloudellista vastuullisuutta edistää myös hinta-laatusuhteen pysyminen hyvänä. (Kestävän ruokamatkailun opas 2021, 13–15; Mitä on kestävä kehitys 2023.)

Vastuullisuutta matkailussa halutaan tukea myös Sustainable Travel Finland- merkin avulla. (Ks kuvio 1.) Matkailuyritys voi osallistua sille tarkoitettuun Sustainable Travel Finland- ohjelmaan, jonka avulla saavutetaan 7 askelta, joiden lopputuloksena on STF- merkki yritykselle. Merkin avulla yritys näyttää kuluttajille, että on sitoutunut kestävään matkailutoimintaan. Yritys kehittää matkailutoimintaansa vastuulliseen ja kestävämpään suuntaan vastaamalla kansainvälisiin kriteereihin. (Kestävän ruokamatkailun opas 2021; Kestävän matkailun puolesta n.d.)



Kuvio 1. Sustainable Travel Finland- merkki (Kestävän matkailun puolesta n.d)

Ensimmäinen vaihe seitsemästä on sitoutuminen valtakunnallisiin kestävän kehittämisen periaatteisiin. Ensimmäisessä vaiheessa yritys myös valitsee yritykselleen kestävää matkailua koordinoivan henkilön. Toisessa vaiheessa kasvatetaan yrityksen kestävyyden osaamista. Koordinoivan henkilön avulla yritys tutustuu kestävän matkailun oppaaseen. Yrityksen täytyy osallistua Visit Finland Akatemian järjestämään valmennukseen sekä tehdä kartoitus yrityksen tilanteesta STF- ohjelman itsearviointin avulla. Kolmannessa vaiheessa yrityksellä täytyy olla jokin hyväksytty sertifikaatti, joka tukee kestävää matkailua. Hyväksytyjä sertifikaatteja ovat esimerkiksi Joutsenmerkki tai Green Globe sertifikaatti. Neljännessä kohdassa mitataan useilla eri indikaattoreilla yrityksen kestävää matkailua. Indikaattoreilla seurataan esimerkiksi riskienhallintaa ja vertailuarvoja, jotka ovat hyödyllistä tietoa yrityksen toiminnalle. (Indikaattorijärjestelmä n.d).

Viidennessä kohdassa yritys käsittelee vastuullisuusviestintäänsä. Yrityksen toimenpiteistä, tavoitteista ja suunnitelmista kestävän matkailun suhteen viestitään yrityksen ulkopuolelle myös kansainvälisesti. Kuudennessa askeleessa yritykselle luodaan kestävän matkailun kehittämissuunnitelma, jossa kaikki STF- merkkiä koskevat kohdat huomioidaan. Suunnitelmassa tulee olla yrityksen lähtötilanne ja toimintasuunnitelma toimenpiteistä, jota voidaan jatkuvasti päivittää. Toimenpiteiden ja suunnitelman tulee huomioida taloudellinen, ekologinen ja sosiokulttuurinen kehittämisen näkökulma. Viimeisessä kohdassa yritykselle tehdään sopimus STF-merkin käytöstä ja sen uusimi-

sesta 2 vuoden välein. Merkinnän uusiminen velvoittaa yritystä päivittämään kehittämissuunnitelmaa, toimenpidetaulukkoa, indikaattoreiden seurantalomaketta ja sertifikaattia tasaisin väliajoin. Kun yritys on hoitanut kuntoon kaikki 7 kohtaa, voidaan hakemus lähettää Visit Finlandille. Visit Finlandin kautta hakemus menee kolmannelle osapuolelle arvioitavaksi. (Kestävän matkailun puolesta n.d.) STF-merkintä on jo 467 Suomessa toimivalla vastuullisella matkailuyrityksellä. Merkin omaavat yritykset löytyvät kootusta tietokannasta Visit Finlandin sivuilta. (Finland- sustainable travel destination n.d).

### **3 Ruokamatkailu Suomessa**

#### **3.1 Ruokamatkailija asiakkaana**

Matkailun muotoja on monia ja perinteinen matkailu voidaan jakaa moneen tarkempaan kategoriiaan. Näistä yleisimpiä ovat esimerkiksi liike-, loma-, kulttuuri-, ja aktiviteettimatkailu. (Horner & Swarbrooke 2007, 28–39.) Lähes kaikki matkailijat käyttävät matkansa aikana erilaisia ruokapalveluita ja tämän myötä ruokamatkailulla haetaan uusia elämyksiä, kokemuksia ja makuja. Ruokamatkailu käsitteenä tarkoittaa pääasiallisesti matkailua, jonka teemana on ruoka, paikkakohtaiset ja kulttuurilliset maut sekä ruokakulttuuri.

Ruokamatkailuun luetaan myös aktiviteetit, joita matkailijoille tarjotaan, joihin liittyy ruoka ja sen valmistus. Näitä voivat olla esimerkiksi paikallisten yritysten pitämät juomien maistelut, ruoanlaittokurssit, luonnossa tapahtuva ruokailu, vierailut panimoihin, viinitilalle tai esimerkiksi paikalliselle torille sekä erilaiset tapahtumat, joihin liittyy ruoka ja juoma. Ruokamatkailuun yhdistetään myös yleisesti paikallisuus, puhtaus, vastuullisuus sekä tarinat. Suomessa ruokamatkailun vahvuutena on puhtaus. Juomavesi on puhdasta, ravintoloden ja ruokapaikkojen hygieniatasosta pidetään huolta, Suomalaiset raaka-aineet kasvavat puhtaassa maaperässä ja sesonkiruoan hyödyntäminen on yksi ruokapaikkojen valttikorteista. Järvet ovat puhtaita, jonka vuoksi myös kalat ovat tärkeä raaka-aine. (Arolaakso, Nurro & Witting 2021, 5–6; Adamson & Havas 2020.)

Suomessa ruokamatkailun muita valttikortteja ovat esimerkiksi, että ruoan alkuperä ja lähiruoka tuodaan esiin ja matkailijalle saadaan ruoan kautta kuva suomalaisista tavoista. Ruoan alkuperä voidaan tuoda esiin esimerkiksi painottamalla metsästä-lautaselle sienestystä ja marjastusta, kalastusta ja metsästystä. Suomessa ruokamatkailussa on hyvä hyödyntää puhtaita järviä, luontoa ja

metsiä. Ruokamatkailijalle saadaan elämys suomalaisista tavoista ja ruokakulttuurista esimerkiksi erilaisten ruokatapahtumien, kurssien ja ruokaretkien avulla. (Adamson & Havas 2020, 25–27.)

Suomessa on ollut ruokamatkailustrategia jo vuodesta 2015 lähtien ja sille on tehty päivitys vuosille 2020–2028. Ruokamatkailustrategiassa todetaan, että vaikka kaikki matkailijat eivät osallistuisi tarjottaviin aktiviteetteihin, kuitenkin kaikki aina syövät. Useat matkailijat vierailevat ravintoloissa matkojen aikana ja onkin tärkeää, että ruokailulla luodaan asiakkaalle hyvä kokemus ja myös saadaan usein uusia asiakkaita palautteiden myötä. Ruokamatkailustrategian tarkoituksena on tukea ruokamatkailun erilaisia sidosryhmiä, kuten yrityksiä, kuluttajia ja kehittäjiä. (Adamson & Havas 2020.)

Tiedon lisääminen tuo myös yhteistyökumppaneiksi mahdollisesti median, erilaisia organisaatioita ja kehityskumppaneita. Vastuullisuus näkyy myös ruokamatkailustrategiassa. Kun tarkastellaan vastuullisuutta ympäristöllisestä, kulttuurillisesta, sosiaalisesta ja taloudellisesta näkökulmasta, erilaiset sidosryhmät voivat omalla toiminnallaan edistää näiden avulla kestäväää kehitystä. Kun huomioidaan esimerkiksi ekologisuus, hiilijalanjälki, saatavuus, monimuotoisuus ja kulttuuriperinnön ylläpitäminen, voidaan tukea vastuullisuutta monella osa-alueella. Osa-alueet ovat myös jatkuvasti liitoksissa toisiinsa. (Mt.)

Strategiassa tarkastellaan myös suomalaisen ruokamatkailun mahdollisia riskejä, jotka voivat hidastaa sen kehittymistä. Suurimpia uhkia ovat esimerkiksi, rahoituksen puute, yhteistyön puute, globaalit epidemiat sekä ilmastonmuutos. Rahoituksen puute voi saada uudet innovaatiot jäämään sivuun. Yhteistyön puute taas ei tue yhtenäistä ruokamatkailuverkostoa eikä saa sidosryhmiä mukaan kehitystoimiin. Globaalit epidemiat kuten korona, taannuttavat ruokamatkailun kehitystä ja niiden myötä yrityksiä joutuu lopettamaan, koska yritykset eivät saa tarpeeksi liikevoittoa. Ilmastonmuutos on iso riski luonnolle, koska sen myötä paikallinen ruoantuotanto voi heikentyä. Kun ilmastonmuutoksen myötä esimerkiksi maa kuivuu, voi sitä olla haittaa sadoille ja sienille. (Mt.)

### **3.2 Vegaaninen ruokamatkailija**

Vegaaninen ruokamatkailija haluaa, että matkailun aikana ei vahingoiteta eläimiä tai tueta eläimiä vahingoittavaa toimintaa. Tämä tarkoittaa sitä, että ruoan valmistukseen ja raaka-aineisiin ei käytetä mitään eläinperäistä, mutta myöskään muut aktiviteetit matkan aikana eivät saa vahingoittaa

eläimiä. Eläimiä vahingoittavia aktiviteettejä voivat olla esimerkiksi eläintarhat, akvaariot sekä kamelien, aasien ja elefanttien käyttäminen matkailijoiden kulkuvälineenä. (Werneth 2020.)

Vegaaninen matkailija on usein Pirisen (2022) tekemän tutkimuksen mukaan keskimääräisesti 39-vuotias ja usein myös korkeasti koulutettu. Vegaaneista jopa 80 % suosii omatoimimatkoja pakettimatkojen sijaan, koska vegaaniystävälliset matkanjärjestäjät ovat harvassa. Kuitenkin, kun tutkittiin ravintolapalveluiden käyttöä matkojen aikana, 58 % vastanneista kertoi, että käyttää ravintolapalveluita noin kerran päivässä ja osittain hoitaa ruoan valmistuksen itse. Vastanneista 30 % kertoi käyttävänsä matkan aikana vain ravintolapalveluita. Tutkimuksessa tutkittiin myös yleistä mielipidettä Suomen sisällä matkailusta vegaanisena kuluttajana. Vastauksissa tuli esille maakuntien jakauma ja se, että isommilla paikkakunnilla on helpompi saada vegaanista ruokaa ruokapaikoissa. Tutkimuksessa kuitenkin todettiin, että osa kuluttajista pitää Suomea vegaaniystävällisenä, jonka vuoksi ruokamatkailu on suomessa helppoa. (Pirinen 2022, 27–45.)

Erityisruokavalion puolesta matkustaminen voi siis olla paikoitellen haastavaa monissa maissa. Vegaaniset matkustajat joutuvat hyvin usein ottamaan selvää etukäteen, onko ravintoloissa tarjolla heille soveltuvia ruokia. Tämä ei kuitenkaan estä sitä, että esimerkiksi kielimuurin vuoksi on mahdollista saada epävegaanista ruokaa. Kansanen (2013, 37–40) tutkimuksen mukaan 70 % vastanneista vegaaneista kertoi, että ruokavalio tuottaa ylimääräistä työtä ennen matkustelua, koska ruokapaikkoja voi olla vaikea löytää ja on osattava valmistautua siihen.

