

[www.humak.fi](http://www.humak.fi)

# Opinnäytetyö

## Vegaanihaasteen vaikuttavuus

*Susanna Pesio*

Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma  
(210 op)

5/2020



HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

## TIIVISTELMÄ

Humanistinen ammattikorkeakoulu  
Yhteisöpedagogi AMK

---

Tekijät: Susanna Pesio  
Opinnäytetyön nimi: Vegaanihaasteen vaikuttavuus  
Sivumäärä: 61 ja 23 liitesivua  
Työn ohjaaja: Mia Muhonen  
Työn tilaaja: Oikeutta eläimille -järjestö

---

Opinnäytetyön aihe on ajankohtainen, koska se liittyy ilmastonmuutokseen ja sen ratkaisuihin. Oikeutta eläimille -järjestön Vegaanihaasteen vaikuttavuutta haluttiin arvioida, jotta haaste voisi kehittyä ja kasvaa. Tuloksilla voidaan perustella haasteen tärkeyttä, niin osallistujille kuin medialle ja rahoittajille, joita tarvitaan. Haasteen pitkittäisvaikutuksia ei ole ennen tutkittu. Vegaanihaaste pyrkii lisäämään kasvissyöntiä ja tekemään siitä helppoa kaikille. Vegaanihaaste osaltaan hidastaa ilmastonmuutosta sitä kautta.

Tutkimuskysymykset, joilla arvioitiin Vegaanihaasteen vaikuttavuutta olivat: Miltä osin Vegaanihaaste saavuttaa tavoitteensa? Miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa ihmisten asenteisiin vegaaniruokavaliota kohtaan? Miten Vegaanihaasteen osallistuminen vaikuttaa ihmisten ruokavalioon pitkällä aikavälillä?

Tietopohjassa käsiteltiin vaikuttavuuden teoriaa, asenteiden, motivaation, sekä osallistumisen ja osallisuuden teorioita. Opinnäytetyön tutkimusote oli kvantitatiivinen tutkimus ja lähestymistapa konstrukttiivinen tutkimus. Aineistonkeruumenetelmänä käytettiin kyselyä. Aineisto kerättiin internetkyselylomakkeella, jonka Vegaanihaaste lähetti Vegaanihaasteeseen vuosina 2014–2020 osallistuneille 43 627 ihmiselle osana Vegaanihaasteen ylimääräistä sähköpostia. Tuloksia tutkittiin ja analysoitiin Webropol-ohjelmassa, sekä sen Insight-sovelluksessa.

Kyselyyn vastasi 4 198 ja kyselyn vastausprosentti oli 9,6 %. Tuloksista kävi ilmi, että haaste oli onnistunut muuttamaan osallistuneiden asenteita vegaaniruokavaliota kohtaan hiukan positiivisemmaksi. Haasteen osa-alueisiin oltiin suurimmaksi osin tyytyväisiä, sillä enemmistön äännet sijoittuivat Likert-asteikon positiivisempaan laitaan. Vegaanihaasteen uutiskirjeet ja reseptit olivat pidetyimmät. Vegaanihaasteella oli myös vaikutuksia osallistujien ruokavalioon. Osallistujista 63 % oli haasteen aikana noudattanut vegaanista tai pääosin vegaanista ruokavaliota ja heistä 88,7 % noudatti yhä vegaanista tai pääosin vegaanista ruokavaliota. Tuloksista kävi myös ilmi, että nykyisin 60 % osallistujista oli vähentänyt eläinperäisiä tuotteita ruokavaliossaan ja 44 % vähentänyt lihansyöntiä. Vegaanisen ja pääosin vegaanisen ruokavalion osuus oli noussut haastetta edeltävältä ajalta nykyhetken 34 %. Vegaanihaaste oli tyytyväinen tuloksiin.

Opinnäytetyö tuotti kyselylomakkeen, jolla voi tutkia Vegaanihaasteen pitkittäisvaikutuksia. Lisäksi se tuotti järjestölle tutkimusaineiston, jota voi hyödyntää jatkossakin, erillisen kaikki tutkimustulokset kattavan tiedoston taulukoineen ja kaksi tiedostoa, jotka sisältävät lyhyen yhteenvedon tuloksista suomeksi ja englanniksi viestintää varten. Opinnäytetyön tuloksia voi hyödyntää Vegaanihaasteen lisäksi maailmanlaajuisesti eri vegaanihaasteiden tutkimustuloksia vertaillen.

---

Asiasanat: järjestötoiminta, vaikuttavuus, kasvisravinto, vegetarismi, veganismi, asenteet

## ABSTRACT

Humak University of Applied Sciences  
Community Educator

---

Author: Susanna Pesio  
Title: The effectiveness of the Vegan Challenge  
Number of Pages: 61 and 23 attachment pages  
Supervisor: Mia Muhonen  
Subscriber: Oikeutta eläimille -organization

---

The subject of the thesis is current because it relates to climate change and its solutions. The Vegan Challenge of The Justice for Animals -organization (Oikeutta eläimille -organization) was assessed in order to develop and grow the challenge. The results can justify the importance of the challenge, both for participants and for the media and for the financiers needed. The long-term effects of the challenge have not been studied before. The Vegan Challenge aims to increase vegetarianism and make it easy for everyone. Vegan Challenge will contribute to slowing down climate change through it.

Research questions that assessed the impact of the Vegan Challenge were: To what extent does the Vegan Challenge achieve its goals? How does participating in the Vegan Challenge affect people's attitudes towards a vegan diet? How does participating in the Vegan Challenge affect people's diets in the long term?

The knowledge base covered the theory of effectiveness, attitudes, motivation, and theories of engagement and inclusion. The research of the thesis was a quantitative study and approach to constructive research. The survey was used as the data collection method. The material was collected through an internet survey sent by The Vegan Challenge to 43 627 people who participated in the Vegan Challenge in 2014–2020 as part of an additional email to the Vegan Challenge. The results were studied and analysed in the Webropol program and its Insight app.

The survey was answered by 4 198 and the survey response rate was 9.6%. The results showed that the challenge had managed to change the attitudes of the participants to a more positive direction. Participants were satisfied with most of the aspects of the challenge, as the majority. The main aspects of the challenge were satisfied, as the majority of votes were on the more positive side of the Likert scale. The Vegan Challenge newsletters and recipes were the most liked. The Vegan Challenge also had an impact on the diet of the participants. During the challenge, 63 % of participants had followed a vegan or mainly vegan diet and 88,7% of them still followed a vegan or mainly vegan diet. The results also showed that today, 60 % of participants had reduced animal products in their diet and 44 % had reduced meat. The proportion of vegan and mainly vegan diets had risen to 34% from the time before the challenge. The Vegan Challenge was satisfied with the results.

The thesis produced a questionnaire to study the long-term effects of the Vegan Challenge. In addition, it produced research material for the organisation, which can continue to be used, a separate file covering all the research results, including sheets and two files containing a brief summary of the results in Finnish and in English for sharing. In addition to the Vegan Challenge, the results of the thesis can be utilised worldwide when comparing the research results of different vegan challenges.

---

Keywords: NGO, effectiveness, vegetarian food, vegetarianism, veganism, attitudes

# SISÄLLYS

## TIIVISTELMÄ

## ABSTRACT

1	JOHDANTO .....	5
1.1	Aiheen taustaa.....	5
1.2	Vegaanihaasteen kehittämistarve ja aiemmat tutkimukset .....	6
1.3	Tavoitteet .....	6
1.4	Toimenpiteet ja tuotokset.....	7
2	OPINNÄYTETYÖN TILAAJA.....	8
2.1	Oikeutta eläimille -järjestö .....	8
2.2	Vegaanihaaste .....	8
3	TIETOPOHJA .....	10
3.1	Vaikuttavuuden arviointi.....	10
3.2	Asenteet ja motivaatio .....	13
3.3	Osallistaminen ja osallistuminen .....	16
4	MENETEMÄT .....	20
4.1	Tutkimusote ja lähestymistapa.....	20
4.2	Aineistonhankintamenetelmät .....	21
4.3	Aineiston analyysimenetelmät .....	22
4.4	Validiteetti ja reliabiliteetti.....	23
4.5	Etiikka.....	24
5	KYSELYN TULOKSET .....	26
5.1	Vegaanihaasteen vaikuttavuuden arviointi.....	27
5.2	Vegaanihaasteen vaikutukset asenteisiin.....	36
5.3	Vegaanihaasteen vaikutukset ruokavalioon.....	39
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	49
7	POHDINTA.....	50
7.1	Itsearviointi.....	50
7.2	Vegaanihaasteen ajatukset tuloksista ja opinnäytetyöstä .....	53
7.3	Tuotokset .....	54
7.4	Vegaanihaasteen tutkimus tulevaisuudessa ja tulosten hyödyntäminen .....	56
	LÄHTEET.....	58
	LIITTEET .....	62

# 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni aiheena on Vegaanihaaste-kampanjan vaikuttavuuden arviointi. Käsittelem seuraavaksi aiheen taustoja, haasteen kehittämistarvetta, aiempia tutkimuksia Vegaanihaasteesta, sekä opinnäytetyön tavoitteita ja tuotoksia.

## 1.1 Aiheen taustaa

Opinnäytetyöni aihe on hyvin ajankohtainen, koska se liittyy ilmastonmuutokseen ja sen ratkaisuihin ja ilmaston lämpeneminen uhkaa ihmis- ja eläinkunnan tulevaisuutta. Maapallon maa- ja peltopinta-alasta jopa 70 % käytetään eläinten laitumeksi tai rehu-tuotantoon 2019 vuoden IPCC:n suurraportissa kerrotaan. Raportti toteaa, että ilmas-tonmuutoksen hillitseminen vaatii maankäytön, kulutustottumuksien ja ruokavalion suuria muutoksia, ilman näitä se ei onnistu. Metsäkadon, ruokahävikin ja liiallisen li-hansyönnin määriä täytyy myös vähentää, jos halutaan hidastaa maapallon lämpene-mistä. (Koistinen 2020.) Toinen, IPBES-luontopaneelin, 500 tutkijan kokoama ra-portti paljastaa, että kasvi- ja eläinkunta ovat vaarassa, jopa kolmannes luonnosta voi kuolla vuoteen 2050 mennessä ja suurin vaikuttavin tekijä on ruoantuotanto (Ikävalko 2019).

Oikeutta eläimille -järjestö pyrkii Vegaanihaasteen kautta lisäämään kasvisyöntiä ja tekemään siitä helppoa kaikille. Yhdistys on Vegaanihaasteen kautta mukana hidasta-massa ilmastonmuutosta. Ratkaisuilla ja muutoksilla on kiire. Tämän vuoksi Vegaa-nihaasteen vaikuttavuuden lisääminen on kiireellistä, eli haasteen täytyy tavoittaa enemmän ihmisiä ja toimia siinä tehokkaasti ja pitkäaikaisia vaikutuksia saavuttaen. Lihansyönnin vähentäminen on tutkitusti tehokas keino vähentää ruokavalion ilmas-tovaikutuksia, jopa 40 % (Saavalainen 2019). Suomen ravitsemussuosituksetkin ke-hottavat jo vähentämään lihansyöntiä ilmastosyistä (Martikainen 2019).

## 1.2 Vegaanihaasteen kehittämistarve ja aiemmat tutkimukset

Sain idean opinnäytetyöhön tarkasteltuani järjestön kampanjaa vuosien ajan. Vegaanihaasteen vaikuttavuutta on hyvä pystyä arvioimaan ja mittaamaan laajemmin, jotta se voisi kasvaa. Kampanjan tekijöillä ei ole ollut aikaa tai resursseja sitä tehdä. Tuloksilla voidaan perustella haasteen tärkeyttä, niin osallistujille, kuin medialle ja rahoittajille. Positiiviset tulokset voivat lisätä mahdollisuuksia saada lisää rahoitusta, joka taas mahdollistaa suuremman mainostuksen ja sen kautta suuremman osallistujamäärän ja haasteen kasvun. Järjestön omat rahat eivät riitä haasteen nopeaan kasvatamiseen, joten ulkopuolisia rahoittajia tarvitaan.

Vegaanihaaste-kampanja on minulle siis ennestään tuttu. Olen ollut Oikeutta eläimille -järjestön vapaaehtoistyöntekijä useita vuosia ja toiminut muun muassa Vegaanihaasteen tuutorina, jossa ohjeistan ja tuen osallistujia henkilökohtaisesti sähköpostilla haasteen aikana. Olen myös ollut mukana järjestämässä Vegaanihaasteen tammikuun tapahtumia. Olen itse myös vegaani. Nämä asiat varmasti vaikuttavat jollakin tavalla asenteeseeni arvioidessani haasteen vaikuttavuutta.

Vegaanihaasteesta on tehty aiemmin joitakin tutkimuksia. Penttilän Pro gradu -tutkimus (2019) keskittyi haasteen viestintään ja miten haasteeseen osallistujat ovat kokeneet ruokavaliomuutokset ja millä tavoin ovat valinneet kasvisruokavalion. Yli-Hynnilä tutki 2017 Digitaalisen median Pro gradu -tutkielmassaan Facebook-sivun viestintää ja Manninen tutki (2018) Kandidaatin tutkielmassa Vegaanihaasteen uutiskirjeitä ja vaikuttamisen keinoja niissä. Yksi tutkimus oli aika lähellä omaa tutkimustani. Ilkonen tutki Pro gradussaan (2018) osallistumissyitä ja vaikutuksia, joita haasteella on ollut osallistujiin. Olisi ollut mielenkiintoista tutustua tutkimukseen, mutta se ei ollut saatavilla sähköisesti ja kirjastot olivat kiinni.

## 1.3 Tavoitteet

Opinnäytetyöni tavoite on arvioida Vegaanihaasteen vaikuttavuutta ja pitkäaikaisvaikutuksia. Tämä onnistuu tutkimalla pitkän aikavälin vaikutuksia haasteen osallistujien

keskuudessa, jolloin nähdään, ovatko vaikutukset miten pysyviä. Haasteen pitkittäisvaikutuksia ei ole ennen tutkittu. Positiiviset vaikutukset voivat edistää kampanjan markkinoinnissa ja rahoituksen saamisessa.

Tällä hetkellä on vain tietoa, miten ihmiset ovat kokeneet haasteen sen päättyessä, eikä lainkaan tietoa ovatko haasteeseen osallistujat yhä vuoden tai kahden päästä kasvisyöjiä, vegaaneja tai vähentäneet lihansyöntiään. Haasteen loppuessa täytetyn palautelomakkeen vastaukset ovat olleet hyvin positiivisia, joten oletan tulosten olevan samansuuntaisia.

Tutkimuskysymykset, joilla arvioin Vegaanihaasteen vaikuttavuutta ovat: Miltä osin Vegaanihaaste saavuttaa tavoitteensa?, Miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa ihmisten asenteisiin vegaaniruokavaliota kohtaan?, Miten Vegaanihaasteen osallistuminen vaikuttaa ihmisten ruokavalioon pitkällä aikavälillä?

#### 1.4 Toimenpiteet ja tuotokset

Olen tehnyt opinnäytetyötä tammikuusta 2020 toukokuun puoleen väliin saakka. Keräsin aineiston tekemälläni internetkyselylomakkeella huhtikuussa 2020, jonka Vegaanihaaste lähetti Vegaanihaasteeseen vuosina 2014–2020 osallistuneille 43 627 ihmiselle. Tutkin ja analysoin tuloksia Webropol-ohjelmassa, sekä sen Insight-sovelluksessa. Vertailin tuloksia muiden maiden järjestöjen Vegaanihaasteiden tuloksiin, joita pyysin sähköpostilla eri maiden järjestöiltä, joilla on Vegaanihaastetta vastaava kampanja.

Opinnäytetyöni tuotti kyselylomakkeen, jota voi hyödyntää jatkossakin, mikäli haluaa tutkia pitkittäisvaikutuksia samoilla tutkimuskysymyksillä. Tämä löytyy liitteistä. Tuotin myös ison aineiston kyselylomakkeella, jota Vegaanihaaste voi hyödyntää jatkossakin, sekä tutkimustulokset kattavan erillisen tiedoston taulukoineen ja kuvioineen. Tein myös lyhyen yhteenvedon tuloksista järjestölle suomeksi ja englanniksi, jotta niitä olisi helppo hyödyntää viestinnässä.

## 2 OPINNÄYTETYÖN TILAAJA

Kerron seuraavaksi opinnäytetyön tilaajasta.

### 2.1 Oikeutta eläimille -järjestö

Oikeutta eläimille -järjestö on perustettu vuonna 1995. Se on Suomessa toimiva eläinoikeusjärjestö. Järjestö pyrkii parantamaan eläinten asemaa yhteiskunnassa, lisäämään kasvisyöntiä ja nostamaan eläinten asiat yhteiskunnalliseen keskusteluun. Järjestö kyseenalaistaa eläinten hyväksikäytön, ja uskoo, että eläinsuhteen tulisi olla vastavuoroinen. Järjestön toimintamuotoja ovat kansalaisvaikuttaminen, eläinten olojen paljastaminen, yrityksiin vaikuttaminen ja asenteisiin vaikuttaminen esimerkiksi edistämällä kasvisyöntiä Vegaanihaaste-kampanjalla. (Oikeutta eläimille 2019.) Järjestö toimii lahjoitusvaroin, eikä saa tukea valtiolta. Järjestöllä on seitsemän työntekijää, joista osa on osa-aikaisia. Lisäksi järjestössä toimii paljon vapaaehtoistyöntekijöitä.

### 2.2 Vegaanihaaste

Vegaanihaaste on Oikeutta eläimille -järjestön kampanja, joka alkoi 2014. Kampanja tarjoaa kaikille mahdollisuuden kokeilla kasvisruokaa kuukauden ajan. Haaste tukee ilmaiseksi osallistujia lähettämällä päivittäin sähköpostilla uutiskirjeen, joka sisältää muun muassa reseptejä, vinkkejä, tuotesuosituksia ja tietoa vegaanisen ruokavalion koostamisesta ja tuotteiden käyttämisestä, ravitsemuksesta ja urheilusta vegaanisella ruokavaliolla. Osallistujilla on mahdollisuus saada myös tuutori, jolta voi kysyä tarvittaessa vinkkejä, sekä osallistujille on myös vertaistukiryhmä Facebookissa. Tuutorit toimivat vapaaehtoisina ja heitä on tällä hetkellä noin 100. Tuutorit voivat valita kuinka montaa haasteen osallistujaa neuvovat henkilökohtaisesti kuukausittain ja kaikki tuutorit saavat nettikoulutuksen. Tuutorina voi toimia, kun on ollut vähintään vuoden vegaani.



Vegaanihaasteeseen voi osallistua ympäri vuoden. Vegaanihaaste keskittyy kampanjoinnissa vahvasti tammikuuhun, jolloin osallistujia on myös eniten. Silloin järjestetään tapahtumia kuten kauppakierroksia, ravintolatapaamisia ja luentoja eri puolilla Suomea. Vegaanihaasteeseen on osallistunut tähän mennessä vuodesta 2014 lähtien yli 80 000 ihmistä. Vegaanihaasteeseen ilmoitaudutaan haasteen internetsivujen kautta. (Vegaanihaaste 2020a.) Vegaanihaasteessa työskentelee tällä hetkellä yksi osa-aikainen työntekijä ja muu tekijätiimi koostuu vapaaehtoistyöntekijöistä. Toki järjestön muutkin työntekijät osaltaan auttavat kampanjan järjestelyissä omien töidensä ja kampanjoidensa ohessa. Haaste on osa järjestön toimintaa ja se toimii suurimmaksi osin lahjoitusvaroin. Toisinaan Vegaanihaaste on saanut hankerahoitusta ulkomailta.

### 3 TIETOPOHJA

Avaan aiheeseen liittyviä käsitteitä seuraavaksi ja perehdyn teorioihin, jotka liittyvät tutkimuskysymyksiini.

#### 3.1 Vaikuttavuuden arviointi

*Vaikuttavuus* on Finsocin (2001) ja Paasion (2003) mukaan hankkeen kykyä vastata hankkeen kohderyhmän tarpeisiin ja tuottaa tavoitteiden mukaisia vaikutuksia. Vaikuttavuusarviointi selvittää hankkeen tekemiä muutoksia toimintaympäristössä tai kohderyhmässä. Vaikuttavuus voi olla lyhytaikaista ja tapahtua projektin keston verran tai pitkäaikaista jatkuen hankkeen jälkeen, jolloin vaikutuksia voidaan kutsua tuloksiksi. Vaikutukset voivat olla välittömiä tai pitkän aikavälin vaikutuksia. Vaikuttavuuden arviointi on sama asia kuin vaikutusten arviointi. (Hyttinen 2006, 18.) Vegaanihaasteen kannalta välittömiä vaikutuksia voisivat olla ruokavaliomuutos haasteen aikana ja pitkäaikaisvaikutuksia voisivat olla pysyvämpi ruokavaliomuutos tai asenne muutos vegaaniruokavaliota kohtaan.

*Vaikutukset* ovat Finsocin (2001) mukaan hankkeen synnyttämiä muutoksia toimintaympäristössä. Tuloksia ovat välittömät vaikutukset ja pitkän tähtäimen vaikutukset ovat ne, jotka ovat syntyneet myöhemmin. (Hyttinen 2006, 18.) Toimintaympäristö voisi olla asenneilmapiiri vegaaniruokavaliota tai kasvissyöntiä kohtaan Suomessa.

”Vaikuttavuudesta syntyneet pysyvämmät muutokset ovat vaikutuksia.”  
(Hyttinen 2006, 18.)

*Tulokset* syntyvät hankkeen toiminnan kautta välittömästi ja ilmenevät kohderyhmässä tai toimintaympäristössä. (Hyttinen 2006, 16.) Vegaanihaasteessa tulos voisi olla ruokavaliomuutos Vegaanihaasteen aikana.

*Tuotos* syntyy Finsocin (2001) mukaan hankkeen aikana ja se on yleensä palvelu, kirja, koulutusohjelma, malli tai tavara, jonka voi siirtää. Tuotoksia voivat olla myös hank-

keen konkreettiset tavoitteet. (Hyttinen 2006, 17.) Vegaanihaasteella tuotoksia voisi-  
vat olla Vegaanihaasteen uutiskirjeet, nettikoulutus tuutoreille, Vegaanihaasteen luen-  
tokiertue, Vegaanihaasteen kauppakierrokset tai tapa toteuttaa koko Vegaanihaaste.

Arvioinnin erilaiset teoreettiset lähtökohdat painottavat eri tavoin, miten arviointia tu-  
lisi tehdä, mutta seuraavat viisi peruskysymystä ovat melko yleisiä kaikille Brownin ja  
Wildavskyn (1984) tiivistämänä. Näitä ovat:

”1. Miten arviointia tehdään? 2. Missä arviointia pitää tehdä ja miten arvi-  
ointi kannattaa kohdistaa? 3. Kenelle arviointia tehdään? 4. Mitä täsmäl-  
leen ollaan arvioimassa? 5. Mitä motiiveja arviointiin voi liittyä?” (Virtanen  
2007, 22–24.)

Arvioinnin tarkoitus riippuu sen ajankohdasta. Näitä ovat etukäteisarviointi (*ex ante*),  
hankkeen aikana tapahtuva jatkuva arviointi (*ex nunc*) ja jälkikäteisarviointi (*ex post*)  
(Virtanen 2007, 93). Opinnäytetyössäni keskityn hankkeen aikaiseen arviointiin. Ar-  
viointitapoja on myös monenlaisia Seppänen-Järvelän (2004) mukaan. Opinnäyte-  
työssäni teen vaikuttavuus- ja tuloksellisuus arviointia, johon kuuluu tulosten arviointi  
hankeen aikana (Hyttinen 2006, 19.) Opinnäytetyöni keskittyy nimenomaan tuloksien  
ja vaikuttavuuden arviointiin.