Tutkimukseen osallistuneista kuitenkin moni oli sitä mieltä, että heille valmistautuminen ruokamatkailun suhteen on rutiininomaista. Lähes puolet tutkimuksen kyselyyn vastanneista olivat sitä mieltä, että matkustaessa heidän ei ole välttämättä mahdollista pysyä täysin ruokavaliossaan, vaikka yrittäisivätkin pysyä mahdollisimman vegaanipainotteisessa ruoassa. (Mts. 37–40) tutkimuksessa selvitettiin myös, että lähes kaikki matkustaneet olivat kohdanneet ruokavalioonsa liittyviä haasteita matkojensa aikana. Vastanneet olivat kuitenkin sitä mieltä, että matkakohteen valinnalla ja suunnittelulla on iso osa matkan onnistumisessa. Isoissa kaupungeissa on aina vaihtoehtoja pienempiin syrjäisiin kyliin verrattuna. (Kansanen 2013, 37–40.)

Vegaanit voivat ruokamatkailussaan hyödyntää erilaisia sovelluksia ja sivustoja, joiden avulla on mahdollisuus löytää sopivia ruokapaikkoja helpommin ja tehdä asiakaskokemuksesta mukavampi.

Tripadvisor matkailusivustolla voi valita erilaisia hakusanoja, joilla ravintoloita löytää helposti. Valitsemalla hakusanaksi vegaaniruoan, löytää ruokapaikkoja, joissa tarjoillaan myös vegaaneille sopivaa ruokaa. Vegaanit voivat myös matkaillessa hyödyntää esimerkiksi erilaisia vegaanimatkailijoille suunnattuja Facebook ryhmiä sekä sovellusta The Vegan Passport. Tämän sovelluksen avulla saat käyttöösi tärkeää vegaanisanastoa 78 eri kielellä. Tätä on hyvä hyödyntää maissa, jossa kieli-muuri voi olla suuri ja vegaani haluaa varmistaa tuotteiden vegaanisuu-den (Vegaani matkalla-matkustusvinkkejä vegaaneille n.d.)

Happy Cow on vuonna 1999 perustettu sovellus sekä verkkosivusto, jonka avulla voi löytää vegaanisia sekä kasvipohjaisia ruokapaikkoja helposti ympäri maailmaa. Alan ammattilaiset haluavat sovelluksen ja verkkosivun kautta tukea terveellistä vegaanista elämäntapaa, tasa-arvoa ja yleistä rauhaa ja yhdenmukaisuutta kaikkien elävien olentojen kohtelussa. Sovellus on ladattu satoja tuhansia kertoja ja se on suosittu keino löytää vegaanisia ruokapaikkoja. Sen avulla myös ravintolat voivat tehdä itsensä helposti tunnetuksi vegaanien keskuudessa. (Team HappyCow n.d; The latest stats 2024.)

## **4 Tutkimusprosessi**

### **4.1 Tutkimusasetelma**

Opinnäytetyön tuloksista on hyötyä matkailupalveluiden toimijoille ja ravintoloille, kokeille ja ravintoloiden henkilökunnalle. Tutkimuksessa selvitettiin, että minkälainen on vegaanisten ruokamatkailupalveluiden tarjonta ja laatu kohderyhmän eli vegaanien ja ruokamatkailuasiakkaiden mielestä. Selvitettiin myös, miten voitaisiin parantaa vegaanista ruokaa kuluttavien asiakkaiden asiakaskokemuksia. Kehitysideoita on hyvä tutkia suoraan kohderyhmiltä, koska heille suunnattujen palveluiden kehittäminen heidän avullaan on helpompaa.

Opinnäytetyön tutkimuskohteen valinnan jälkeen valittiin tutkimuskysymykset. Tutkimuskysymysten avulla haluttiin selvittää, minkälainen on vegaanisten ruokapalveluitten nykytila Suomessa. Tutkimuskysymysten määrittelyyn vaikutti myös omat kokemukset ja mielenkiinto aihetta kohtaan. Tutkimuksessa ja tutkimuskysymyksissä kuitenkin huomioitiin omien ennakkoluulojen siirtymistä tutkimukseen, tekemällä kyselyn laadullisista kysymyksistä sellaisia, että niihin pystyi vastaamaan vain täysin vastaajan omien henkilökohtaisten kokemusten mukaan.

Tutkimuskysymykset rajattiin tarkasti, jotta saatiin rajattua myös tutkimuksen aihetta. Rajauksen tukena oli myös aikaisempia tutkimuksia aiheesta, jotta pystyttiin luomaan tutkimuskysymyksiä asioista, joihin ei vielä suoraan tiedetä vastausta. (Vesterinen n.d.)

Tutkimuskysymyksillä pyrittiin ohjaamaan tutkimusta niin, että saataisiin tutkittua vegaanisten ruokamatkailupalveluiden merkityksellisyyttä Suomessa sekä näiden palveluiden hyviä ja huonoja puolia. Tutkimuksen tuloksena haluttiin myös saada esiin aitoja kehityskohteita ja ratkaisuja siihen, kuinka vegaanisia ruokamatkailupalveluita tarpeen mukaan voitaisiin kehittää. Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

1. Kuinka vegaanit kokevat ruokamatkailun nykytilan heille suunnatuissa ruokamatkailupalveluissa?
2. Onko vegaaneille suunnatuissa ruokapalveluissa maakuntien välistä eroa?
3. Mitkä asiat ovat tärkeitä vegaaneille ruokamatkailupalveluissa?

## **4.2 Tutkimusmenetelmät**

Opinnäytetyön tavoitteita tarkastellessa koettiin, että määrällistä ja laadullista tutkimusta tulisi yhdistää. Tutkimus toteutettiin määrällisellä tutkimuksella, johon sisällytettiin laadullisen tutkimuksen elementtejä kuten avoimia vastausmuotoja. Yhdistämällä kaksi tutkimusmuotoa, saatiin kerättyä oikeanlaista aineistoa tutkimuskysymyksiin nähden. Määrällistä tutkimusta on käytetty valmiiden väittämien avulla, strukturoidulla kyselypohjalla. Kyselypohjaan on sisällytetty laadullista tutkimusta kysymyksillä, joissa vastausvaihtoehdot ovat täysin avonaisia.

Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimus toteutetaan usein kyselylomakkeella, systemaattisella havainnoinnilla tai käyttämällä valmiita tilastoja sekä rekisterejä. Kysely on näistä tyypillisin aineistonkeruumenetelmä ja sitä käytetään myös tässä opinnäytetyössä. Kysely on tyypillisin määrällinen aineistonkeruumenetelmä, koska se voidaan toteuttaa monella eri tavalla. On mahdollista teettää esimerkiksi kysely puhelimitse, sähköpostitse, kasvokkain ja erilaisien ryhmien kautta.

Määrälliseen kyselyyn on mahdollista saada paljon vastauksia ja sillä tavoittaa helposti ihmisiä ympäri maailmaa. Systemaattinen havainnointi on toteutettavissa, kun tutkitaan asioita, joita voidaan silmin havaita tai esimerkiksi automaattisilla mittauslaitteilla mitata. Havainnon tutkimuskohteena voi olla esimerkiksi ihminen, kuvia, mainoksia, erilaisia lehtiä tai esimerkiksi esitteitä. Systemaattinen havainnointi on järjestelmällistä ja ennen sen toteuttamista tulee olla selvillä, mitä asioita tutkimussuunnitelmassa on määrätty tutkittavaksi. Kun määrällisessä tutkimuksessa käytetään valmiita tilastoja tai rekisterejä, ne voidaan hankkia esimerkiksi tilastokeskukselta, tietokannoista, kaupungeilta tai kunnilta sekä erilaisilta yrityksiltä, järjestöiltä sekä yhdistyksiltä. Valmiit tilastot ja rekisterit eivät kuitenkaan usein suoraan vastaa tutkimuksen tavoitteita tai ongelmaa, joten usein aineistoja joutuu ennen käyttöä muokkaamaan. Valmiita tilastoja ja rekisterejä voi kuitenkin käyttää muokkaamattomana esimerkiksi alkuperäisen tutkimuksen vertailevana lähdeaineistona.

(Vilka 2021.)

Toinen tutkimusmenetelmä on laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus. Laadullisella tutkimuksella tässä opinnäytetyössä pyritään saamaan avoimilla kysymyksillä mielipiteitä ja näkemyksiä. Laadullista tutkimusmenetelmää käytettäessä tulisi tiedostaa, tutkitaanko aihetta kokemuksiin vai käsitteisiin perustuen. (Vilka 2021.) Tämän opinnäytetyön tutkimusta on tehty vastaajien kokemuksiin perustuen. Kokemuksien tutkiminen perustuu laadullisessa tutkimuksessa siihen, että ei yritetä löytää yhtä totuutta. Kokemuksia tutkimalla ja analysoimalla voidaan saada tietystä tutkittavasta asiasta erilaisia tulkintoja. Laadullisella tutkimuksella voidaan kerätä aineistoa eri tutkimusmenetelmillä kuten esimerkiksi ihmisten puheilla, elämänkerroilla, kirjeillä, mainoksilla ja valokuvilla ja kirjoitelmilla. Erilaisia laadullisen tutkimuksen haastattelumuotoja taas ovat avoin haastattelu, teemahaastattelu ja lomakehaastattelu. Tässä opinnäytetyössä on käytetty lomakehaastattelua. Lomakehaastattelua voidaan käyttää silloin, kun tutkimusongelma on rajattu koskemaan yhtä asiaa. Tämä voi olla esimerkiksi mielipiteen, näkemysten tai kokemusten kuvaaminen. Lomakehaastattelututkimus tehdään, jotta voidaan vastata 3–6 tutkimuskysymykseen. (Mt.)

Jotta tutkimuskysymyksillä saataisiin laadullisen tutkimuksen kannalta hyödyllistä tietoa eli kyselyyn vastaajien omia kertomuksia, tutkimuskysymysten tulisi olla selkeitä ja täsmällisiä. (Vestermäen n.d.) Kun tutkimuskysymyksiä ohjattiin laadullisella tutkimuksella, niitä myös rajattiin selkeästi koskettamaan tiettyjä kohderyhmiä, vegaaneja sekä kasvissyöjiä.

Laadullista tutkimusta voidaan tarkastella erilaisilla tutkimuksellisilla näkökulmilla. Näitä näkökulmia ovat esimerkiksi faktanäkökulma, konstruktionistinen näkökulma sekä kokemusnäkökulma. faktanäkökulmassa aineiston tulisi olla luotettavaa, kattavaa ja oikeaoppisesti kerättyä. Näkökulmassa kerätty tieto täytyy olla mahdollisimman lähellä todellisuutta ja aineistot kerättävä täysin esimerkiksi haastateltavaa johdattelematta. (Jokinen n.d.)

Konstruktionistisessa näkökulmassa tutkitaan jatkuvasti puheessa ja toiminnassa muokkautuvaa kulttuurista merkitystä. Näkökulmassa tutkitaan ihmisten välistä vuorovaikutusta ja toimintaa ja sitä, kuinka se jatkuvasti, muokkautuu ja rakentuu. Kokemusnäkökulmassa ajatellaan, että jokaisen kokemus on yksilöllinen ja moninainen. Kokemusnäkökulmaisessa tutkimuksessa pyritään myös usein luomaan tutkittavan kanssa luottamuksellinen suhde, jotta saadaan aitoa tutkimustietoa tutkittavan kokemuksiin ja tunteisiin perustuen. (Mt.) Tässä työssä laadullisen tutkimuksen näkökulmina on käytetty kokemusnäkökulmaa. Tutkimuksessa haluttiin saada aitoa tutkimustietoa niin, että vastaajien tulokset perustuvat vastaajan kokemuksiin.