Seppänen-Järvelän (2003) ja Virtasen (2007) mukaan arviointi voidaan jakaa myös  
kahteen erilaiseen tapaan arvioida. Formatiivinen arviointi on kehittämisarviointia,  
jota tehdään koko projektin ajan, kun taas summatiivinen arviointi keskittyy projektin  
vaikuttavuuden ja tulosten arviointiin projektin loppuvaiheessa. (Suopajärvi 2013, 15–  
16.) Scriven (1991) mukaan formatiivinen arviointi tähtää kehitykseen, sekä paranta-  
mista vaativien kohtien löytämiseen ja summatiivinen tarkastelee sitä, missä hanke on  
onnistunut ja tavoitteiden toteutumista (Virtanen 2003, 93). Keskityn formatiiviseen  
arviointiin eli tutkin hankkeen etenemistä. (Suopajärvi 2013, 15.) Formatiivisen arvi-  
oinnin kohteita ja kysymyksiä voivat olla esimerkiksi Seppänen-Järvelän (2003) ja Vir-  
tasen (2007) mukaan:

”Toimiiko projekti alkuperäisen suunnitelman mukaisesti? Miten projektin  
keskeiset toimenpiteet ovat onnistuneet? Onko projekti tavoittanut kohde-  
ryhmänsä kuten projektisuunnitelmassa on luvattu? Toimiiko projekti niin,  
että se pystyy toteuttamaan hankehakemuksessa esitetyt tavoitteet? Miten  
tuotoksia mitataan ja vastaavatko tuotokset projektin tavoitteita?” (Suopa-  
järvi 2013, 15.)

Arviointi voi olla myös ulkoista tai sisäistä itsearviointia (Suopajarvi 2013, 17). Teen ulkoista arviointia, kun teen opinnäytetyön. Seppänen-Järvelän (2003) ja Virtasen mukaan teen väliarviointia, jossa arviointi on formatiivista. Väliarviointi tutkii mahdollistaako hankkeen toiminta sen tavoitteiden täyttymisen ja arvioi toimintaa suhteessa tavoitteisiin ja tuloksiin. Tietoa voi kerätä eri tahoilta ja tutkia, miten hankkeen toiminta vaikuttaa kohderyhmään. Uuden tiedon pohjalta hanketta voi kehittää yhteistyössä kohderyhmän, sidosryhmän ja rahoittajan kanssa. (Suopajarvi 2013, 25–26.) Kerään tietoa kohderyhmältä eli Vegaanihaasteen osallistujilta, jotta selviää, miten hyvin Vegaanihaaste on onnistunut vaikuttamaan kohderyhmäänsä ja onko tarvetta kehittämislle.

Hankkeet voivat käyttää erilaisia arviointistrategioita. KIM-malli eli konsultatiivinen itsearvioinnin malli keskittyy hankkeen toimijoiden itsearviointiin, SAM-malli eli sisäisen arvioinnin malli keskittyy itsearvioinnin lisäksi sisäiseen arviointiin ja LAM-malli eli laajennetun arvioinnin malli keskittyy ulkoiseen arviointiin edellä mainittujen toimintojen lisäksi. Keskityn opinnäytetyössäni LAM-arviointiin, mutta soveltaen. Laajennettu arviointi eli LAM-malli tehdään yleensä hankkeen lopussa ja se on yleensä vaikuttavuusarviointia, mutta tällä kertaa arviointi tehdään keskellä hanketta ja suppeammin. Jätän arvioinnista pois KIM- ja SAM-mallit ja keskityn vaikuttavuuden arviointiin. (Hyttinen 2006, 39–45.)

Palaute ja arviointi auttaa huomaamaan hankkeen tulokset. Asiakkaiden kokemusten hyödyntäminen auttaa kehittämään hankkeen arviointimenetelmiä ja työkaluja. Rahoittajien kannalta tulosten mittaaminen on tärkeää. Hankearvioinnin tavoitteisiin kuuluu tiedonhankinta hankkeen toteutumisesta ja tavoitteiden saavuttamisesta. Jatkuva arviointi hankkeen aikana on myös tärkeää. (Lihavainen 2003, 77.) Ratkaisukeskeisyys voisi olla hyödyllinen kehittämisessä, mikäli kehityskohteita nousee esille. Ratkaisukeskeisyys keskittyy ongelmien ratkaisemiseen muuttamalla ongelmat tavoitteiksi ja keskittymällä siihen, miten ne voitaisiin saavuttaa. (Lihavainen 2003, 119–120.)

Vaikuttamistoimintaa on se, kun järjestö kohdistaa toimintaansa yhteiskuntaan ja pyrkii aikaansaamaan muutoksia jossakin asiassa. Muutostavoite voi olla myös yksilön

käyttäytymisen muuttaminen. Vaikuttamistyö on pitkän ajan vaativaa ja vaikeasti saavutettavaa. Järjestöille on äärimmäisen tärkeää pystyä todentamaan vaikuttamistoimintansa tuloksellisuutta. (Koskinen-Ollongqvist, Paija, Pantzar, Saikkonen & Savolainen 2009, 17–18.) Vaikuttamisen arviointi vaatii vaikuttamisen tavoitteiden ja toimintasuunnitelmien tuntemista ja olemassaoloa. Tulosten arviointi edellyttää vaikuttamistoiminnan tulosketjun osien tarkastelua. Arvioivan analyysin tulisi sisältää seuraavat:

”vaikutusten toteaminen, vaikutusten suhde tavoitteisiin (tavoiteltuja vai tarkoittamattomia), vaikutusten jäljittäminen omasta ko. vaikuttamistoiminnasta johtuviksi, sen tunnistaminen, mikä vaikuttamisessa on aikaansaanut todetut vaikutukset.” (Koskinen-Ollongqvist ym. 2009, 32–33.)

Hankkeen viestinnällä voidaan tavoitella tietoihin vaikuttamista, asenteisiin vaikuttamista tai käyttäytymiseen vaikuttamista. Asiat ovat järjestyksessä helpoimmasta vaikeimpaan. Vegaanihaaste pyrkii vaikuttamaan näihin kaikkiin. Viestinnälle voidaan asettaa tavoitteita vasta silloin, kun kohderyhmällä on edes vähäinen kiinnostus tiedon vastaanottamiseen. Viestintää voidaan arvioida, kun tunnetaan viestinnän tavoitteet, tehtävät, aikataulu ja vastuutaho, sekä mitä on hyvä viestintä eli onnistumisen kriteerit. Arvioinnissa voi pohtia mikä on kohde ja tarkoitusta, arviointikysymyksiä, eli mihin etsitän vastauksia ja arvioinnin käytännön toteutusta, eli mistä tieto kerätään. (Koskinen-Ollongqvist ym. 2009, 38, 41–42.).

### 3.2 Asenteet ja motivaatio

”Asenteella tarkoitetaan johonkin kohteeseen – esimerkiksi ihmiseen tai ideaan – liittyvää myönteistä tai kielteistä suhtautumista. Arvioivat suhtautumistavat auttavat tekemään päätöksiä nopeasti.” (Helkama, Myllyniemi, Liebkind, Ruusuvuori, Lönnqvist, Hankonen, Mähönen, Jasinskaja-Lahti & Lipponen 2016, 250.)

*Asenne* on Pettyn ja Caciopotten mukaan (1981) kohteeseen, henkilöön tai kysymykseen liittyvä pysyvä positiivinen tai negatiivinen tunne. Asenteita opitaan sosiaalisessa vuorovaikutuksessa. Asenne voi kohdistua konkreettiseen asiaan, kuten automerkki ja

tuotemerkki tai yhteiskunnalliseen kysymykseen, kuten ilmastonmuutos. (Helkama ym. 2016, 173.)

Asenteisiin vaikuttaa Mere Exposure -ilmiö eli tutkimusten ja Zajoncin (1968) mukaan asian tuttuus vaikuttaa siihen, miten paljon siitä pidetään. Tutustumiskerrat siis lisäävät todennäköisyyttä siihen, että uudesta musiikista tai ruoasta pitää. (Helkama ym. 2016, 173.) Uudesta ruoasta pitäminen voi vaatia monia maistelukertoja (Mendez 2018). Asenteita voi mitata muun muassa Likert-asteikolla, jota käytin kyselylomakkeessani (Helkama ym. 2016, 174). Asenteita on erilaisia; eksplisiittiset asenteet ovat ääneen lausuttuja, mutta implisiittiset ilmentyvät spontaanissa toiminnassa. (Helkama ym. 2016, 176.)

”Asenteen vahvuus eli saatavuus vahvistaa asenteen yhteyttä toimintaan.”  
(Helkama ym. 2016, 176.)

Asenteen ollessa helposti saatavilla voi ihminen palauttaa siihen liittyvät asiat helpommin muistista ja ne tulevat nopeammin spontaanisti mieleen, sekä tietomäärä aiheeseen liittyen lisää asenteen saatavuutta ja vahvuutta (Helkama ym. 2016, 176). Tietomäärä asenteen aihepiiristä vaikuttaa tutkimusten mukaan siihen, miten todennäköisesti ihminen toimii asenteensa mukaan (Helkama ym. 2016, 178). Teorian mukaan voisi todeta: mitä tutumpi kasvisruokavalio on ja mitä enemmän aiheesta on tietoa, sitä todennäköisempää ehkä on, että positiivinen tai neutraali asenne aiheeseen johtaa toimintaan, kuten vaikka Vegaanihaasteeseen osallistumiseen.

Fishbeinin ja Ajzenin (1975) kertoman järkeilytoiminnan lähestymistapa -teorian mukaan käyttäytymisaikomus lisää todennäköisyyttä, että ihminen toimii asenteidensa mukaan. Käyttäytymisaikomus on suunnitelma, miten ja milloin ajatus toteutetaan. Lisäksi motivaatioon toimia vaikuttaa ajatus siitä, mitä seurauksia toiminnalla on, kontrollikokemus ja sosiaaliset normit. Mollenin (2013) mukaan subjektiivinen normi on se, miten muut haluavat minun toimivan (induktiivinen normi) ja miten näen muiden toimivan (deskriptiivinen normi). Lisäksi vaikutusta on myös sosiaalisella normilla eli onko toiminta muista esimerkiksi noloa, suosittua vai normaalia. (178) (Helkama ym. 2016, 178.) Toisen teorian, Ajzenin (1991) suunnitellun käyttäytymisen mallin, mukaan käyttäytymiseen vaikuttaa moni muukin asia kuin asenne, ku-

ten havaittu kontrolli ja henkilökohtainen normi, jotka vaikuttavat yhdessä käyttäytymisintention eli aikomukseen. Käyttäytymisintention puolestaan vaikuttaa käyttäytymiseen. Havaittu kontrolli tarkoittaa sitä, miten helpolta tai vaikealta käyttäytymisen toteuttaminen käytännössä olisi henkilön omasta mielestä. (Helkama, Myllyniemi, Liebkind, Ruusuvuori, Lönnqvist, Hankonen, Mähönen, & Jasinskaja-Lahti & Lipponen 2016, 250–251.)

Teorian mukaan voisi todeta: mitä tutumpi kasvisruokavalio tai Vegaanihaaste on ja mitä enemmän aiheesta on tietoa, sitä todennäköisempää ehkä on, että positiivinen tai neutraali asenne aiheeseen, johtaa toimintaan kuten vaikka Vegaanihaasteeseen osallistumiseen. Lisäksi osallistumiseen vaikuttavat lähipiirin asenteet ja yleinen ilmapiiri aihetta kohtaan. Sekin vaikuttaa, miten muut haluavat jonkun käyttäytyvän tai miten muut käyttäytyvät, eli osallistuvatko muut. Asenteiden johtaminen osallistumiseen on monimutkainen prosessi. Siihen vaikuttaa myös se kuinka helppona asia nähdään käytännössä ja onko suunnitelmia siitä, milloin toteuttaisi osallistumisensa, esimerkiksi Vegaanihaasteeseen.

*Motivaatio* on sitä, että pyrkii, haluaa, yrittää tai aikoo saavuttaa jotain, johon itse uskoo pystyvänsä. Sisäinen motivaatio on sitä, että tekee jotain tekemisen mielekkyyden vuoksi ja ulkoisen motivaatio odottaa aina palkintoa tekemästään työstä. (Helkama ym. 2016, 187, 189.)

Hynynen ja Hankonen (2015) kertoivat, että itsemääräämisteorian (Self-determination theory) mukaan ihmisen toimintaan vaikuttaa kolme perustarvetta, jotka ovat autonomian tarve (päättän itse), kompetenssin tarve (osaan) ja liittymisen tarve (sosiaalisuus). Nämä perustarpeet huomioiva ympäristö motivoi ihmisiä eli herättää heissä omaehtoisen ja sisäsyntyisen motivaation. (Helkama ym. 2016, 189.) Vegaanihaasteen tulee pystyä motivoimaan ihmisiä mukaan haasteeseen. Näen, että Vegaanihaaste vastaa näihin edellä mainittuihin tarpeisiin vertaistukiryhmällä, vapaaehtoisuudella ja tukemalla osallistujien osaamista, eli vaikka uuden ruoanlaittotavan oppimista helpoilla resepteillä ja livekauppakerroksilla.

Gollwitzer (1993) kertoo toimeenpanoaikomuksen, eli suunnitelman asian toteuttamisesta tietyssä tilanteessa tai tietyssä aikana, ja toiminnan suunnittelun lisäävän todennäköisyyttä toteuttaa jokin asia. (Helkama ym. 2016, 189, 191–193.) Vegaanihaasteeseen ilmoittautuminen voi toimia toimeenpanoaikomuksena, joka auttaa motivoimaan

ja toteuttamaan asiat, joita on ajatellut tehdä, kuten osallistua tiettyinä kuukautena Vegaanihaasteeseen ja kokeilla uusia ruokia.

### 3.3 Osallistaminen ja osallistuminen

*Osallistaminen* on Johnsonin (2018) mukaan jonkun tahon –kuten järjestön– aikaansaama osallisuuden kokemus ihmiselle (tunne, tietoisuus) tai se voi saada ihmisen myös tekemään toiminnallaan itsensä osalliseksi eli joku taho luo erilaisia mahdollisuuksia, joiden kautta ihmiset voivat osallistua heidän toimintaansa. *Osallistamista* on myös se, että mahdollistetaan osallistuminen eri tavoin kuten vuorovaikutuksen, toiminnan tai viestinnän kautta. (Pekkala & Luoma-Aho 2019, 15.) Osallistaminen voidaan ajatella tavoitteena eli saada aktivoitua ihmisiä osallistumaan, mutta myös yhteistyössä syntyneenä prosessina. (Pekkala ym. 2019, 11). Yhteistyö myös edellyttää osallistamista (Pekkala ym. 2019, 15). Jos ajatellaan järjestöä ja kansalaisia, niin Vegaanihaasteen täytyy osallistaa ihmisiä ja motivoida heitä osallistumaan onnistuakseen kampanjassaan. Haasteen Facebook-ryhmä tarjoaa osallistujille vuorovaikutteisen tavan olla yhteydessä muihin osallistujiin.

Järjestöissä osallistamista voidaan hyödyntää eri sidosryhmiä niille sopivilla tavoilla osallistamalla tavoitteiden saavuttamisessa, olivatpa ne sitten sosiaalisia, taloudellisia tai maineeseen liittyviä ja suunnata toimintaa esimerkiksi palautteita keräämällä. Eri sidosryhmiä voivat Vegaanihaasteessa olla yhteistyötahot kuten kaupat, sponsorit, media, lahjoittajat sekä mahdolliset osallistujat. Heille voi toimia erilainen markkinointitapa tai kanava. Sidosryhmät voivat auttaa järjestöä saavuttamaan tavoitteensa esimerkiksi lisäämällä osallistujamäärää, kertomalla eteenpäin järjestön kampanjasta tai innostamalla muita osallistumaan. Tavot osallistaa muuttuvat tilanteiden, kohderyhmien ja järjestön tavoitteiden mukaan. (Pekkala 2019, 16–17.) Osallistaminen mahdollistaa järjestölle, mutta myös yksilöille ja sidosryhmille Heathin (2018) mukaan mahdollisuuden oppia toisiltaan toistensa toimintatavoista, tavoitteista ja toiminnan luomista vaikutuksista, sekä mahdollistaa luottamuksen synnyn heidän välilleen. (Pekkala 2019, 17.) Vegaanihaasteen on hyvä huomioida eri kohderyhmät viestinnässään ja



kampanjan kehittämisessä, kun pyritään osallistamaan heitä lähtemään mukaan haasteeseen. Sidosryhmiltä voi myös oppia paljon palautteita keräämällä ja kehittää haastetta eri ryhmille sopivammaksi. Tätä haaste tekee palautekyselyillä heti haasteen jälkeen. Minäkin pyrin osallistamaan haasteeseen osallistuneita vastaamaan kyselyyni, jonka kautta järjestö saa tarvittavaa tietoa.

Osallistuminen auttaa yksilöä sitoutumaan esimerkiksi järjestöön tai kampanjaan, kokemaan toimijuutta ja yhteenkuuluvuutta. (Pekkala ym. 2019, 15.) Osallistuminen voi olla negatiivista tai positiivista ja neutraalia suhteessa järjestön tavoitteisiin De Vriesin, Genslerin ja Fleeflangin mukaan (2012). Positiivinen osallistuminen tukee Lievoosen, Luoma-ahon ja Bowdenin (2018) mukaan esimerkiksi järjestön tavoitteiden saavuttamista ja negatiivinen estää tai haittaa niiden toteutumista. Neutraali osallistuminen ei tee kumpaakaan. (Pekkala ym. 2019, 17.) Positiivista osallistumista voisi olla Vegaanihaasteeseen osallistuminen ja uusien reseptien kokeileminen ja niistä kertominen vertaistukiryhmässä luoden positiivista yhteisöllisyyttä tai positiivisten asioiden kertominen sosiaalisessa mediassa ruokakokeiluistaan ja Vegaanihaasteesta. Negatiivinen olisi haasteeseen negatiivista suhtautumista ja kommentointia sosiaalisessa mediassa ja neutraaliutta ehkä Vegaanihaasteen viestinnän ohittaminen siihen reagoimatta. Bourdieun (1998; 1977) mukaan osallistumista motivoi eniten intressi eli kiinnostuminen aihepiiristä. Intressin vastakohta on välinpitämättömyys asiaa kohtaan. (Siisiäinen 2010, 5.)

*Osallistumisen* määritelmiä on monia. Osallistumisesta voi käyttää englanniksi sanaa *engagement*, mutta muitakin sanoja on käytössä (Leppäniemi & Hepola 2019, 133). Osallistuminen on vuorovaikutustilanteita toimijan ja osallistumisen kohteen välillä. Osallistuja voi olla Vegaanihaasteen osallistuja, kuluttaja tai asiakas ja osallistumisen kohde voi olla yritys, järjestö, palvelu tai joku muu. (Leppäniemi ym. 2019, 135.)

Osallistumista määrittää toimijan aktiivisuus. Työministeriön mukaan osallistuminen tarkoittaa siis, että se on vapaaehtoista, oma-aloitteista ja toimijan itsensä generoimaa toimintaa. (Siisiäinen 2010, 6.) De Villierin (2015) mukaan

”monet ovat sitä mieltä, että osallistuminen muodostuu nimenomaan kolmesta ulottuvuudesta: kognitiivinen, emotionaalinen ja käyttäytymisperusteinen osallistuminen.” (Leppäniemi & Hepola 2019, 138.)

Nämä voisi näkyä Vegaanihaasteessa siten, että osallistuja lukee haasteen kirjeitä eli etsii lisää tietoa aiheesta ja käyttäytyminen näkyy uuden kasvisreseptin kokeilemisena, jonka onnistuminen aiheuttaa onnistumisen tunteita. (Leppäniemi ym. 2019, 138.)

Käyttäytymisperusteinen osallistuminen jakautuu vielä viiteen osa-alueeseen Hepolan ja Leppäniemen (2019) mukaan. Näitä ovat: ostaminen (haasteen osallistuja ostaa kasvisruokaa kaupasta), tuotteen tai palvelun kuluttaminen (haasteen osallistuja pyytää neuvoa tuutorilta), informaation kuluttaminen (haasteen osallistuja lukee Vegaanihaasteen uutiskirjeitä), vertaistuen antaminen (haasteen osallistuja osallistuu Vegaanihaasteen vertaistukiryhmään jakaen kokemuksiaan ja kannustaen muita), tuotteen tai palvelun kehittäminen tai heikentäminen (haasteen osallistuja vastaa Vegaanihaasteen palautekyselyyn tai antaa muuten palautetta). (Leppäniemi ym. 2019, 136.) Asiakkaan kognitiivinen ja emotionaalinen osallistuminen ohjaavat osallistumiskäyttäytymistä, joten kahta edellistä ymmärtämällä voimme selvittää, miksi osallistuja käyttäytyy tietyillä tavoilla. Tämä mahdollistaa sen, että halutessaan siihen pystytään myös vaikuttamaan. (Leppäniemi ym. 2019, 139.)

Järjestöjen tekemä kampanjointi Nivalan (2018) mukaan liittyen esimerkiksi ilmastomuutokseen ja ympäristöön voidaan sosiaalipedagogiikassa nähdä kansalaiskasvatuksena, joka kehittää yhteiskunnallisen osallistumisen valmiuksia ja osallisuutta. (Nivala & Ryyänen 2019, 253.) Järjestöt yleensä

”tähtäävätkin kriittisen yhteiskunnallisen toimijuuden vahvistamiseen.”  
(Nivala & Ryyänen 2019, 253.)

*Osallisuus* on Nivalan (2013) ja Ryyänen (2013; 2018) mukaan yhteisön ja ihmisen välinen suhde silloin, kun se toteutuu parhaimmillaan. Yhteisöjä voivat olla esimerkiksi naapurusto, järjestö, tai yhteiskunta. Osallisuus muodostuu kolmesta osa-alueesta, joita kaikkia tarvitaan. Näitä ovat osallistumisen tunne, johonkin kuuluminen ja osallistuminen. (Nivala ym. 2019, 118.) Kiilakosken mukaan (2012) osallisuus voi olla myös sosiaalista tai poliittista ja oma toimijuus liittyy vahvasti osallisuuteen. Poliittiseen puoleen kuuluu aktiivinen kansalaisuus, päätöksentekojärjestelmät, demokratia ja kansalaistoiminta, eli järjestöt ja vapaaehtoistyö. (Virolainen 2020, 56.)

Kansalaiskasvatusta ovat Marchin, Orten, Ballersterin (2016), Serranon (2017), Faraccon (2001), Bozan, Carcian (2001) & Koistisen (2017) mukaan ympäristökasvatus, globaalikasvatus, vastuullinen kuluttajuus, rauhankasvatus ja ihmisoikeuskasvatus. (217.) Fosterin (2017) mukaan sosiaaliset ja ekologiset asiat liittyvät toisiinsa. Salosen (2014) mukaan maailmanlaajuinen ympäristökriisi nähdään sosiaalityön kriisinä liittyen köyhyyteen ja sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen. Vegaanihaaste keskittyy ympäristökasvatukseen ja vastuulliseen kuluttajuuteen. Ekososiaalisen ajattelun kautta hyvinvointi, niin yhteiskunnan kuin yksilön, on riippuvainen ekologisesta kestäväydestä ja sen rajoista, sekä sosiaalisesta oikeudenmukaisuudesta koko maailmassa. Kaikkien hyvinvoinnin pohjana on perustarpeiden täytyminen, ekologinen perusta täytyy säilyä tuleville sukupolville. Ekososiaaliseen hyvinvointiin kuuluu rajallisten resurssien jako tasaisesti ja oikeudenmukaisesti tarvitsevien kesken Salosen ja Konkan (2015) mukaan. Sosiaalipedagogiikan ekososiaalinen näkökulma kyseenalaistaa Värriin (2018) mukaan eläinten ja luonnon välineellistämisen ja kuluttamiselle perustuvan elämäntavan, joka nojaa jatkuvaan kasvuun rajallisten resurssin planeetalla. (Nivala ym. 2019, 253.) Ekososiaalinen näkökulma kannustaa vastuun ja myötätunnon kohdistamista luontoon ja muihin elollisiin olentoihin ihmisten lisäksi. (Nivala ym. 2019, 253–255.) Tätä ekososiaalista näkökulmaa tuo esille myös Oikeutta eläimille -järjestö. Emme elä erillään luonnosta, vaan tarvitsemme luontoa elääksemme, ja tällä hetkellä kulutustottumuksemme vaikuttavat niihin valtavan negatiivisesti heikentäen niin ihmisten kuin eläintenkin mahdollisuuksia elää tällä planeetalla hyvää elämää.

## 4 MENETEMÄT

Kerron seuraavaksi opinnäytetyön lähestymistavasta, tutkimusotteesta, aineiston hankintamenetelmästä ja sen analysoinnista, validiteetista, reliabiliteetista, sekä etiikasta. Aloitin opinnäytetyön teon tammikuussa 2020, jolloin tein ideapaperin ja kirjoitin opinnäytetyösuunnitelmaa. Helmikuussa palautin opinnäytetyösuunnitelman, olin yhteydessä ulkomaisiin vegaanihaasteisiin sähköpostilla ja tiedustelin edeltävistä tutkimuksista aiheeseen liittyen. Huhtikuussa tein kyselyn Vegaanihaasteen osallistujille ja toukokuussa analysoin kerättyä aineistoa ja tein opinnäytetyön valmiiksi.