### **4.3 Kyselyn toteutus**

Tutkimusmenetelmän valinnan jälkeen opinnäytetyön aineistonkeruumenetelmäksi valikoitui osittain strukturoitu ja osittain avoimia vastausvaihtoehtoja sisältävä kysely. Kyselylomake valittiin, koska kyselyn avulla olisi mahdollista toteuttaa paljon erilaisia aiheita tukevia kysymyksiä ja saada useita vastauksia. Kyselyllä sai myös vastaajaksi suoraan kohderyhmää, koska sen jakaminen haluttuihin paikkoihin oli helppoa. Kysely toteutettiin määrällisillä kysymyksillä, joilla saatiin numeroitua dataa. Näitä olivat kysymykset, joissa oli valmiita vastausvaihtoehtoja. Määrällisellä tutkimuksella haluttiin kerätä myös vastaajista taustatietoja. Taustatiedoilla haluttiin selvittää, että vastaajat kuulusivat kohderyhmään, käyttäisivät vegaanisia ruokamatkailupalveluita ja kuinka paljon palveluita käytetään.

Kyselyssä oli myös avoimia eli laadullisia kysymyksiä, joihin vastaajan tuli vastata omien kokemusten ja ajatusten perusteella. Laadullisia kysymyksiä johdateltiin tutkimuskysymysten avulla ja kysymyksillä haluttiin saada dataa, jonka avulla voitaisiin tekstimuotoisen tiedon kautta vastata tutkimuskysymyksiin. Määrällisiä kysymyksiä johdateltiin niin, että tutkimuksessa saataisiin tehtyä yleisluonteisia johtopäätöksiä. Haasteena kyselyn laatimisessa oli se, kuinka sekä määrällisiä että

laadullisia kysymyksistä saataisiin vastaajille tarpeeksi mielenkiintoisia. Kyselyä testattiin kahdella vegaanilla, joiden mielestä kysely oli hyvin toimiva, kiinnostava ja siihen oli helppo vastata.

Kyselyn testaamisen jälkeen selvitettiin, mihin kyselyä kannattaisi jakaa. Kyselyä varten tutkittiin erilaisia ryhmiä ja alustoja, joihin kyselyä voitaisiin jakaa. Tarkasteltuja alustoja kyselyn jakamiselle olivat esimerkiksi Facebook, Instagram ja TikTok. Alustaksi valikoitui kuitenkin Facebook, koska siellä on valmiita vegaaneille suunnattuja ryhmiä. Ryhmiä löydettiin hakusanoilla vegaani ja vegaaninen matkailija. Ryhmiä, joiden soveltuvuutta kyselyn lähettämiseen tutkittiin, olivat esimerkiksi Facebook ryhmät Vegaaninen tulevaisuus, Vegaani, ja Vegaanimatkailijat Suomessa. Ryhmien päivitysten ja kommenttien tutkimisen jälkeen päädyttiin lähettämään kysely ryhmään Vegaanimatkailijat Suomessa. Ryhmä valikoitui sen mukaan, että siellä päivitykset olivat ihmisten kokemuksia ja kertomuksia siitä, minkälaista vegaaniruokaa Suomessa saa.

Ryhmässä oli suoraan kohderyhmään kuuluvia vastaajia. Ryhmä Vegaanimatkailijat Suomessa on julkinen ja siinä on n. 5,1 tuhatta jäsentä. Facebook ryhmän ylläpitäjiltä kysyttiin lupa kyselyn julkaisuun. Ryhmän jäseniä motivoitiin vastaamaan kyselyyn saatekirjeen avulla (liite 2). Kysely oli auki 2.11.-9.11 ja vastauksia tuli 48 kappaletta. Vastaajia muistutettiin vastaamaan kyselyyn puoleksavälissä kyselyn vastausaikaa ja muistutuksella yritettiin myös saada lisää vastaajia. Vastausten määrä, suhteutettuna ryhmän kokoon oli vain 0,93 %, joten tietoja on analysoitu myös kriittisesti tutkimuksen edetessä. Kyselyyn olisi mahdollisesti saatu lisää vastauksia, jos vastausaika olisi ollut pidempi tai kyselyä olisi jaettu toiseenkin ryhmään.

Opinnäytetyön tutkimuksen kohderyhmänä ovat Suomessa matkustelevat ja ravintolapalveluita käyttävät vegaanit sekä kasvissyöjät. Myös ruokavalioltaan ei täysin vegaanit, mutta vegaanista ruokaa ravintoloissa syövät henkilöt. Kyselyssä tämä on huomioitu vastausvaihtoehdoissa. Kyselyn kysymyksissä kartoitettiin vegaanisen ruokamatkailun merkityksellisyyttä ja mahdollisia kehityskohteita. Kartoitettiin myös missä kaupungeissa ihmisillä oli hyviä kokemuksia vegaanisesta ruokamatkailusta sekä millaisia kokemukset olivat. Kyselyssä kartoitettiin myös missä kaupungeissa oli vegaanisesta ruokamatkailusta huonoja kokemuksia ja minkälaisia ne kokemukset olivat.

#### 4.4 Aineiston keruu ja analysointi

Aineiston kerääminen aloitettiin etsimällä ryhmä, johon kyselytutkimuksen voisi helposti jakaa, suurelle yleisölle. Ryhmäksi valikoitui aikaisemmin luvussa 4.3 mainittu Vegaanimatkailijat Suomessa. Aineistoa kerättiin pyytämällä ryhmäläisiä vastaamaan kyselytutkimukseen (liite 1.) Saatekirjeen (liite 2.) avulla pyrittiin motivoimaan vastaajaa niin, että vastauksia saataisiin mahdollisimman paljon.

Tutkimuksessa saatuja tuloksia on analysoitu monivaiheisesti. Aineistoa on ensin käyty läpi realistisesti ja tarkasteltu miten vastaukset vastaavat tutkimuskysymyksiin. Vastaukset on luettu läpi ja rakennettu kaikesta kerätystä aineistosta kokonaiskuva. Kokonaiskuvaa kartoittaessa selvisi, että vastauksissa oli paljon toistuvuutta ja samanlaisia vastauspiirteitä.

Määrällisiä tuloksia analysoitiin Microsoft Excelissä tehtyjen taulukoiden avulla. Excel taulukot perustuivat aineiston tulkitsemiseen prosenttien ja numeroiden avulla. Määrällisten tulosten analysoinnin tukena oli myös Google Forms- kyselypohja, koska se antoi suoraan määrällisiä vastauksia erilaisiin taulukoihin. Taulukoiden avulla havainnollistettiin määrällisiä tuloksia selkeästi.

Aineistoon perehtymisen jälkeen, keräsin kyselylomakkeen vastauksista laadulliset eli avoimet vastaukset yhteen ja siirsin ne Excel ja Word tiedostoihin. Tämän jälkeen tuloksia järjesteltiin ja luokiteltiin niin, että saatiin huomioitua vastauksissa samankaltaisuudet. Tämän jälkeen samankaltaiset vastaukset kerättiin yhteen ja ne nimettiin aihepiirteittäin. Tätä aineistonanalyysitapaa kutsutaan koodaukseksi. Koodauksen ja luokittelun avulla voidaan saada laadullisesta aineistosta yksinkertaisempi ja helpommin analysoitava. Koodauksessa nimetään alaluokat, jotka syntyvät, kun aineistoa käsitellään ja jaotellaan. Alaluokkien avulla voidaan helpommin vastata tutkimusongelmaan ja tutkimuskysymyksiin. (Juhila n.d.)

Tässä opinnäytetyössä koodauksessa alaluokat olivat hyvä laatu/huono laatu, tarjonta, vegaaninen ruoka, kaupungit, merkitykselliset asiat sekä kehitysideat. Nämä alaluokat on valittu sen mukaan, minkälaisia teemoja avoimissa vastauksissa toistui. Alaluokkien nimeämisen ja kokoamisen jälkeen vastaukset olivat järjesteltyjä ja niitä voitiin analysoida. Koodauksen jälkeen kirjoitettiin ylös tässä työssä esitettyjä tuloksia. Kirjoitettuja tuloksia on tulkittu vertailemalla tuloksia ja tekemällä päätelmiä suhteessa tutkimuskysymyksiin.

## 4.5 Tutkimuksen eettisyys

Opinnäytetyössä ja sen tekoprosessin aikana on huomioitu Jyväskylän ammattikorkeakoulun eettiset periaatteet sekä tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK) laatimia ohjeita, jotka liittyvät hyvän tieteellisen käytännön ja sen loukkausepäilyjen käsittelemiseen (HTK). HTK-ohje on kansallinen ja yleisen tason ohje. (Hautamäki, Hyvätti, Karjalainen, Kokko, Korhonen, Laitinen-Väänänen, Liimatainen, Norvapalo & Törn-Laapio 2024).

Ohjeen peruspilarit ovat luotettavuus, arvostus, rehellisyys ja vastuunkanto. Ohje on jaettu kahdeksaan tieteellisen toiminnan ryhmään, joiden mukaan on jaoteltu miten jokaisessa ryhmässä voi noudattaa hyviä tieteellisiä menettelytapoja. Nämä kahdeksan ryhmää ovat toimintaympäristö, koulutus, ohjaus ja mentorointi, tieteellisen työn tekeminen, ennakointi ja eettisyys, tutkimusaineistojen hallinta ja käsittely, yhteistyö, julkaiseminen ja viestintä sekä asiantuntija- ja arviointitehtävät. (Aittasalo, Hämäläinen, Kaila, Karhunen, Keiski, Löfström, Näreaho, Spooft, Tarkiainen & Varantola 2023). Ohjeen mukaan koko opinnäytetyön ajan on huolehdittu, että hyvän tieteellisen käytännön peruseriaatteet ovat mukana koko tieteellisen toiminnan ajan.

Opinnäytetyössä on käytetty useita erilaisia lähteitä, jotta tietoperusta olisi mahdollisimman objektiivinen. Lähteinä on käytetty artikkeleja, tutkimuksia ja kirjoja. Näistä osa oli myös kansainvälisiä lähteitä. Lähteiden kirjoittaja on tutkittu ja heidän pätevyyttään arvioitu ennenkö lähdeä on käytetty. Kirjoittaja on arvioitu tutkimalla koulutustausta ja selvittämällä, kuka kirjoittaja oikein on, jos kirjoittaja oli tiedossa. Useimmissa lähteissä julkaisupäivämäärä oli saatavilla, ja näistä lähteistä on valittu uusinta ja relevanteinta tietoa. Lähteitä, joissa ei ole päivämäärää saatavilla, on vertailtu muihin samankaltaisiin lähteisiin ja niitä on arvioitu kriittisesti lähteen luotettavuuden takamiseksi.

Aineiston hankkimiseen käytetty kysely oli täysin anonymi. Ainoa henkilötiedon kysyminen tapahtui käyttämällä laajempaa ikähaarukkaa vastausvaihtoehdoissa kuten esimerkiksi 18–24 vuotta ja 25–34 vuotta. Tämän avulla vastaajasta ei saada tarkkaa ikää, mutta ikäarvio ja kysely pysyy silti anonyminä. Kyselyssä osa kysymyksistä oli pakollisia ja osa vapaaehtoisia vastata. Tämän avulla saatiin tietoon esimerkiksi, että onko vastaajan ruokavalio vegaani vai sekasyöjä, koska tämä vaikuttaisi vastausten kokemuksiin ja luotettavuuteen. Vapaaehtoisia kysymyksiä olivat esimerkiksi

omien kehitysideoiden kertominen. Vapaaehtoisin kysymyksiin vastasi lähes jokainen vastanneista. Aineiston luotettavuutta puoltaa se, että kyselyn vastaajat haettiin vain kohderyhmään kuuluvien Facebook ryhmästä. Vastausmäärä oli kuitenkin koko ryhmän kokoon nähden alhainen, joka on huomioitava tuloksissa ja tulkinnoissa. Vastausmäärän jäädessä alhaiseksi, ei voida määrällisillä tuloksilla tehdä yleistämistä, muiden kuin vastaajien kesken. Kyselyn tuloksilla kuitenkin pystyttiin vastaamaan tutkimuskysymyksiin.