### 4.1 Tutkimusote ja lähestymistapa

Tutkimusotteeni oli kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, koska tavoite oli saada tuloksia, joita voi yleistää. Määrällinen tutkimus tähtää yleistämiseen, mutta tämä tutkimusote vaatii myös aihepiirin tuntemista. Ilman sitä ei voida kysyä oikeita kysymyksiä. Aihepiiri oli minulle hyvin tuttu käytännön tasolla, joten kvantitatiivinen tutkimusote sopi tähän työhön ja sen tavoitteisiin saada tietoa kaikista joskus Vegaanihaasteeseen osallistuneista. (Kananen 2019, 25.)

Lähestymistapani opinnäytetyössä oli konstruktiiivinen tutkimus. Konstruktiiivinen tutkimus pyrkii ratkomaan käytännön ongelman luomalla perustellun ratkaisun, konkreettisen tuotoksen tai mallin, ja uutta tietoa. Tutkimus korostaa järjestön eli hyödyntäjän ja tekijän yhteistyötä, sekä oleellista on yhdistää ongelman ratkaisu teoreettiseen tietoon. Konstruktiiivinen tutkimus sisältää suunnittelua, mallintamista ja mallien testaamista. Tuotokseni opinnäytetyössä oli kyselylomake, jolla hankin uutta tietoa järjestökentälle Vegaanihaasteen kampanjaa varten. Tämän lisäksi kyselyllä hankittu aineisto jää järjestön käyttöön. Tein myös lyhyen yhteenvedon tuloksista järjestölle englanniksi ja suomeksi, sekä erillisen kaikki tulokset kattavan tiedoston. Näin tuloksia voi jakaa ja hyödyntää helposti. (Ojasalo & Moilanen & Ritalahti 2004, 65.)

Valitsin lähestymistavaksi konstrukttiivisen tutkimuksen, koska se pyrkii ratkomaan käytännön ongelmia luomalla uutta tietoa, jota opinnäytetyöni pyrki tuottamaan. Lähestymistapa myös korosti yhteistyötä hyödyntäjän eli järjestön kanssa, joka oli tärkeää opinnäytetyössäni, sillä pyrin tekemään opinnäytetyöni hyödyttämään konkreettisesti Vegaanihaastetta. Konstrukttiivisessa tutkimuksessa luodaan malli, jota testataan, joten kyselylomake ja kysely tutkimusmenetelmänä sopi tähän myös hyvin. (Ojasalo & Moilanen & Ritalahti 2004, 65–68.)

## 4.2 Aineistonhankintamenetelmät

Aineistonkeruumenetelmäni opinnäytetyössä oli kysely. Hankin tutkittavan aineiston internetkyselyllä. Koin tämän helpoimmaksi tavaksi saada suurelta joukolta tietoa, sillä mitä enemmän on vastauksia, sitä luotettavampia tulokset ovat.

Tutkittava joukko eli perusjoukko olivat he, joista haluttiin tietoa eli henkilöt, jotka ovat osallistuneet joskus Vegaanihaasteeseen vuosien 2014–2020 aikana. Osallistujia on ollut yhteensä yli 80 000, mutta 43 627 sähköposti on tallessa eli otoskoko oli 43 627. Otoskoko kertoo, kuinka monta kyselyä lähetettiin. Otokoon suuruus vaikuttaa siihen, miten paljon tuloksia voidaan yleistää perusjoukkoon. Halusin tulosten olevan mahdollisimman kattavat. Otoskehikko on luettelo tutkittavasta perusjoukosta. (Kananen 2011, 65–68.) Otoskehikkona toimi Vegaanihaasteen osallistujien sähköpostiluettelo, joka on järjestöllä. Minulla ei ollut tarvetta valita otantamenetelmää otoskehikosta, koska valitsin tutkimukseni kohteeksi kaikki osallistujat, joiden sähköposti on tallessa järjestöllä, eli pyrin tekemään kokonaistutkimuksen. (Kananen 2011, 65–68.) En voinut kuitenkaan tehdä varsinaista kokonaistutkimusta, koska kaikkien osallistujien sähköpostit eivät olleet tallessa. Pystyin lähettämään kyselyn kaikille osallistuneille, joiden osoitteet olivat tallessa, näistäkin osa oli voinut vaihtaa osoitetta (Heikkilä 2014, 12). Sähköposteja ei myöskään ollut yli 80 000, koska osa on osallistunut useasti käyttäen samaa sähköpostia ja alkuvuosina asioita ei ehkä tallennettu niin tarkasti. (Kananen 2011, 65–68.) Tutkimus- eli otosyksikkö on yksilö, joka on osallistunut vegaanihaasteeseen 2014–2020 aikavälillä. (Kananen 2011, 68.)

Tein kyselyn valmiiksi huhtikuun alussa, jota muokkasimme vielä yhdessä Vegaanihaasteen kampanjakoordinaattorin kanssa kyselyn testaajien palautteiden pohjalta. Vegaanihaaste lähetti Webropol-kyselyn linkin 7.4.2020. sähköpostilla 43 627 ihmiselle reseptien ohessa eli entiset osallistujat saivat ylimääräisen sähköpostin. Kysely lähti myös Vegaanihaasteen tuutoreille, koska rekisteristä ei voitu heitä erotella. Heitä oli 158, joista toki he, jotka eivät ole osallistuneet Vegaanihaasteeseen eivät voineet vastata siihen, mutta moni haasteen tuutoreina toimivista on osallistunut Vegaanihaasteeseen. Lähettäjänä toimi Vegaanihaaste, koska vastaajille Vegaanihaaste on valmiiksi tuttu ja luotettava taho, jonka sähköpostit eivät mene roskapostiin, vaan he ovat lukeneet niitä ennenkin. Vastaustaika oli 7–17.4.2020. Muistutuskirjeitä Vegaanihaaste lähetti kaksi ja ne lähetettiin 15.4 ja 17.4.2020. Vastauksia sain 4198. Kysely oli avattu 6500 kertaa. Kysely oli täysin anonyymi, eikä siinä kysytty yhteystietoja.

Kyselyyn kuului myös arvonta, johon vastaaja ohjautui automaattisesti kyselyn täyttämisen ja lähettämisen jälkeen. Arvontapalkintona oli lahjakortti Vegekaupan internetkauppaan ja tieto- ja keittokirjoja. Arvonnalla pyrin nostamaan vastausprosenttia. Vastauksia odotin saavani jotakin satoja tai tuhansia, jonka vuoksi kyselylomakkeeseen ei tullut avoimia kysymyksiä niiden työläyden vuoksi, mutta internetkyselyjen vastauskato voi olla myös suuri, joten oli vaikea ennustaa, kuinka paljon vastauksia tulisi. (Kananen 2011, 65-73.)

### 4.3 Aineiston analyysimenetelmät

Webropol-ohjelmasta sain kyselyn tulokset suorina jakaumina eli yksiulotteisina frekvenssijakaumina, joka kuvaa yhden muuttujan ominaisuutta kerrallaan. Sain tiedot vastausmääristä ja valmiit prosenttiluvut ja keskiarvot. Lisäksi Webropolista sain valmiita pylväsdiagrammeja, joita muokkasin Excel-ohjelmalla. (Kananen 2011, 74.) Vertailevan profiiligraafin tein itse keskiarvoista, sillä Excel-taulukko-ohjelmalla sitä ei voinut tehdä. Profiiligraafi näyttää mielipidekysymysten eli asteikkokysymysten muutoksen helposti visuaalisessa muodossa, jolloin muuttujien erot tulevat esille. (Kananen 2011, 96, 99.) Asenteita mittaavassa kysymyksessä se oli hyvä visualisointikeino. Aineistoa analysoin lisäksi Webropolin Insight-ohjelmalla. Insight-ohjelmalla pystyin

vertailemaan tuloksia ja etsimään asioiden välisiä riippuvuuksia, eli korrelaatioita. Korrelaatiokerroin (R-arvo) eli riippuvuus on välillä (+1) - (-1) ja vahva riippuvuus on arvolla -1 tai 1. Pearsonin R -arvo 0 tarkoittaa, ettei lineaarista eli suoraviivaista lineaarista riippuvuutta ole, mutta silti voi olla yhä ei-lineaarinen riippuvuus. (Kananen 2011, 77–79; 108–111.) Mikäli P-arvo on 0–0,05 tulos on tilastollisesti merkittävä (Webropol Insight käyttöopas 2020).

#### 4.4 Validiteetti ja reliabiliteetti

Validiteetti tarkoittaa pätevyyttä eli mittaako kyselylomakkeeni oikeaa asiaa ja, miten tarkasti. Validiteettiin voi vaikuttaa valitsemalla oikean tutkimusmenetelmän, oikeanlaisen mittarin eli kyselylomakkeen ja mittaamalla tarvittavia asioita eli muotoilemalla kysymykset oikein. (Kananen 2011, 121.) Pyrin lisäämään opinnäytetyön validiteettia kyselylomakkeen testaamisella testiryhmällä. Kyselylomake testattiin ennen lähettämistä monella henkilöllä, joista osa oli järjestöstä ja osa järjestön ulkopuolelta. Sain kahdeksalta henkilöltä palautetta kyselylomakkeesta, jonka mukaan pystyin muokkaamaan kyselyä paremmaksi yhdessä Vegaanihaasteen kanssa.

Validiteetti voidaan jakaa moneen alalajiin, mutta tarkastelen tässä tarkemmin vain kahta. Nämä yhdessä muodostavat opinnäytetyön kokonaisvaliditeetin. Sisäinen validiteetti kertoo syy-seuraussuhteesta ja tutkimusprosessin luotettavuudesta. Pyrin lisäämään sisäistä validiteettia dokumentoimalla tarkasti koko tutkimusprosessin. Ulkoinen validiteetti oli opinnäytetyössäni kyselylomakkeen tulosten yleistettävyyttä, jos se vastaa hyvin perusjoukkoa eli tässä tapauksessa Vegaanihaasteen osallistujia. (Kananen 2011, 121–122.) Haluan nostaa vielä esille kriteerivaliditeetin, joka tarkastelee muiden samankaltaisten tutkimusten tuloksia ja nostin kriteerivaliditeettia tuomalla esille tutkimustuloksia ympäri maailman eri vegaanihaasteista ja niiden tulosten samankaltaisuus nosti omien tulosteni luotettavuutta. (Kananen 2011, 123.)

Reliabiliteetti on mittausten tulosten pysyvyyttä eli tutkimus on toistettavissa ja tulosten pitäisi olla samat eli ne eivät ole sattumaa. (Kananen 2019, 36.) Reliabiliteetti pitää sisällään myös stabiliteetin, sekä konsistenssin. Stabiliteetilla tarkoitetaan ilmiön

muuttumista ajan mukana, eli käytännössä se mittaa mittarin, kuten vaikka kyselyn pysyvyyttä ajassa. (Kananen 2011, 119–120.)

Voitaisiin ajatella, että nyt kasvissyönti kiinnostaa etenkin ilmastonmuutoksen vuoksi ja uudet einestuoitteet lisäävät sen helppoutta, mutta ilmastonmuutoksen vaikutusten kasvaessa maailmalla radikaalisti kasvissyönti voisi lisätä suosiotaan suuresti ja nopeasti tulevaisuudessa. Stabiliateetti otetaan huomioon silloin, kun tutkimus toistetaan, mutta opinnäytetyössäni kysely tehtiin vain kerran. Konsistenssi tarkoittaa yhtenäisyyttä eli mittarin tekijät mittaavat samaa asiaa. Konsistenssin mittarina toimii Cronbachin alfa-kertoimen eli esimerkiksi kyselylomakkeessa olisi kaksi kysymystä, jotka kysyvät samaa asiaa vähän eri tavoin ja tulosten oletetaan olevan samat. (Kananen 2011, 119–120.) Kyselyssäni oli kaksi eri kysymystä ruokavaliosta, jotta pystyin lisäämään tulosten luotettavuutta.