Aineiston keräämisessä on ensin suoritettu testikysely, jonka avulla kyselyä on testattu niin, että kysymykset olisivat mahdollisimman selkeitä eikä vastaajalle jää väärinymmärtämisen mahdollisuutta. Vastausten analysoinnissa on otettu huomioon se, että vaikka vastauksissa oli toistuvasti samankaltaisuuksia, myös ristiriitaisuutta vastausten välillä löytyi ja tuloksissa on pyritty havainnollistamaan eroavaisuuksia, jotka voivat vaikuttaa tutkimuksen luotettavuuteen.

## 5 Tutkimustulokset

### 5.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyn ensimmäisillä kysymyksillä haluttiin kartoittaa vastaajien ikä, ruokavalio ja ravintolapalveluiden käyttöaste sekä ravintolan valintaperusteita. Nämä kysymykset koettiin hyödylliseksi tutkimuksen kannalta. Kysymyksillä saataisiin taustatietoja vastaajista, jotka vaikuttavat esimerkiksi vastausten luotettavuuteen. Jos tutkitaan pääasiallisesti vegaanien kokemuksia, on hyvä, että vastaajien ruokavaliot tunnistetaan.

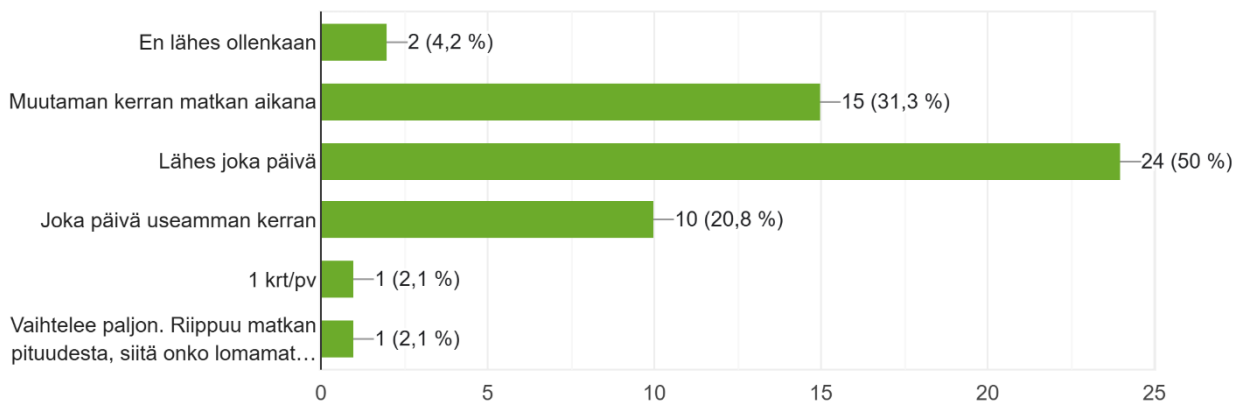
Kyselyn perustiedot koostuivat neljästä määrällisestä kysymyksestä. Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin vastaajien ikää. Vastausvaihtoehtoina olivat alle 18 vuotta, 18–24 vuotta, 25–34 vuotta, 35–44 vuotta, 45–54 vuotta, 55–64 vuotta ja 65 vuotta tai vanhempi. Vastaajista 0 % oli alle 18-vuotiaita. 18–24-vuotiaita vastaajia oli n. 10 % eli 5 vastaajaa. 25–34-vuotiaita vastaajia oli 15 kappaletta eli noin 31 % prosenttia vastanneista. 35–44-vuotiaita vastaajista oli 10 kappaletta, eli noin 20 %. 45–54-vuotiaita oli 15 kappaletta eli noin 31 %. Korkea määrä tietyn ryhmän vastaajissa voi johtua siitä, että Pirisen (2022) tehdyn tutkimuksen mukaan vegaanit kuluttajat sekä matkailijat ovat usein korkeasti koulutettuja ja töissä käyviä, joiden keskimääräinen ikä oli n. 39,7 vuotta. Vastaajista 55–64-vuotiaita oli 3 kappaletta, eli noin 6 %. Vastanneista ei yksikään ollut 65 vuotta tai vanhempi.

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin vastaajien noudattamaa ruokavaliota. Vastausvaihtoehtoina olivat vegaani, kasvissyöjä, sekasyöjä sekä oma tarkennettu vastaus. Vastanneista 41 oli vegaaneja ja vastaajista 5 oli kasvissyöjiä. Sekasyöjiä vastaajista oli 0 ja omia tarkennettuja ruokavaloita olivat yksi pescovegetaristi, joka kuitenkin pääasiallisesti oli vegaani sekä vegaani mutta henkilö syö itse pyytämäänsä kalaa. Tässä voidaan todeta, että tutkimukseen vastanneista suurin osa kuului toivottuun kohderyhmään.

Kolmannessa kysymyksessä vastaajilta kysyttiin, kuinka paljon he käyttävät ravintolapalveluita matkojensa aikana. Vastausvaihtoehdot olivat en lähes ollenkaan, muutaman kerran matkan aikana, lähes joka päivä, joka päivä, joka päivä useamman kerran ja lopussa oli avoin kohta, jos vastausvaihtoehdoista ei mikään ollut vastaajalle sopiva. Vastaajista puolet kertoivat käyttävänsä ravintolapalveluita lähes joka päivä matkansa aikana (ks. kuvio 2.) Tämä kertoo siitä, että vegaanisille ruokapalveluille on käyttäjiä. Käyttäjiä olisi myös mahdollisesti enemmän, jos palveluita kehitettäisiin vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin. Vastaajista myös 20 % käyttää ravintolapalveluita useamman kerran päivässä.

#### Kuinka paljon käytät ravintolapalveluita matkaillessa?

48 vastausta



Kuvio 2. Kuinka paljon vastaajat käyttivät ravintolapalveluita matkustaessa.

Neljännessä kysymyksessä kartoitettiin ravintolan valintaperusteita. Kysymyksellä haluttiin selvittää millä perusteella erikoisruokavalion omaavat vastaajat valitsevat ravintolansa matkan aikana.

Vastausvaihtoehdot tässä kysymyksessä olivat: Etsin netistä ruokalistan valmiiksi, menen kysymään minulle sopivia vaihtoehtoja, käytän sovelluksia kuten HappyCow tai Tripadvisor, edellisten kokemusten perusteella, muun henkilön suosituksista ja muu vastaus johon vastaaja sai itse kirjoittaa vastauksensa, jos mikään valmiista vastauksista ei ollut sopiva. Tähän kysymykseen pystyi myös valitsemaan useamman vaihtoehdon, koska usein matkoilla käytetään erilaisia menetelmiä, jotta voidaan löytää sopivia ruokapaikkoja. Vastaajista lähes kaikki etsivät netistä ruokalistan valmiiksi, ennen ravintolaan menemistä. Tämä on vegaanille yleinen tapa, koska usein ei voi olla varma, että ravintolassa on vegaanisia annoksia. Kuten luvussa 3.2 kerrottiin, vegaaninen ruokamatkailija voi hyödyntää matkansa aikana sovelluksia kuten Tripadvisor ja HappyCow. Näitä sovelluksia hyödynsivät useat vastaajista.

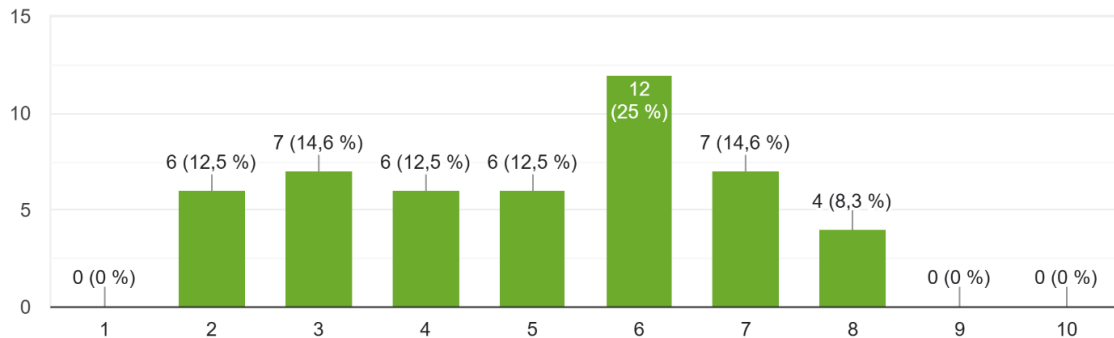
Myös Facebookin vegaanisia ryhmiä hyödynnetään sopivia ravintoloita etsiessä. Vastaajat usein kuuntelevat ja lukevat muiden kokemuksia ja suosituksia erilaisista ruokapaikoista. Kokemusten jakaminen samalle kohderyhmälle on Facebookin erilaisissa ryhmissä helppoa. Vastauksissa nousi esille myös omat edelliset kokemukset. Usein voidaan hakeutua tiettyyn ruokapaikkaan, josta on aikaisemmin jo saatu hyviä kokemuksia. Jos kokemukset ovat kuitenkin olleet huonoja, ei paikkaan usein mennä uudestaan.

## 5.2 Vegaanisen ruokamatkailun nykytila Suomessa

Kyselyyn vastanneilta kartoitettiin, kuinka tyytyväisiä vegaanisiin ruokamatkailupalveluihin Suomessa tällä hetkellä ollaan. Kun kyselyssä kartoitettiin vegaanisen ruokamatkailun tilannetta Suomessa, siitä kysyttiin ensimmäisenä suora määrällinen kysymys. Kysymys toteutettiin lineaarisella asteikolla (ks. kuvio 3), jossa vastausvaihtoehdot olivat 1–10. 1 Merkitsi en lainkaan tyytyväinen ja 10 merkitsi todella tyytyväinen. Vastauksissa oli vaihtelevaisuutta, mutta eniten vastauksia sai numero 6, jonka vastasi 12 vastanneista. Enemmistö oli kuitenkin vastannut 2,3,4 tai 5. Tämä tarkoittaa sitä, että vastaajista iso osa ajattelee, että palveluissa on parantamisen varaa. Vain 7 vastaajista vastasi vaihtoehdon 7 ja 4 vastaajista vastasi 4. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoa 0, 9 tai 10.