#### 4.5 Etiikka

Tutkittaessa ihmisiä on huomioitava etiikka ja tietosuojalaki (2018/1050), joka sallii henkilötietojen keräämiseen tutkimuksia varten, ja edellyttää niiden huolellista luotamuksellista käsittelyä ja säilyttämistä. Minulla ei ollut perusteltua syytä kerätä vastaajien henkilötietoja, joten tein tutkimuksen anonyyminä. Erotin anonymiteetin mahdollistamiseksi arvonnasta täysin eri kyselylomakkeelle, johon kyselyn vastaaja ohjautui kyselyn lähetettyään, mutta hän pystyi itse valitsemaan, haluaako hän osallistua arvontaan. Arvonnassa pyysin vain minimaaliset tiedot, jotta voin olla yhteydessä palkintojen voittajiin. Arvonnassa kysyin vain nimeä ja sähköpostia, eikä oikeaa nimeään ollut tarvetta käyttää ja sähköpostikin voi olla varsin anonyymi. Poistin yhteystiedot arvonnasta suorittamisen jälkeen huhtikuussa 2020. (Fields, 23.) Lähetin arvontapalkinnot huhti-toukokuussa 2020, ja vain minulla oli pääsy voittajilta pyytämiini osoitetietoihin, jotka poistin lähetyksen jälkeen sähköpostistani.

UK Evaluation Societyn (2003) ja Robsonin (2001) mukaan arvioinnin etiikka painottaa, että arvioinnin tulisi pyrkiä hyvän tekemiseen ja arvioinnin pitäisi olla avointa ja läpinäkyvää. Tilaajan ja tekijän täytyy kaikkien olla selvillä arvioinnin tarkoituksesta,



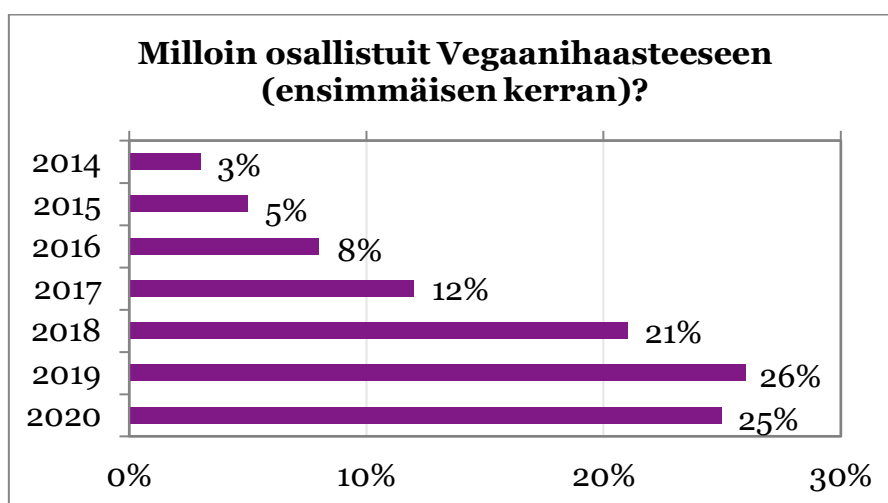
sen toteuttamistavoista, prosessin eri vaiheista ja aikatauluista. Arvioinnin tekijän täytyy saada arvioida autonomisesti muistaen tilaajaan kanssa tehdyt sopimukset, vastuun ja totuudessa pysymisen. Arviointi pohjataan olemassa olevaan tietoon mitään salaamatta. (Fields, 22–23.) Näitä periaatteita noudattaen olen tehnyt opinnäytetyötäni. Olen pyrkinyt pitämään Vegaanihaasteen ajan tasalla opinnäytetyöstäni ja sen tekoaiheista. Vegaanihaasteen kampanjakoordinaattorilla on ollut mahdollista lukea opinnäytetyön ideapaperi, opinnäytetyösuunnitelma, kyselylomake ja opinnäytetyö keskeneräisenä useamman kerran ja kommentoida niitä.

Tunnistin myös sen, että tutkimuksessa täytyy arvioida objektiivisesti. Taustani Vegaanihaasteen ja järjestön parissa teki siitä varmasti haastavampaa, sillä asenteeni kasvisruokaa ja Vegaanihaastetta kohtaan on puolueellinen ja positiivinen. Se ei estänyt minua arvioimasta tuloksia tai löytämästä myös negatiivisia vaikutuksia. En voinut myöskään vaikuttaa tutkimustuloksiin, koska en ollut kosketuksissa kyselyiden vastaajiin millään muilla tavoilla, kun lähetin arvontapalkinnot voittajille. Kerroin tulokset sellaisina kuin ne olivat ja taulukot kertoivat puolestaan tilastolliset tosiasiat vaikutuksista.

## 5 KYSELYN TULOKSET

Vegaanihaaste lähetti kyselyni 43 627 ihmiselle ja sain vastauksia 4198. Kyselyn vastausprosentti oli 9,6 %, jonka laskin seuraavasti  $(4198/43627) * 100 = 9.622481$ . Arvontaan osallistui 3495 eli hiukan vähemmän kuin kyselyyn. Suuren vastaajamäärän ansiosta voin yleistää tuloksia koskemaan kaikkia Vegaanihaasteen osallistujia. Vastaaajia oli myös kaikilta Vegaanihaasteen vuosilta (2014–2020), joten osa vaikutuksista oli monen vuoden pituisia. Alla prosenttiluokko ja liitteissä tarkempi taulukko (3). Eniten vastaajia oli lähivuosilta ja vähiten, mitä kauemmin aikaa ensimmäisestä Vegaanihaasteesta oli kulunut. Vastaajista lähes kaikki olivat naisia (92 %), miehiä heistä oli 6 % ja muita 2 %. Eniten vastaajia oli ikäluokista 18–29 (29,61 %) ja 30–39 (24,97 %). Alle 18-vuotiaita osallistui myös ja vanhin vastaaja oli 80-v tai siitä vanhempi (1 kpl). Sukupuoleen ja ikään liittyvät taulukot ovat liitteissä (taulukot 1 ja 2).

Seuraavaksi esittelen tuloksia taulukoiden ja kuvioiden avulla. Käsittelen ensin Vegaanihaasteen vaikuttavuutta, sen jälkeen vaikutuksia asenteisiin ja ruokavalioihin. N kertoo kysymyksen kokonaisvastaajienvastaajien lukumäärän taulukoissa. Arvioin tuloksien ja tutkimuskysymyksiä kautta Vegaanihaasteen vaikuttavuutta. Kosinen-Ollongqvistin ym. (2009) mukaan analyysin tulee sisältää myös eri osa-alueita vaikutuksen suhteeseen liittyen tavoitteisin ynnä muuta, joita käsittelin luvussa kolme tarkemmin, joten käyn tuloksia läpi näiden avulla.



KUVIO 1: Milloin osallistuit Vegaanihaasteeseen (ensimmäisen kerran)? N=4 198

## 5.1 Vegaanihaasteen vaikuttavuuden arviointi

Tässä osiossa tarkastelen Vegaanihaasteen osallistujien tyytyväisyyttä haasteen eri osa-alueisiin kuten uutiskirjeisiin yms., vaikuttavuutta nykyelämään, laajuutta Suomessa, eli missä kaikkialla haasteeseen osallistutaan, monta kertaa haasteeseen osallistutaan, oliko uudelleen osallistuminen hyödyllistä ja miksi osa osallistuu useasti. Lopuksi tarkastelen osallistujamäärien muuttumista sekä haasteen vaikutuksia päivittäiskauppojen myynteihin.

Ensimmäinen tutkimuskysymykseni oli: Miltä osin Vegaanihaaste saavuttaa tavoitteensa? Jotta voin arvioida tuloksia, täytyi tietää haasteen tavoitteet. Nämä pyysin Vegaanihaasteen kampanjakoordinaattorilta.

”Vegaanihaasteen tavoitteena on tehdä kasvisruoan kokeilemisesta mahdollisimman helppoa päivittäisten uutiskirjeiden, reseptien, vertaistukiryhmän sekä vapaaehtoisten henkilökohtaisten tuutorien avulla. Haaste pyrkii kasvamaan ja kehittymään vuosittain. Vegaanihaaste pyrkii tekemään vegaani- ja kasvisruoasta niin suosittua, että se näkyy päivittäistavarakauppojen myynnissä sekä tuotevalikoimissa ja saa yhä enemmän yrityksiä satsaamaan hyvien vegaanisten vaihtoehtojen kehittämiseen. Haasteen tavoite on myös muuttaa ihmisten asenteita positiivisemmiksi vegaani- ja kasvisruokaa kohtaan ja saada ihmisiä lisäämään kasvisruokaa ruokavaliossaan.” (Muhonen 2020.)

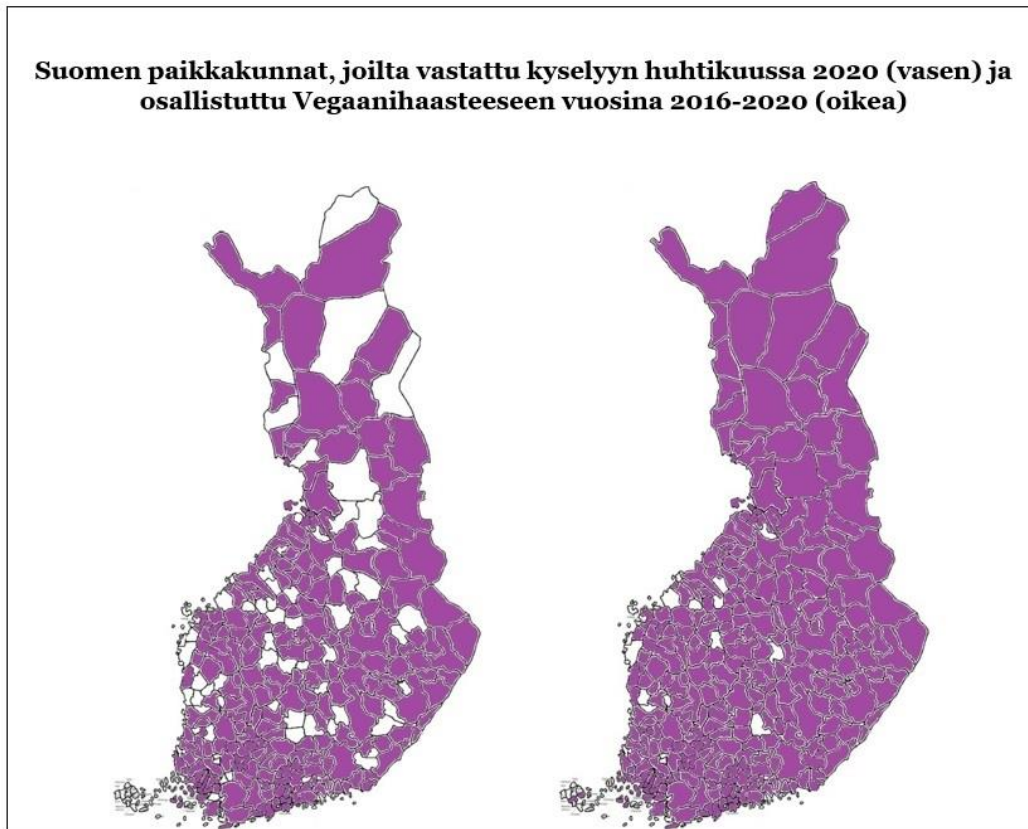
TAULUKKO 1: Vegaanihaasteen eri osa-alueet. N=1 498

Kuinka tyytyväinen olet Vegaanihaasteen eri osa-alueisiin?								
	N	Erittäin tyytyväinen (1)	Jokseenkin tyytyväinen (2)	Jokseenkin tyytymätön (3)	Erittäin tyytymätön (4)	En ole käyttänyt eli ei kokemusta (5)	keski-arvo	mediaani
Vegaanihaasteen uutiskirje	4198	2422	1599	81	9	87	1,51	1
Vegaanihaasteen Facebook-ryhmä osallistujille	4198	1041	1004	76	14	2063	3,25	3
Vegaanihaasteen Facebook-sivu	4198	918	1092	55	6	2127	3,32	5
Vegaanihaasteen Instagram	4198	488	639	46	4	3021	4,06	5
Vegaanihaasteen nettisivut	4198	1435	1584	93	9	1077	2,45	2
Vegaanihaasteen reseptipankki	4198	2180	1448	158	20	392	1,81	1
Mahdollisuus saada tuutori	4198	986	483	59	16	2654	3,68	5
Facebook-sivun kauppakierroslive videot	3015	330	295	26	5	2359	4,25	5
Vegaanihaastekiertueen luento	3015	246	175	25	7	2562	4,48	5
Kokkausvideot kaupassa	1061	59	59	9	1	933	4,59	5
Vegaanihaasteen podcast	1061	59	68	11	6	917	4,56	5
Vegaaniskanneri	1061	164	117	8	2	770	4,03	5