### Kuinka tyytyväinen olen vegaanisiin ruokamatkailupalveluihin Suomessa

48 vastausta



Kuvio 3. Lineaarinen asteikko tyytyväisyydestä vegaanisiin ruokamatkailupalveluihin Suomessa

Lineaarisen asteikon vastaukselle sai antaa myös perusteluita avoimessa kysymyksessä. Tähän vapaaehtoiseen kysymykseen vastasi 39 vastaajaa. Vastauksissa selvästi korostui se, että vegaanisten ruokamatkailupalveluiden olevan menossa parempaan suuntaan, mutta hitaasti. Tämän vastauksen kanssa ristiriitaisuutta löytyi muutamiin vastauksiin, kun todettiin että vegaanisten ruokamatkailupalveluiden tilanne oli 10 vuotta sitten huono, sitten tilanne kehittyi, jonka jälkeen nykytila on menossa huonompaan suuntaan. Vastaajien ristiriitaisia kommentteja taas olivat esimerkiksi:

*”Yleistymään päin, ei ole kamalan vaikea löytää vegaanivaihtoehtoja.” ja ”10- vuotta sitten oli huonot vaihtoehdot, siitä hetkeksi pomppaus parempaan, jonka jälkeen taas palattu huonoon”*

Ristiriitaisuus voi johtua siitä, että usein kokemukset vaihtelevat sen mukaan, mitä ihminen ruokapalvelultaan odottaa ja haluaa. Myös se, kuinka usein matkustaa, voi vaikuttaa kokemuksiin. Jos matkustaa harvoin, voi pienikin muutos tarjonnassa olla positiivinen asia. Myös usein matkustelu voi negatiivisesti vaikuttaa kokemuksiin, jos jossain ruokamatkailupalvelut ovat olleet odotusten mukaisia. Useiden vastaajien mielestä arvosana on alhainen, koska tarjonta on usein vähäistä, joten vaihtoehtoja on vaikea löytää ja tämän myötä myös laatu voi olla alhainen. Vaikka vegaaninen ruokavalio on pinnalla, vastaajien mielestä asenteet vegaaneja kohtaan voivat silti olla huonoja ja

vähätteleviä. Usein myös tieto ruokavaliosta on minimaalista ja ravintoloissa ei välttämättä tunnisteta eroa vegaanisen ja vegetaarisen välillä. Vastajat kertoivat perusteluissa erilaisia asioita kuten:

*”Valikoima ja saatavuus on suppea ja yksipuolinen”*

*”Henkilökunnan asenteet ovat vielä jossain ysärillä. Tehdään vain bare minimum, koska on pakko”*

*”Missä on luovuus ja intohimo?”*

*”Vegaanivaihtoehtoja on, mutta ne ovat aina vain hampurilaista tai pizzaa”*

Tyytyväisyyttä vegaanisten ruokapalveluiden nykytilaan kartoitettiin pyytämällä vastaajaa kertomaan yksi tai useampi hyvä kokemus vegaanina matkustaessa Suomessa. Hyväksi kokemukseksi oli vastattu yleisesti se, että ylipäättään edes yksi vegaaninen vaihtoehto ja että edes hieman annosta muokkaamalla saisi vegaanista ruokaa. Hotellien aamupalat mainittiin useasti hyvissä kokemuksissa, mutta myös huonoissa kokemuksissa. Tämä oli kuitenkin selkeästi riippuvainen hotellin sijainnista ja hotelliketjusta. Vastauksissa mainittiin, että isoissa kaupungeissa on saatu enemmän hyviä kokemuksia, koska niistä löytyy suoraan vegaanisia ravintoloita. Näissä paikoissa vegaani voi luotettavammin tilata varmasti vegaanista ruokaa. Luotettava olo tulee, kun ravintolassa ei ole tarjolla mitään eläinperäistä, joten asiakas ei voi saada esimerkiksi vahingossa tai henkilökunnan puutteellisen tietämyksen vuoksi epävegaanista ruokaa.

Myös jos ruoka oli muuta kuin pizzaa tai hampurilaisia, se koettiin useassa vastauksessa positii-viseksi asiaksi. Vastauksissa oli mainittu eri kaupunkien perinneruokia kuten esimerkiksi Lappeenrannasta saatava vegaaninen vety, Savonlinnasta saatavat suolaiset ja makeat lörtsyt sekä Tampereelta vegaaniset munkit. Hyviä kokemuksia oli selkeästi vähemmän kuin huonoja kokemuksia ja

usein hyvät kokemukset olivat hyvin vaatimattomia. Vastaajien yleisimpiä vastauksia, kun kartoitettiin hyviä kokemuksia:

*”Yllätyn aina positiivisesti, kun tarjolla on useampi kuin yksi vegaaninen vaihtoehto, jotka ovat muuta kuin pizzaa ja burgereita.”*

*”Matkustan mielelläni hyvän ruoan takia kotimaassa. Pääkaupunkiseudulle matkustan mieluiten, koska tiedän että siellä ei tarvitse syödä pelkkiä ranskalaisia.”*

*”Isojen kaupunkien vegaaniset ravintolat, esim. Tampereella.”*

*”Isojen hotelliketjujen hotelliaamupalat parantuneet huomasti vegaanisen ruoan osalta.”*

Ruokamatkailun nykytilannetta kartoittaessa kysyttiin myös huonoja kokemuksia. Tämän avulla haluttiin selvittää, onko huonoissa kokemuksissa jotain, mikä yhdistyy kehitysideoiden kanssa. Huonot kokemukset ovat usein asioita, jotka ovat mahdollisesti kehitettävissä.

Huonoina kokemuksina yli 20 % vastaajista vastasi, että noutopöydät ovat lähes poikkeuksetta aina huonoja, vaikka usein myös joidenkin paikkakuntien ainoa vaihtoehto, esimerkiksi huoltoasemilla. Pienemmissä paikkakunnissa myös on koettu huonoina kokemuksina se, että niistä ei saa mitään vegaanista. Näissä paikoissa myös usein mahdollinen vegaani vaihtoehto ei lue suoraan ruokalistassa, vaan tulee keittiöstä yllätyksenä. Jos ruoka tulee keittiöstä yllätyksenä, se ei herätä luottamusta siitä, että annos olisi varmasti vegaaninen tai varmasti omaan makuun sopiva. Moni vastanneista myös koki, että listoja uusitaan usein ja usein sen yhteydessä vegaanivaihtoehtoja karsitaan pois. Vegaaninen vaihtoehto ravintolassa on usein hampurilainen tai pizzaa, tai ruokaa, josta puuttuu proteiini, jonka vuoksi tarjonta koetaan vastauksissa huonoksi. Vastaajat jakoivat kyselyyn kommentteja huonoista kokemuksista kuten:

*”Eniten harmittaa, kun matkustaessa vegaanivaihtoehtoa ei ole merkitty ruokalistaan, vaan se tulee ”yllätyksenä” keittiöstä. Ei vegaanit halua syödä mitä tahansa!”*

*”Hotellien aamupalat useimmiten melko huonoja, kotona syö paremmin.”*

*”Todella huonoa tarjontaa noutopöydissä erikseen ilmoitetusta erikoisruokavaliosta huolimatta. Vegaaneille lähinnä salaattia ja etikkaisia kurkkuja.”*

*”Matkaillessa olen monesti kysynyt esimerkiksi huoltoasemalla, että onko heillä mitään vegaanista. Useasti minulle on vastattu, että jokin tuote taitaa olla/sanottu varmaksi, että on vegaaninen, mutta itse vielä varmistaessa on käynyt ilmi, että tuotteessa on kananmunaa tai voita.”*

Kuten jo aikaisemmin ruokamatkailun arvosanan perusteluissa mainittu, kokemukset vegaanisista ruokapalveluista voivat olla huonoja, jos henkilökunnan tietämys on vähäistä. Monet vastaajat kokivat, että ravintoloissa ei aina ymmärretä esimerkiksi vegaanisen ja kasvisruoan eroa. Tämän vuoksi vastanneilla oli myös huonoja kokemuksia työntekijöiden asenteista vegaaniasiakkaita kohtaan. Yksi vastanneista kommentoi että *”Tarjoilija ei ymmärtänyt vegaanin ja vegetaarisen eroa. Minulle tuotiin jälkiruoka, jossa oli maitotuotteita.”*

Pienten paikkakuntien ravintoloiden tarjonnan lisäksi kuitenkin, vastanneista osa oli kokenut huonoja kokemuksia myös isojen kaupunkien hienoissa ravintoloissa. Laatu voi vaihdella paljon ja tarjolla voi vegaaniselle asiakkaalle olla hyvin pelkistetty annos sekasyöjään verrattuna. Muutama vastaaja kertoi kokemuksissaan, että:

*”Hienoissa ravintoloissa usein vegaanien kohdalla mennään sieltä, mistä aita on matalin. Useaan otteeseen annokset on sekoitettu ja minulle tuotu epävegaaninen annos.”*

Useammalla vastaajalla oli huono kokemus siitä, että vaikka ravintolaan on ilmoitettu vegaanisuu-  
desta etukäteen, ei paikalle tullessa ole mitään vegaanista tarjolla ja vegaaninen asiakas on unoh-  
dettu. Sen vuoksi vastaajat olivat joutuneet odottamaan ruokaa kauemmin, kuin muut seurueen  
sekasyöjät.

Kun selvitettiin vastausta tutkimuskysymyksen ”*onko vegaaneille suunnatuissa ruokapalveluissa  
maakuntien välistä eroa?*” kyselylomakkeessa kysyttiin, missä huonot ja hyvät kokemukset olivat  
tapahtuneet. Hyviä kokemuksia oli koettu eniten Uudellamaalla Helsingissä, Pirkanmaalla Tampe-  
reella ja Keski-Suomessa sekä Pohjois-Karjalassa. Hyvissä kokemuksissa ei erityisesti korostunut  
muita kaupunkeja, vaan useita eri kaupunkeja oli mainittu vastauksissa kerran.

Vastaajista lähes 20 % vastasi yleisesti, että useassa paikassa on ollut huonoja kokemuksia. Eniten  
huonoja kokemuksia koettiin, Keski-Suomessa, Etelä- ja Pohjois- Savossa, Kainuussa, Etelä-Pohjan-  
maalla ja Lapissa. Vastauksista voidaan päätellä, että aluejako ei ole suoranaisesti samanlainen,  
kuten joissain vastauksissa annettiin ymmärtää. Osassa vastauksissa painotettiin sitä, että Keski-  
Suomesta pohjoiseen valikoima huononee huomattavasti. Tämä ei kuitenkaan erityisesti korostu-  
nut vastauksissa. Vastaajista 4 kertoi huonon kokemuksen Lapissa matkustaessa, mutta kuitenkin  
myös 2 kertoi hyvän kokemuksen tapahtuneen Lapissa.

### **5.3 Vegaanisen ruokamatkailun merkityksellisyys**

Kun kyselyn avulla pyrittiin vastaamaan tutkimuskysymykseen mitkä asiat ovat tärkeitä asioita ve-  
gaaneille ruokamatkailupalveluissa, heitä pyydettiin kertomaan kolme heille tärkeää asiaa vegaani-  
sissa ruokapalveluissa. Vastauksissa selkeästi korostui tietyt sanat ja asiat (ks. kuvio 4). Moni vas-  
taajista koki, että esimerkiksi maku, hinta, paikallisuus, vaihtoehdot ja proteiini sekä laatu olivat  
tärkeimpiä asioita. Hinta ja laatu koetaan tärkeäksi, koska usein vaikka hinta voi olla korkea, se ei  
vastaa sitä laadullisesti. Vastausten perusteluissa kävi ilmi, että usein laatu voi olla heikkoa. Maku  
on myös ruoassa tärkeä asia ja useat vegaanit kokevatkin, että esimerkiksi pelkkä proteiinin poista-  
minen liharuoasta ei käy vaihtoehdoksi. Raaka-aineita poistamalla ja muuttamalla ilman, että saa  
vegaanista tilalle koko annos usein kärsii ja maku heikkenee. Kuten luvussa 2.1 kerrottiin, vegaanit  
koostavat ruokavalionsa proteiinit kasvikunnan proteiineilla kuten esimerkiksi pähkinöillä, sieme-  
nillä, soijalla, linsseillä ja tofulla. Näitä kasvikunnan proteiineja myös ravintolat voivat hyödyntää,  
niin että vegaaneille suunnattu annos ei jää ilman proteiineja.



Kuvio 4. Sanapilvi tärkeistä asioista vegaanisissa ruokamatkailupalveluissa.