Tiedustelin osallistujien tyytyväisyyttä Vegaanihaasteen eri-osa-alueista Likert-mielipideasteikolla kyselyn viimeisenä kysymyksenä. Kysymykseen vastasi 4198 se oli pakollinen kysymys kaikille, mutta valittavana oli eri vaihtoehtoja riippuen siitä, minä vuonna oli osallistunut Vegaanihaasteeseen. Jotkut osa-alueet ovat tulleet mukaan haasteen toimintaan vasta viime vuosina kuten podcast, livekauppakierrokset ja Vegaanihaastekiertue, mikä ei ole käynnissä kuin tammikuussa. Kaikissa osa-alueissa enemmistö on vastannut ”erittäin tyytyväinen” tai ”jokseenkin tyytyväinen”. Tyytymättömien määrä oli siis selvästi alhaisempi. On huomioitava myös, että asteikon viimeinen ”en ole käyttänyt, ei kokemusta” valinta on saanut paljon ääniä. Vähiten se sai ääniä Vegaanihaastekirjeiden kohdalla (81), joten lähes kaikki ovat käyttäneet niitä haasteen aikana. Eniten ”ei kokemusta” keräsi ääniä Vegaanihaasteen Instagramin kohdalla (3021). Haasteen vanhemmat osallistujat eivät ehkä käytä Instagramia, joten

se voi osaltaan selittää tulosta. Eniten ääniä keräsivät Vegaanihaasteen uutiskirjeet (2 422) ja reseptipankki (2 180). Niihin yli puolet oli erittäin tyytyväisiä. Toisaalta myös eniten ”erittäin tyytymätön” valintoja keräsi reseptipankki, mutta heitä oli vain 20. Ehkä he eivät pitäneet resepteistä tai olleet tyytyväisiä reseptipankkiin muuten. Tulokset ovat positiivisia, joskin olisi mielenkiintoista selvittää tarkemmin syitä mielipiteille, jotta haastetta voitaisiin paremmin kehittää. Vegaanihaasteen kannattaa tarkastella, mitkä osa-alueet saivat vähiten positiivisia ääniä ja keskittyä niiden kehittämiseen. Mielenkiintoista olisi myös tietää, miksi suuri osa ei ollut käyttänyt jotakin saatavilla olevia osa-alueita.

Kysyin kyselyn kysymyksessä 15, millä tavoin Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa yhä siihen osallistuneiden ihmisten elämään. Vastaajia olivat kaikki eli 4 198. Heistä 54 % (2 268) on suositellut haastetta jollekin ja 27 % (1 118) on houkutellut jonkun osallistumaan haasteeseen. Taulukko löytyy liitteistä (taulukko 7). Tulos on hyvä ja sitä voidaan kutsua pitkän aikavälin vaikutukseksi (Hyttinen 2006, 18). Tulos voisi johtua siitä, että osallistujat ovat olleet tyytyväisiä haasteeseen ja näin ollen suositelleet sitä tai pyytäneet jonkun mukaan. Perheissä ei välttämättä jakseta laittaa monen laista ruokaa, joten haasteen aikana on osallistuja voinut saada muitakin perheenjäseniä osallistumaan. Osa-alueiden prosenttitaulukko löytyy liitteistä (taulukko 4).



KUVA 1: Vegaanihaasteen kyselyyn 2020 huhtikuussa vastanneet eri puolilta Suomea (vasemmalla)  $N= 4\ 198$  ja Vegaanihaasteeseen osallistuneet kyselyn ja palautelomakkeiden perusteella vuosina 2014–2020 (oikealla). Kuva: Suomen kunnat vuonna 2020. Suomen kartta. (Wikipedia 2020.)

Haasteen tavoite on kasvaa eli saada myös osallistujia ympäri Suomen. Kyselylomakkeessa paikkakunta oli pakollinen kysymys, joten vastaajia oli 4 198. Kunnan pystyi valitsemaan pudotusvalikosta selaamalla. Vaihtoehtona oli myös ”asun ulkomailla”, joita vastanneista oli 1,7 %. Suomessa on 310 kuntaa, joista 84 paikkakunnalta ei tullut vastauksia, mutta 226 paikkakunnalta tuli (Kuntaliitto 2020). Kyselyn vastaajien paikkakunnasta voi päätellä, miten laajalle Vegaanihaaste on levinnyt Suomessa. Se ei ole vain isojen kaupunkien haaste, vaan osallistujia oli ympäri Suomen. Voit nähdä kartalta violetilla, miten laajalti Suomessa Vegaanihaaste on tavoittanut ihmisiä Lappia myöten. Arvatenkin eniten vastaajia oli suurista kaupungeista. Esitän liitteiden taulukossa 5 ja 6 kunnat, joista vastaajia oli eniten. Toimitan Vegaanihaasteelle yksityiskohdallisen listan paikkakunnista erikseen, koska 310 kunnan listaaminen taulukkoon vie monia sivuja.

Kysyin myös Vegaanihaasteelta, oliko näissä 84 kunnassa, joista ei vastattu kyselyyni, osallistuttu joskus Vegaanihaasteeseen. Kampanjakoordinaattori selvitti tämän osallistujien palautelomakkeista (2016–2020). Niistä selvisi, että kuntia oli vielä lisää. Haaste ei kata silti kaikkia Suomen kuntia tutkimusten mukaan, vaan 28 kuntaa vielä puuttuu. Suurin osa niistä kunnista on enemmistöltään ruotsinkielisiä, joten heidän asukkaistaan osa luultavasti osallistuu mieluummin ruotsinkieliseen vegaanihaasteeseen, joka on tarjolla eri järjestöllä Ruotsissa. Vegaanihaasteen palautekyselyyn ja kyselyyni vastanneita on vain pieni osa kaikista osallistujista, joten on mahdollista, että osallistujia on ollut vielä muiltakin paikkakunnilta. Lisätietojen pohjalta väritin toisen kartan, jossa on haasteeseen osallistuneet kyselyn ja palautelomakkeiden perusteella. Osalla paikkakunnista kyselyyn osallistuneita oli myös vain yksi tai reilusti alle kymmenen, joten kaikkialla osallistuminen ei selkeästi ollut kovin runsasta verrattuna suurimpiin paikkakuntiin. Kyselyn perusteella voisi vetää johtopäätöksen, että suurimmissa kaupungeissa osallistuminen on yleisempää ja haaste on lähes saavuttanut tavoitteensa kasvaa eli tavoittaa koko Suomi.

TAULUKKO 2: Monta kertaa olet osallistunut Vegaanihaasteeseen? N=4 198

<b>Monta kertaa olet osallistunut Vegaanihaasteeseen?</b>		
	N	4198 %
1	2381	56,72 %
2	1082	25,78 %
3	459	10,93 %
4	144	3,43 %
5	69	1,64 %
6	28	0,67 %
7	8	0,19 %
8	2	0,05 %
9	1	0,02 %
10 tai enemmän	24	0,57 %
Yht.	4198	100 %

Vegaanihaasteen osallistumiskerrat voivat kertoa jotain haasteen onnistumisesta vastaamaan osallistujien tarpeisiin. Joko ne eivät täyttyneet täysin ensimmäisellä kerralla tai ihmiset pitivät haasteesta niin paljon, että halusivat kokea sen uudelleen. Haasteeseen oli osallistunut kerran 57 %. Uudelleen haasteeseen oli osallistunut kaikista 4 198 vastaajasta 43 % (1 817), joka lähentelee jo puolta vastaajista. Suurin osa uudelleen osallistujista oli (26 %) osallistunut kaksi kertaa. Kolme kertaa oli osallistunut 11 %. Hämmästyttävintä oli, että osa oli osallistunut jopa yli 10 kertaa (0,57 %). Heitä oli 24. Kaikista eniten sekasyöjät olivat osallistuneet useasti 2–5 osallistumiskertojen ollessa kyseessä. Osallistumiskertojen noustessa osallistuivat eniten kasvisyöjät. Tämän selvitin Webropolin Insight-analysointiohjelmalla. Haaste on saanut lähes puolet motivoitua osallistumaan uudelleen.

TAULUKKO 3: Koitko useamman osallistumiskerran hyödylliseksi itsellesi? N=1 817

<b>Koitko useamman osallistumiskerran hyödylliseksi itsellesi?</b>		
	N	1817 %
Kyllä	1616	88,94 %
Ei	201	11,06 %
Yht.	1817	100 %

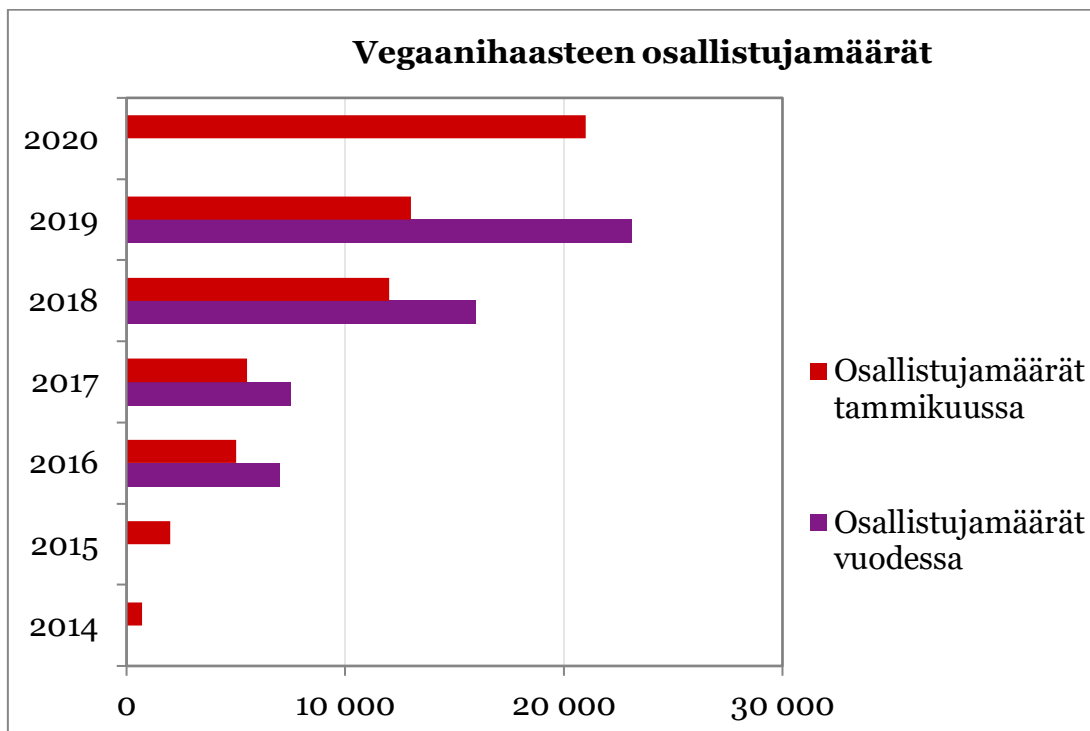
Uudelleen osallistuista jopa 89 % oli kokenut uudelleen osallistumisen itselleen hyödylliseksi ja vain 11 % ei ollut kokenut hyötyä. Eniten ei-vastauksia olivat antaneet ennen haastetta vegaanista (16,10 %) tai pääosin vegaanista (12,5 %) ruokavaliota noudattaneet, mutta erot muihin ruokavaliioihin eivät olleet kovin suuria vaan noin 10 % luokkaa. Kysymys oli pakollinen kaikille, jotka olivat osallistuneet useasti eli kaikkien heidän mielipiteensä on esillä. Korkea vastausprosentti kertoo, että Vegaanihaaste on onnistunut hyödyttämään ihmisiä ja tehnyt positiivisen vaikutuksen moniin, sillä he haluavat osallistua haasteeseen myös uudelleen. Uskon tämän johtuvan haasteen monipuolisuudesta ja rennosta ilmapiiristä.