Paikallisuus, suomalaisen luonnon arvostaminen ja puhtaat raaka-aineet ovat tärkeitä kulmakiviä vastuullisissa ruokapalveluissa, sekä suomalaisessa ruokakulttuurissa. (Nykypäivän ruokakulttuuri n.d). Paikallisuus ja puhtaus mainittiin myös vastauksissa useasti. Kuluttajat arvostavat yhä enemmän ruoan alkuperää ja ruoan avulla tuodaan yhä enemmän esiin myös henkilökohtaisia arvoja (mt). Tämän vuoksi ruokalistojen selkeys ja ihmisten tietoisuus on erityisesti erilaisten ruokavalioiden takia tärkeää. Kysymyksen perusteluissa tuli myös ilmi se, kuinka useat vegaaniset asiakkaat haluaisivat nähdä kunnianhimoista ja luovaa ruokaa. Kuitenkin myös vastauksissa korostui se, että jos edes jotain vegaanisia vaihtoehtoja olisi saatavilla, niin voisi olla tyytyväinen. Perusteluja tärkeille asioille olivat esimerkiksi: *”Kun lähtee matkalle, toivoo kohteen olevan matkan arvoinen.”* ja *”Tärkeintä on se, että saa ruokaa. Sen pitäisi kuitenkin olla itsestäänselvyys.”*

#### 5.4 Kehityskohteet vegaanisessa ruokamatkailussa

Kyselyssä pyydettiin vastaajia kertomaan heidän kehitysideoitaan, ja vaihtoehtoja kuinka vegaanisista ruokamatkailupalveluista saataisiin houkuttelevammat. Vaikka tämä kysymys ei ollut kyselyssä pakollinen vastata, kuitenkin 80 % vastaajista vastasi kysymykseen. Vastausprosentin ollessa

korkea, se kertoo, kuinka monen vastaajan mielestä vegaanisissa ruokamatkailupalveluissa on kehitettävää. Kehitysideoissa oli paljon toistuvuutta ja vastauksissa kävi ilmi samoja asioita, kuin aikaisemmin kysytyissä huonoissa kokemuksissa.

Vastauksista nousi esille esimerkiksi se, että ravintoloiden tulisi itse konsultoida vegaaneja niin, että saataisiin selville suoraan mitä vegaanit haluaisivat syödä. Lähes kaikissa vastauksessa toistui se, että vegaaninen ruoka on usein hyvin pelkistettyä ja usein vaihtoehtona on vain hampurilaisia tai pizzeriaa. Tämä vastaus toistui myös aikaisemmin luvussa 5.2 kerrotuissa huonoissa kokemuksissa. Hampurilaisista ja pizzasta tulee usein ketjuravintoloiden fiilis. Helposti pienillä annosmuutoksilla saisi vastaajien mielestä erilaisia innovatiivisia annoksia. Moni vastaajista koki, että ravintolapalveluiden käyttö jää matkoilla vähäiseksi, koska kotona saa tehtyä halvemmalla tasokkaampaa ruokaa, kuin useissa ravintoloissa.

Yhden vastaajan mukaan on olemassa vegaanisten menuvaihtoehtojen suunnittelijoita, joiden avulla saataisiin apua vegaanisen ruoan suunnitteluun, jotta saataisiin innovatiivisia ja rohkeita maistuvia annoksia tarjolle. Ruokalistojen kehittämistä kaivattaisiin myös merkintöjen osalta. Moni vastaajista koki, että merkinnät ovat usein epäselviä tai ne puuttuvat kokonaan. Ruokalistojen selkeät merkinnät helpottaisivat kaikkia asiakkaita, erilisten ruokavalioiden ja allergioiden osalta. Kuitenkin yhdessä vastauksessa mainittiin, että jos vegaaniset ruoan ei olisi merkitty selkeästi, muutkin kuin vegaanit voisivat syödä vegaanisia annoksia. Tämä ei todennäköisesti lisäisi sitä, että sekasyöjät söisivät enemmän vegaanista ruokaa, koska asiakkaat usein lukevat ainesosat annoksesta läpi ennen tilausta, jonka avulla selviää, että annos ei sisällä eläinperäisiä tuotteita. Joten on helpompaa erityisruokavalion omaavalle, että merkinnät ovat selkeät ruokalistassa. Vastaajien suoria kommentteja kehitysideoihin olivat esimerkiksi:

*”Mahdollisimman monesta annoksesta vegaaninen versio pyydetessä on hyvä merkki vegaaneille ravintoloissa. Se lisää variaatiota ja ei ole välttämättä kallista tai vaikeaa ravintolalle.”*

*”Selkeästi ruokalista nettisivuille V, GL, M ym. merkintöineen, jotta kuluttajan ei tarvitse arvailla.”*

*”Toivoisin laajemmin vegaanisia vaihtoehtoja ja ilman, että niistä pitää maksaa extraa eläinperäisiin ruokiin verrattuna.”*

*”Ravintolat voisivat pitää jotain suoraan vegaanista listoilla. Raaka-aineet voi säilyttää usein pakastimessa, jolloin hävikkiäkään ei tule.”*

*”Välillä jotain muutakin tarjolle, kuin sorbetti, hampurilainen ja falafel. Tuotekehityksessä voisi lähteä siitä, millaista ruokaa kokki itse söisi. Peräänkuuluttaisin tietynlaista ammattiyhpeyttäkin.”*

Vegaanisia ruokamatkailupalveluita voisi kehittää myös monen vastaajan mielestä helposti tekeillä tietyistä ruoista suoraan vegaanisia ja sitten lisäämällä halutun proteiinin oli se sitten liha-tuote tai vegaaninen tuote. Maitotuotteet voi korvata kaura, - ja soijavalmisteilla ja esimerkiksi vegaanisilla levitteillä. Annoksen vaihtaminen vegaaniseksi usein ravintoloissa voi tuoda annokselle lisähintaa, joka lähtökohtaisesti ei tee annoksesta houkuttelevaa. Annoksen vaihtaminen vegaaniseksi voi myös tarkoittaa sitä, että annoksesta otetaan jokin oleellinen elementti pois, ja tilalle ei lisätä mitään. Jos lähes kaikista liharuoista olisi myös vegaaninen versio, se lisäisi vaihtoehtoja.

## **6 Pohdinta ja johtopäätökset**

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, minkälainen vegaanisten ruokamatkailupalveluiden nykytila on kohderyhmän mielestä. Kohderyhmän eli kyselyyn vastanneiden avulla, oli tavoitteena selvittää palveluiden hyvät ja huonot puolet, merkitykselliset asiat ja että onko olemassa jakaumaa siinä, missä päin Suomea näitä palveluita tarjotaan.

Kyselyssä kartoitetuissa perustiedoissa kävi ilmi, että vastanneissa oli moneen ikäryhmään kuuluvia, ruokavalioltaan vegaaneja. Kuitenkin ikäryhmät, jotka nousivat vastausmäärillään esiin, olivat 25–34-vuotiaat sekä 45–54-vuotiaat. Ruokavalioltaan vastanneista 85 % oli vegaaneja, joten tuloksia voidaan pitää oikealta kohderyhmältä tulleilta ja sen pohjalta vastauksia voidaan pitää myös luotettavina.

Ravintolapalveluita käytetään tutkimusten tulosten mukaan useita kertoja matkan aikana, ja jopa lähes päivittäin. Tämä kertoo siitä, että vegaanisille ruokamatkailupalveluille olisi myös kysyntää. Kun matkan aikana valittiin ruokapaikkaa, se tulosten mukaan valittiin usein niin, että netistä etsittiin ruokalista valmiiksi. Vegaanista ruokaa ei aina ole ravintolassa tarjolla, joten ruokalista etsitään etukäteen. Tuloksissa kävi ilmi, että myös huonoja ja hyviä kokemuksia kuunnellaan ja kerrotaan eteenpäin muille.

Tutkimuksessa selvitettiin kohderyhmän avulla, tyytyväisyyttä vegaanisiin ruokamatkailupalveluihin. Linearisella asteikolla vastaukset olivat heikkoja ja vastanneista vain muutama koki palveluiden olevan hyvällä tasolla. Vastausten perusteluissa korostui se, kuinka vastanneiden omat kokemukset vaihtelevat sen mukaan, mitä henkilö ruokapalveluiltaan haluaa. Odotukset eivät aina vastanneet kokemuksia, jonka vuoksi palvelut koettiin osittain huonoksi. Palveluiden nykytilaa selvittäessä, hyviä kokemuksia vastaajilla oli isoista kaupungeista ja siitä, että palveluja oli edes saatavilla. Hyväksi ruokakokemukseksi monessa vastauksessa keuhuttiin eri kaupunkien perinneruokien vegaanisia versioita. Hyvät kokemukset kuitenkin yleisesti ottaen olivat vaatimattomia. Huonoissa kokemuksissa korostui moni eri asia. Noutopöytien ja huoltoasemien tarjonta oli monen vastaajan mielestä huonoa ja vegaanivaihtoehdot usein ravintolassa loistavat puuttumisellaan. Henkilökuntien asenteet ja tietämys korostui myös huonoissa kokemuksissa. Aseenteihin voi vaikuttaa se, että, että tietämys voi olla vähäistä, ja vegaaniset asiakkaat kokevat olevansa sen vuoksi vaativia.

Vegaanisten ruokapalveluiden merkityksellisyyttä analysoidessa tuloksista nousi maku, hinta, paikallisuus, vaihtoehtojen määrä, proteiini sekä laatu. Kyselyn vastaajille tärkeää oli maku ja laatu, koska nykypäivänä on paljon raaka-aineita ja tuotteita, joilla saa tehtyä innovatiivisia annoksia. Vaihtoehtojen määrä on asiakkaille tärkeää, koska Kosken (2020) tekemän tutkimuksen mukaan ravintolat itse tietävät, että vaikka seurueessa olisi yksi vegaani, se usein määrittää ruokapaikan. (Koski 2020, 37).

Tuloksia analysoidessa tuli ilmi, että vastaajista monilla oli kehitysideoita siihen, kuinka palveluita voitaisiin kehittää ja asiakaskokemuksesta saataisiin parempi. Tuloksena kehitysideoissa nousi esiin se, että vegaanit haluaisivat ravintoloiden konsultoivan suoraan heitä, jotta palveluita saataisiin kehitettyä vegaaneille sopivaksi, jotta palveluita haluttaisiin käyttää enemmän. Vegaaniset

vaihtoehdot ovat usein hyvin pelkistettyjä ja tätä voitaisiin kehittää tekemällä joistain ruoista suoraan vegaanisia.

Kyselyyn vastanneille annettiin laadullisella tutkimuksella suoraan vaihtoehto vastata omien kokemusten perusteella ja kertoa kokemuksista täysin anonymisti. Kyselyä toteutettaessa onnistuttiin saamaan todella laajoja laadullisia vastauksia, vaikka vastausten kokonaismäärä jäi vähäiseksi ryhmän kokoon nähden. Vastauksia olisi saanut lisää lähettämällä kyselyn muihin vegaanisiin ryhmiin, mutta opinnäytetyön aikataulun mukaan se olisi viivästyttänyt työn tekemistä. Opinnäytetyössä onnistuttiin löytämään asioita, joita tutkimuskysymyksillä ohjattiin.

Vaikka tutkimuksen tuloksia ei voida suoraan yleistää, voidaan kuitenkin tehdä jatkokehitys ehdotuksia yleisesti suoraan ravintoloille. Vegaanisille ruokamatkailupalveluille olisi käyttöä, mutta useat kokevat pääsevänsä helpommalla ja halvemmalla kun maistuvaa ja sopivaa ruokaa tehdään itse kotona. Tuloksista voidaan kuitenkin yleistää, että suuri osa vastaajista oli sitä mieltä, että palveluita käytettäisiin enemmän, jos niitä olisi paremmin saatavilla. Myös ruoan laatu koettiin kehitettäväksi asiaksi, ja tätä varten ravintolat voisivat kysyä neuvoja suoraan vegaaneilta maistuvista ruoista. Izmaylovan (2019) tekemän tutkimuksen mukaan, kun ravintolan henkilökunta oli opetellut tekemään vegaanista ruokaa hyvin, asiakkaat arvostivat tätä erityisen paljon. (Izmaylova 2019, 40). Vegaanit haluavat palveluiden kehittyvän, joten moni vastaajista olisi myös valmis neuvomaan helppoja maistuvia ruokia.

## **7 Tulosten eettisyys ja luotettavuus**

Opinnäytetyön tuloksissa on huomioitu tulosten eettisyys ja luotettavuus. Kyselylomakkeen vastausmäärä jäi pieneksi, jonka vuoksi määrällisissä tutkimustuloksissa voidaan tehdä vain yleisluontoisia johtopäätöksiä vastaajien kesken. Laadullisten kysymysten tuloksia ei voida yleistää, mutta aineistosta tehdyistä tulkinnoista on pohdinnassa tehty yleistämistä suhteessa tuloksiin. Opinnäytetyön kyselylomakkeelle olisi mahdollisesti saatu enemmän vastaajia, jos vastausaika olisi ollut pidempi tai kysely olisi jaettu useampaan eri ryhmään. Aikaa oli kuitenkin rajallisesti, joten kysely jaettiin vain yhteen vegaanisesta ruokamatkailijasta Suomessa ryhmään. Ryhmän valintaan aluksi vaikutti se, että sen aihe oli suoraan yhteydessä opinnäytetyön aiheeseen. Kuitenkin tutkimuksen edetessä totesin, että kohderyhmän vastauksia olisi voinut saada myös muista samankaltaisista ryhmistä. Kuitenkin suuri vastaajamäärä olisi voinut vaikuttaa laadullisten tulosten läpikäyntiin.

Vastaukset on kuitenkin koettu suhteellisen luotettavaksi ja lähes kaikki vastaajat kertoivat kokemuksistaan ja ajatuksistaan hyvin tarkasti ja syvällisesti.

Luotettavuutta on arvioitu myös vastaajien kommenttien sisällön osalta. Laadullisten kysymysten vastauksissa oli joitain ristiriitaisuuksia. Niiden merkitystä ja mahdollisia syitä tutkimuksessa on arvioitu. Ristiriitaiset vastaukset voivat johtua esimerkiksi siitä, että jokaisella kuluttajalla on omat mieltymykset. Kokemukset ravintoloista voivat olla hyvin erilaisia, vaikka esimerkiksi käytetty ravintola olisi kaikilla vastaajilla sama. Ristiriitaisuutta ei kuitenkaan noussut kaikissa kysymyksissä esiin. Vastaajien taustatietojen perusteella tutkimuksessa olisi mahdollisesti löytynyt enemmän eroa, jos vastaajia olisi ollut enemmän. Nyt vastaukset taustatiedoista olivat hyvin samanlaisia, mutta tämä voi johtua siitä, että vastaajien määrä jäi alhaiseksi.

## Lähteet

Aaltola, E. N.d. Eläinten oikeudet. Vegaaniliitto. Viitattu 23.9.2024. <https://vegaaniliitto.fi/tieto/miksi-veganismi/elainten-oikeudet/>

Adamsson, K. & Havas, K. 2020. Suomen ruokamatkailustrategia 2020–2028. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Viitattu 4.9.2024. <https://www.businessfinland.fi/4a8376/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/ruokamatkailustrategia-2020-2028.pdf>

Aittasalo, M., Hämäläinen, K., Kaila, E., Karhunen, M., Keiski, R., Löfström, E., Näreaho, S., Spoof, S.K., Tarkiainen, T. & Varantola, K. 2023. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Tutkimuseettinen Neuvottelukunta. Viitattu 13.11.2024. [https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje\\_2023.pdf](https://tenk.fi/sites/default/files/2023-03/HTK-ohje_2023.pdf)

Arolaakso, A., Witting, A. & Nurro, M. 2021. Kestävän ruokamatkailun opas. Visit Finland. Viitattu 20.10.2024. <https://www.businessfinland.fi/49d490/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan-ruokamatkailun-opas-2021.pdf>

Auvinen, S. 2019. Lihan loppu. Helsinki: Kosmos.

Bali, A. & Naik, R. 2023. The Impact of a Vegan Diet on Many Aspects of Health: The Overlooked side of Veganism. Viitattu 25.9.2024 <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC10027313/#REF6>

Birch, J., Clayton, N. & Schnell, A. 2020. Dimensions of Animal Consciousness. Viitattu 2.12.2024. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1364661320301923>

Borodulin, K., Koponen, P., Koskinen, S., Lundqvist, A. & Säöksjärvi, K. 2018. Terveys, toimintakyky ja hyvinvointi Suomessa. Viitattu 25.9.2024. [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136223/Rap\\_4\\_2018\\_FinTerveys\\_verkko.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/136223/Rap_4_2018_FinTerveys_verkko.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Definition of veganism. N.d. The Vegan Society. Viitattu 7.9.2024. <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>

Eläinkokeet. N.d. Vegaaniliitto. 4.11.2024. <https://vegaaniliitto.fi/asiasanat/elainkokeet/>

Eläinsuojelu. 2024. Aluehallintovirasto. Viitattu 2.12.2024. <https://avi.fi/asioi/henkiloasiakas/valvonta-ja-kantelut/elaimet/elainsuojelu>

Eläinsuojelulaki 247/1996. Eläinsuojelulaki. Annettu 4.4.1996. Viim. muutos. 23.3.2023. Viitattu 2.12.2024. <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1996/19960247#>

Eläinten olot. 2019. Vegaaniliitto. Viitattu 23.9.2024. <https://vegaaniliitto.fi/tietoa/miksi-veganismi/elainten-olot/>

Finland- sustainable travel destination. N.d. Visit Finland. Viitattu 29.10.2024. <https://travel-trade.visitfinland.com/en/sustainability/>

Forsman-Hugg, S., Katajajuuri, J.M., Mäkelä, J., Paananen, J., Pesonen, I. & Timonen, P. 2008. Vastuullisuus elintarvikeketjussa. Suomen Maataloustieteellisen Seuran tiedote. Viitattu 10.12.2024. <https://journal-fi.ezproxy.jamk.fi:2443/sms/article/view/75855/37244>

Hautamäki, J., Hyvätti, S., Karjalainen, E., Kokko, M., Korhonen, K., Laitinen-Väänänen, S., Liimatainen, L., Norvapalo, K. & Törn-Laapio, A. 2024. Eettiset periaatteet. Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Viitattu 13.11.2024. <https://www.jamk.fi/fi/opiskelijalle/tutkinto-opiskelija/saannot-ja-periaatteet>

Horner, S. & Swarbrooke, J. 2017. Consumer behaviour in tourism Second edition. The Butterworth-Heinemann. Viitattu 20.10.2024. [https://colbournecollege.weebly.com/uploads/2/3/7/9/23793496/consumer behaviour in tourism 3rd edition.pdf](https://colbournecollege.weebly.com/uploads/2/3/7/9/23793496/consumer%20behaviour%20in%20tourism%203rd%20edition.pdf)

Indikaattorijärjestelmä. N.d. Visit Finland. Viitattu 30.10.2024. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/kansalliset-kestavan-matkailun-indikaattorit>

Izmaylova, D. 2019. Helsinkiläisten ravintoloiden henkilökunnan tietämys vegaanisuudesta. opinäytetyö. AMK. Haaga-Helian ammattikorkeakoulu, hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohto koulutusohjelma, 40. Viitattu 18.11.2024. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/168919/diana\\_izmaylova.pdf?sequence=2](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/168919/diana_izmaylova.pdf?sequence=2)

Jallinoja, P., Jauho, M. & Pöyry, E. 2019. Miten Suomi söi 2008–2016? Erityisruokavaliot ja niiden taustatekijät. Viitattu 11.12.2024. [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/137956/YP1902\\_Jallinojaym.pdf](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/137956/YP1902_Jallinojaym.pdf)

Jallinoja, P., Niva, M. & Vinnari, M. 2019. Veganism and plant-based eating: analysis of interplay between discursive strategies and lifestyle political consumerism. The Oxford Handbook of Political Consumerism. Viitattu 11.12.2024.

Jokinen, A. N.d. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat. Teoksessa laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Toim. J. Vuori. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 12.11.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullisen-tutkimuksen-nakokulmat/>

Juhila, K. N.d. Koodaaminen. Teoksessa laadullisen tutkimuksen verkkokäsikirja. Toim. J. Vuori. Tampere: yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 13.11.2024. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/analyysitavan-valinta-ja-yleiset-analyysitavat/koodaaminen/>

Kaartinen, N., Männistö, S., Sääksjärvi, K., Tapanainen, H. & Valsta, L. 2018. Ravitseemus Suomessa- FinRavinto 2017- tutkimus. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Viitattu 12.12.2024. [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/137433/Raportti\\_12\\_2018\\_netti%20uusi%202.4.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/137433/Raportti_12_2018_netti%20uusi%202.4.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kansanen, I. 2013. Vegan travel- The ways how vegan diet influences travel experience. Opinnäytetyö. AMK. Haaga- Helian ammattikorkeakoulu, degree programme in Experience and Wellness Management, 37-40. Viitattu 1.10.2024. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/65953/Kansanen\\_liris.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/65953/Kansanen_liris.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Kasvissyönti kasvoi aatteista. 2016. Kirjoitus Suomi syö ja juo- blogissa 01.09.2016. Viitattu 16.10.2024. <https://suomisyojajuo.fi/2016/09/01/kasvissyonti-kasvoi-aahteista/>

Kestävän kehityksen tavoitteet. N.d. Suomen YK-liitto. Viitattu 12.12.2024. [https://www.ykliitto.fi/sites/www.ykliitto.fi/files/media/kestavan\\_kehityksen\\_tavoitekortit\\_2030.pdf](https://www.ykliitto.fi/sites/www.ykliitto.fi/files/media/kestavan_kehityksen_tavoitekortit_2030.pdf)

Kestävän matkailun puolesta. N.d. Visit Finland. viitattu 29.10.2024. <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu/sustainable-travel-finland>

Kestävän ruokamatkailun opas. 2021. Visit Finland, 13–15. Viitattu 28.10.2024. <https://www.businessfinland.fi/49d490/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/kestavan-ruokamatkailun-opas-2021.pdf>

Kestävää terveyttä ruoasta-kansalliset ravitsemussuositukset 2024. 2024. Valtion ravitsemusneuvottelukunta ja Terveiden ja hyvinvoinnin laitos. Viitattu 11.12.2024. <https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/150005/Kesta%cc%88va%cc%88a%cc%88%20terveytta%cc%88%20ruoasta%20%20kansalliset%20ravitsemussuositukset%202024.pdf?sequence=7&isAllowed=y>

Konst, T. & Suveri, L. 2023. Veganismi on myös päivittäisiä ympäristötekoja. Vegaaniliitto. Viitattu 25.9.2023 <https://vegaaniliitto.fi/tietoa/miksi-veganismi/ymparisto/>

Koski, R. 2020. Vegaanit ravintoloiden arjessa. Opinnäytetyö. AMK. Tampereen ammattikorkeakoulu, palveluliiketoiminnan koulutusohjelma, 37. Viitattu 18.11.2024. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/341734/Koski\\_Roosa.pdf?sequence=3](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/341734/Koski_Roosa.pdf?sequence=3)

Kähkönen, S. & Villa, J. 2023. Asiakaskokemuksen opas. Viitattu 12.11.2024. <https://www.puheet.com/blogi/asiakaskokemuksen-opas>

K-ruokakaupoissa testataan vegehyllä. 2018. Kesko. Viitattu 8.10.2024. <https://www.k-ruoka.fi/artikkelit/k-kaupassa/k-ruokakaupoissa-testataan-vegehyllya>

Laki eläinten hyvinvoinnista 693/2023. Laki eläinten hyvinvoinnista. Annettu 23.3.2023. Viitattu. 2.12.2024. <https://finlex.fi/fi/laki/alkup/2023/20230693#>

- Leino, O. 2022. Eläinten tietoisuus on kasvava kiinnostuksen kohde, ja se löydetään yhä useamalta lajilta. Eläinten hyvinvointikeskus, EHK. Viitattu 2.12.2024. <https://www.elaintieto.fi/blogi/elainten-tietoisuus-on-kasvava-kiinnostuksen-kohde-ja-se-loydetaan-yha-useamalta-lajilta/>
- Marin, M. 2019. Top 3 things vegan customers want and why you should listen. Vegan hospitality. Viitattu 12.11.2024. <https://www.veganhospitality.com/blog/what-vegan-customers-want-and-why-you-should-listen#commenting=>
- Mikä on V-Mark? N.d. Vegetarian product certificate. Viitattu 4.11.2024. <https://www.v-label.com/fi/general-information/>
- Mitä on kestävä kehitys. 2023. Ympäristöministeriö. 12.12.2024. <https://ym.fi/mita-on-kestava-kehitys>
- Mitä tarkoittaa vegaani ja siihen liittyvät termit? N.d. Viitattu 10.10.2024. <https://vegaani.org/tieto/mita-tarkoittaa-vegaani/>
- Mitä vastuullisuus tarkoittaa tavallisessa arjessa kuluttajalle. 2024. Vastuullinen Suomi. Viitattu 12.11.2024. <https://www.vastuullinensuomi.fi/mita-vastuullisuus-tarkoittaa-tavallisessa-arjessa-kuluttajalle/>
- Nykypäivän ruokakulttuuri. N.d. Ruokatieto. Viitattu 17.11.2024. <https://ruokatieto.fi/ruokatie-toa/ruokakulttuuri/nykypaivan-ruokakulttuuri/>
- Oikeutta eläimille. N.d. Viitattu 16.10.2024. <https://oikeuttaelaimille.fi/oikeutta-elaimille/>
- Paukkeri, M. 2022. Kasvisruoat. Yle. Viitattu 8.10.2024. <https://yle.fi/a/3-12501526>
- Poutiainen, O. 2019. Vegaanisten elintarvikkeiden kuluttamisen merkitykset. Pro gradu, Helsingin yliopisto. Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta, taloustieteen laitos. Viitattu 11.12.2024. <https://core.ac.uk/download/pdf/224642862.pdf>
- Ripened by human determination. 2014. The Vegan Society. Viitattu 10.10.2024. <https://www.vegansociety.com/sites/default/files/uploads/Ripened%20by%20human%20determination.pdf>
- Pirinen, M. 2022. Vegaanit kuluttaja- ja matkailija segmenttinä. Opinnäytetyö. AMK. Karelia- ammattikorkeakoulu, matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutus, 27–45. Viitattu. 20.10.2024. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/746737/Pirinen\\_Marika\\_2022\\_05\\_04.pdf?sequence=2](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/746737/Pirinen_Marika_2022_05_04.pdf?sequence=2)
- Seppänen-Järvelä, R. & Åkerblad, L. 2024. Monimenetelmällinen tutkimus: opas suunnitteluun ja toteutukseen. Gaudeamus.
- Solala, K. 2024. Ruokatrendit 2024 ennustavat luonnollisen ruoan ja keittojen vuotta. Viitattu 18.9.2024. <https://lihajaruoka.fi/ruokatrendit-2024/>

- Soult, A. 2022. Kasvipohjaisten tuotteiden markkina kasvaa kohisten. Elintarviketieteiden Seuran ammatti- ja tiedelehti. Viitattu 7.10.2024. <https://kehittyvaelintarvike.fi/artikkelit/teemajutut/talous-liiketoiminta/kasvipohjaisten-tuotteiden-markkina-kasvaa-kohisten/>
- Suomalaiset ravitsemussuositukset. 2014. Valtion ravitsemusneuvottelukunta. Viitattu 11.12.2024. [https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/kuluttaja-ja-ammattilaismateriaali/julkaisut/ravitsemussuositukset\\_2014\\_fi\\_web\\_versio\\_5.pdf](https://www.ruokavirasto.fi/globalassets/teemat/terveytta-edistava-ruokavalio/kuluttaja-ja-ammattilaismateriaali/julkaisut/ravitsemussuositukset_2014_fi_web_versio_5.pdf)
- Syödään yhdessä-ruokasuositukset lapsiperheille. 2019. Terveystieteiden tutkimuskeskus. Viitattu 9.12.2024. [https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/137459/URN\\_ISBN\\_978-952-343-254-3.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://www.julkari.fi/bitstream/handle/10024/137459/URN_ISBN_978-952-343-254-3.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Team HappyCow. N.d. HappyCow. Viitattu 3.11.2024. <https://www.happycow.net/about-us>
- Tek, F. & Yermolayev, M. 2023. Viisi kasvisruoasta valtavirtaa tekevää trendiä 2023. Viitattu 2.10.2024. <https://www.unilever.fi/news/2023/viisi-kasvisruoasta-valtavirtaa-tekevaa-trendia-2023/>
- Tesfamariam, T. 2020. 4 world cultures and religions that embrace plant-based eating. Greenpeace. Viitattu 10.10.2024. <https://www.greenpeace.org.uk/news/world-cultures-and-religions-plant-based-vegetarian-vegan-diet/>
- The latest stats. 2024. HappyCow. Viitattu 10.12.2024. <https://www.happycow.net/reports/stats>
- Tietoa kuluttajille. N.d. V-Label. Viitattu 4.11.2024. <https://www.v-label.com/fi/general-information/>
- Tietoa Vegaaniliitosta. N.d. Vegaaniliitto. Viitattu 16.10.2024. <https://vegaaniliitto.fi/tietoa-vegaaniliitosta/>
- Tältä näyttää mökkikesä 2021: Mökille halutaan helppohoitoisuutta, ostoskoriin paikalliset herkut ja ykköset päälle. 2021. K-ryhmän myyntidata. Viitattu 2.10.2024. <https://www.kesko.fi/media/uutiset-ja-tiedotteet/uutiset/2021/talta-nayttaa-mokkikesa-2021-mokille-halutaan-helppohoitaisuutta-ostoskoriin-paikalliset-herkut-ja-ykkoset-paalle/>
- Uudet kansalliset ravitsemussuositukset on julkaistu. 2024. Maa- ja metsätalousministeriö. Valtioneuvosto. Viitattu 9.12.2024. <https://valtioneuvosto.fi/-/1410837/uudet-ravitsemussuositukset>
- Valkeaniemi, S. & Wahlberg, T. 2023. Kehitetään: Vastuullisuus ruokamatkailussa- pienillä asioilla isoja vaikutuksia. Satakunnan ammattikorkeakoulu. Viitattu 28.10.2024. <https://www.matkailunkehittamiskeskus.fi/kehitetaan/kehitetaan-vastuullisuus-ruokamatkailussa-pienilla-asioilla-isoja-vaikutuksia/>
- Vastuulliset ruokavalinnat. N.d. Martat. Viitattu 18.9.2024. <https://www.martat.fi/ruoka/kestava-ruoka/vastuulliset-ruokavalinnat/>

Vegaani matkalla- matkustusvinkkejä vegaaneille. N.d. Viitattu 20.10.2024. <https://vegaani.org/vegaanimatkailu/matkustusvinkit/>

Vegaanina ravintoloissa ja kahviloissa. 2024. Vegaanihaaste. Viitattu 4.11.2024. <https://vegaanahaaste.fi/vegaanina-ravintoloissa-ja-kahviloissa>

Veganismi. N.d. Vegaaniliitto. Viitattu 23.9.2024. <https://vegaaniliitto.fi/tietoa/veganismi/>

Vegaaniruuan tarjonta ravintoloissa lisääntyy, mutta kokit kaipaavat lisää koulutusta. 2022. Verde. Viitattu 4.9.2024. <https://www.verdelehti.fi/2022/08/10/vegaaniruuan-tarjonta-ravintoloissa-lisaantyy-mutta-kokit-kaipaavat-lisaa-koulutusta/>

Vilkkä, H. 2021. Tutki ja kehitä. PS- kustannus. Viitattu 5.11.2024. <https://janet.finna.fi/Record/jamk.993662444406251?sid=4861596013#toc>

Vesterinen, V.M. N.d. Tutkimusmenetelmät ja -aineisto. Kehittämiskeskus Opinkirjo. Viitattu. 6.11.2024. <https://tiedelukutaito.mooc.fi/part-3/2-tutkimuskysymyksen-valinta>

Werneth, W. 2020. Vegan travel Q&A: Everything you need to know. The Nomadic Vegan. Viitattu 12.11.2024. <https://www.thenomadicvegan.com/travel-vegan-questions/>

## Liitteet

### Liite 1. Tutkimuskysely

# Vastuullisen vegaanisen ruokamatkailun merkitys ja kehitystarpeet Suomessa

**B** *I* U  

Kysely on Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelijan Inkeri Kettusen toteuttama ja sen aiheena on vastuullisen vegaanisen ruokamatkailun merkitys ja kehitystarpeet Suomessa.

Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa vegaanisen ruokamatkailun merkityksellisyyttä ja mahdollisia kehityskohteita Suomessa.

Vegaaninen ruokamatkailu: " Matkailu johon liittyy tai jonka pääasiallinen kohde on vegaaninen ruoka ja ruokaan liittyvät kokemukset"

Kysely on auki 2.11.-9.11.

#### Ikäryhmä

- Alle 18
- 18-24 vuotta
- 25-34 vuotta
- 35-44 vuotta
- 45-54 vuotta
- 55-64 vuotta
- 65 vuotta tai vanhempi

Noudattamani ruokavalio on \*

- Vegaani
- Kasvissyöjä
- Sekasyöjä
- Muu...

Kuinka paljon käytät ravintolapalveluita matkaillessa? \*

- En lähes ollenkaan
- Muutaman kerran matkan aikana
- Lähes joka päivä
- Joka päivä useamman kerran
- Muu...

Minkä perusteella valitset ravintolan matkan aikana? \*

- Etsin netistä ruokalistan valmiiksi
- Menen kysymään minulle sopivia vaihtoehtoja
- Käytän sovelluksia kuten HappyCow tai Tripadvisor ruokapaikan valintaan
- Edellisten kokemusten perusteella

Muun henkilön suositusten perusteella

Muu...

Kuinka tyytyväinen olen vegaanisiin ruokamatkailupalveluihin Suomessa \*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

En lainkaan tyytyväinen

Todella tyytyväinen

Edellisen kysymyksen mahdolliset perustelut:

Pitkä vastausteksti

Kerro yksi tai useampi hyvä kokemus vegaanina matkustaessa Suomessa \*

Pitkä vastausteksti

Missä kaupungissa/ Maakunnassa tapahtui hyvä kokemus? \*

Pitkä vastausteksti

Kerro yksi tai useampi huono kokemus vegaanina matkustaessa Suomessa \*

Pitkä vastausteksti

Kerro yksi tai useampi huono kokemus vegaanina matkustaessa Suomessa \*

Pitkä vastausteksti

---

---



Missä kaupungissa/maakunnassa huono kokemus tapahtui? \*

Pitkä vastausteksti

---

---

Kolme asiaa, jotka ovat sinulle tärkeitä vegaanisessa ruokamatkailussa? \*

Pitkä vastausteksti

---

---

Edellisen kysymyksen mahdolliset perustelut:

Pitkä vastausteksti

---

---

Omia kehitysideoita vegaanisiin ruokapalveluihin (esim. suoraan ravintoloille tai matkailutoimijoille)

Pitkä vastausteksti

---

---

## Liite 2. Saatekirje

Hei ryhmäläiset! 🌱

Olen palveluliiketoiminnan opiskelija Jyväskylän ammattikorkeakoulussa ja kirjoitan opinnäytetyötäni, jonka aiheena on vastuullisen vegaanisen ruokamatkailun merkitys ja kehitystarpeet Suomessa. Kyselyn tarkoituksena on kartoittaa vegaanisen ruokamatkailun merkityksellisyyttä ja mahdollisia kehityskohteita Suomessa.

Arvostaisin suuresti, jos ehtisitte vastata lyhyeen täysin anonyymiin kyselyyn, jotta saisin opinnäytetyöhöni aitoa näkökulmaa! Lämpimät kiitokset jo etukäteen kaikille vastanneille!

Ylläpidolta on lupa julkaisuun.

Jos kaipaat lisätietoja minuun voi ottaa matalalla kynnyksellä yhteyttä Messengerissä.