Selvitin myös uudelleen osallistumisen syitä. Vastaajia oli 1 817 eli kaikki haasteeseen useasti osallistuneet ja valittujen vastausten määrä oli 5 070, sillä vastaaja saattoi valita monta vaihtoehtoa. Taulukon löydät liitteistä (taulukko 8). Haasteen tavoite ei varsinaisesti ole saada ihmisiä osallistumaan uudelleen. Kysymys on kuitenkin mielenkiintoinen Vegaanihaasteen kehittämisen kannalta, sillä on tiedossa, että osa osallistuu useasti. Vegaanihaaste voi ottaa uudelleen osallistujat paremmin huomioon haasteen kehittämisessä, kun tiedetään, miksi jotkut osallistuvat useasti. Haaste on alun perin suunniteltu yhtä osallistumiskertaa varten ja haastekirjeet pysyvät samana vuoden verran. Niihin tulee kuitenkin muutoksia aina ennen tammikuuta.

Ylivoimaisesti suurin osa (82 %) osallistui uudestaan reseptien takia ja toinen merkittävä syy oli lisätiedon saanti vegaaniruokavaliosta (51 %). Tulokset olivat melko selkeät ja näihin haasteen kannattaa panostaa uusia osallistujiakin silmällä pitäen. Tämän lisäksi yhtä paljon (38 %) houkuttelivat uutiskirjeet tai syynä oli eläintuotteiden vähittäinen vähentäminen ruokavaliossa (38 %). Selkeästi vähiten kaivattiin tuutorin apua, sillä sen oli valinnut syyksi vain 1 %. Tämä voi johtua haasteen osallistujille olevasta vertaistukiryhmästä, josta saa ehkä jo kaivattua tukea.

Tulosten perusteella näyttää siltä, että Vegaanihaaste on onnistunut tekemään haasteesta houkuttelevan reseptien osalta, joten niitä kaivataan haasteen jälkeenkin ja osallistutaan uudestaan sen vuoksi. Uutiskirjeet sisältävät myös uusia reseptejä, joita Vegaanihaasteen internetsivujen reseptipankista ei löydy. Tulokset voivat johtua vaihtelun kaipuusta ja halusta kokeilla uusia reseptejä ja ruokia. Haaste on saanut myös osallistujat motivoitua tiedonhankintaan ja sen vastaanottamiseen vegaaniruokavaliosta, josta he halusivat tietää lisää palatessaan uudestaan haasteeseen. Mielenkiintoinen tulos oli myös se, että kaivattiin lisää tukea vegaaniruokavaliioon siirtymiseen (28 %), joten haaste oli vaikuttanut ihmisiin ja he olivat valmiita kokeilemaan ruokavaliomuutosta sen avulla.



KUVIO 2: Vegaanihaasteen osallistujamäärät eri vuosina.

Vegaanihaasteen tavoite on kasvaa eli kasvattaa osallistujien määrää vuosittain. Sain tiedot Vegaanihaasteelta, jotta pystyin arvioimaan heidän onnistumistaan haasteen kasvattamisessa. Kolmantena vuonna ylitettiin 5 000 osallistujan raja ja viidentenä vuonna 15 000 osallistujan raja. Viimeiset kaksi vuotta on ylitetty 20 000 raja. Tammikuun osallistujamäärät ovat koko vuoteen verrattuna suuria. Lähtötilanne oli 700 osallistujaa tammikuussa vuonna 2014, kun tänä vuonna 2020 määrä oli jo 21 000. Vegaanihaaste tekee tammikuulle osallistujatavoitteita. Tammikuun 2020 tavoite ylittyi, joka kertoo onnistumisesta. Joka vuosi tammikuun osallistujamäärät ovat ylittäneet edellisen vuoden.

Luvut kertovat, että Vegaanihaaste on onnistunut hyvin tavoitteessaan kasvattaa haastetta eli lisätä osallistujien määrää vuosittain. Toki aina suurempiin määriin on tavoite pyrkiä ja määrä on vielä melko pieni suhteessa Suomen väestön kokoon eli noin 5,5 miljoonaan. Itseohjautumisteoria voisi olla yksi selitys, mikä saa ihmiset osallistumaan. Haaste vastaa kaikkiin kolmeen ihmisen tarpeeseen. Se tarjoaa sosiaalisuutta ja uusia kontakteja vertaistukiryhmän kautta. Lisäksi haaste helpottaa osaamisen tarpeen täyttymistä tekemällä uusien reseptien kokeilemisesta helppoa kauppalistojen ja yksinkertaisten reseptien avulla ja haaste auttaa löytämään uusia tuotteita kaupasta

kauppakierrosten, sekä vegaaniskannerin opastuksella. Lisäksi haaste vastaa myös autonomian tarpeeseen, eli voi itse päättää milloin osallistuu haasteeseen. Osallistuja voi itse määritellä, mitä haasteen osa-alueita käyttää ja miten osallistuu. Haaste ei velvoita mihinkään, vaan kannustaa, joten haasteeseen voi osallistua itselle sopivalla tavalla. (Helkama ym. 2016, 189.) Teorian mukaan osallistuminen vaatii myös kiinnostusta aihepiiriin, joten ilman sitä olisi ihmisiä haastava motivoida mukaan. Haaste siis pyrkii lisäämään kiinnostusta aihepiiriä kohtaan ja vastaamaan siihen tarjoamalla eri tapoja osallistua. (Siisiäinen 2010, 5.)

Uskon osallistujamäärien myös johtuvan pitkälti haasteen markkinoinnista eli kuinka paljon rahaa on käytetty esimerkiksi Facebook-mainoksiin tai ulkomainontaan. Ulko-mainoksia oli ensimmäisen kerran 2018 ja tämän jälkeen osallistujamäärät ovat nousseet selvästi. Uskon myös haasteen tunnettavuuden nousseen vuosien myötä, joka voi osaltaan lisätä osallistujamäärää. Vegemessuille osallistuminen on tehnyt Vegaanihaastetta tunnetuksi sen tuhansille kävijöille monena vuonna. Tunnettavuus on noussut lehtiartikkeleiden ja julkisuuden henkilöiden oltua osana haastetta ja ihan muutenkin osallistujien keskuudessa ja tuttavapiirissä on sana ehkä levinnyt. Hesburgerin omistaja on muun muassa osallistunut haasteeseen 2020 ja lupautui siihen tv-lähetyksessä (Koutonen 2020). Vegaanihaaste on päätenyt myös yllättäen ilmaiseksi tv-mainokseen 2018, joka mainosti kasvishampurilaista, mutta haasteella ei ollut osuutta asiaan (Mc Donalds Suomi 2018). Tammikuussa 2020 Vegaanihaaste oli MTV-uutisissa (Nuotto ym. 2020). Uskon myös, että kauppojen ja ravintoloiden koko ajan lisääntyvä vegaanituotevalikoima on vaikuttanut osallistujamääriin, koska osallistuminen on koko ajan helpompaa. Tämä alkoi tapahtua 2015 loppuvuoden jälkeen, kun Vihis (lihapiirakan vegaaninen versio) tuli kaappoihin, ja sen jälkeen tuli paljon muitakin vegaanisia valmisruokia (Ojanperä 2016). Jallinojan 2019 julkaisema tutkimus kertoo, että kasvissyöjien ja vegaanien osuus Suomessa on lähtenyt kasvuun vuodesta 2014 lähtien monien tutkimuksien perusteella.

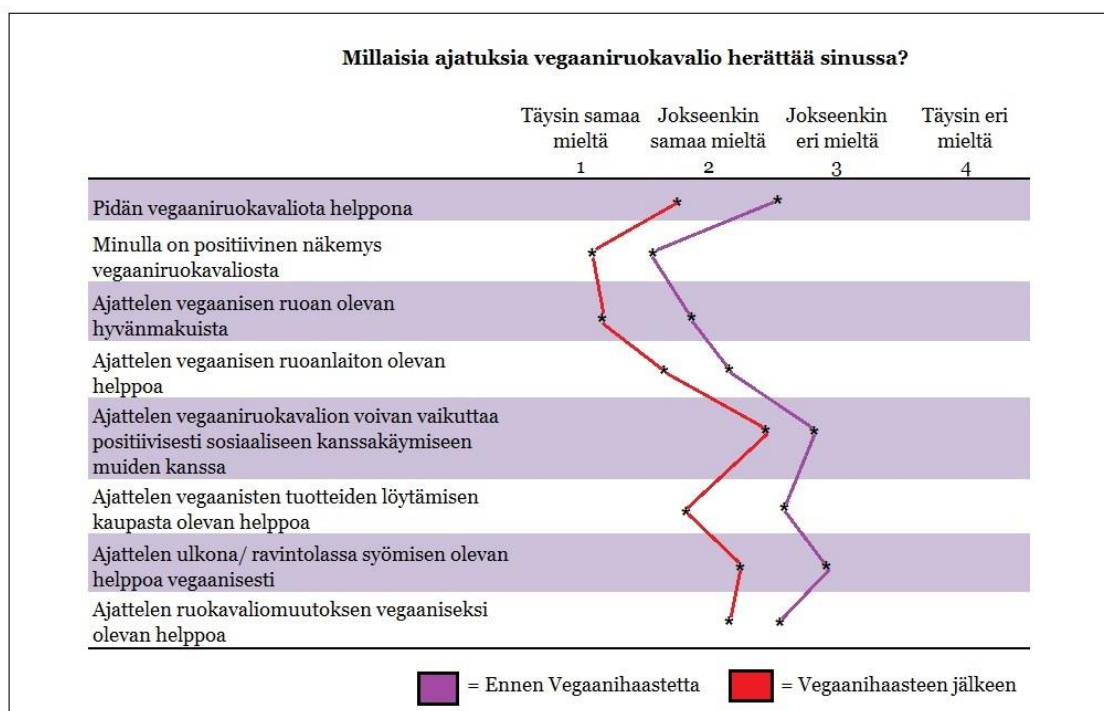
Vegaanihaasteen yksi tavoite on pyrkiä tekemään vegaani- ja kasvisruoasta niin suosittua, että se näkyy päivittäistavarakauppojen myynnissä. (Muhonen 2020.) Tätä olikin haastavampi todentaa, mutta aihe oli MTV:n uutisissa tammikuussa 2020. Uutisissa todettiin Vegaanihaasteen näkyvän selvästi päivittäistavarakauppojen myynnissä tammikuuisin. Helsingissä K-Supermarket Triplassa tammikuun Vegaanihaaste näkyy heillä suuresti. Eläinproteiineja korvaavien tuotteiden myynti nousee tammikuussa

jopa 50–70 % verrattuna joulukuuhun. Kasvimaitojen ja kasvikermojen myynti lähes kaksinkertaistuu. Lähivuosina Triplassa on huomattu, että tammikuussa eläinperäisiä tuotteita korvaavien tuotteiden myynti nousee joka tammikuussa ja vähenee tammikuun jälkeen, mutta ei koskaan joulukuun lähtötasolle, vaan osa jatkaa tuotteiden käyttöä tammikuun jälkeen. Triplan K-Supermarketin kauppias kertoi, että kollegoiden mukaan Vegaanihaaste näkyy tammikuun myynneissä muissakin kaupoissa ja koko maassa, mutta vaikutukset ovat selvästi suurempia pääkaupunkiseudulla ja isoissa kaupungeissa. (Nuotto & Lauri 2020.)

Tulokset eli välittömät vaikutukset (Hyttinen 2006, 18) paikallisesti Helsingin yhdessä kaupassa kuulostavat suurilta. Vegaanihaaste näkyy kauppojen myynneissä, mutta tavoitteena on nähdä suurempia vaikutuksia koko maassa ja tätä täytyisi tutkia kattavasti, jotta varmoja päätelmiä voitaisiin tehdä. Uutiset haastatteli vain yhtä kauppiasta, joten yleistyksiä ei voi tehdä. Epäilen vaikutusten olevan vielä melko pieniä varsinkin pienillä paikkakunnilla, joten matkaa tavoitteen saavuttamiseen on vielä.

## 5.2 Vegaanihaasteen vaikutukset asenteisiin

Tässä osiossa tarkastelen Vegaanihaasteen vaikutuksia osallistujien asenteisiin. Toinen tutkimuskysymykseni oli ”Miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa ihmisten asenteisiin vegaaniruokavaliota kohtaan?” Tätä kysyin kyselylomakkeessa kaikille pakollisilla mielipidekysymyksillä Likert-asteikkoa käyttäen. Vastaajia oli 4 198. Vegaanihaasteen tavoite on muuttaa ihmisten asenteita positiivisemmiksi vegaaniruokavaliota ja kasvissyöntiä kohtaan.



KUVA 2: Millaisia ajatuksia Vegaaniruokavalio herättää sinussa? N=4 198

Vertailen asenteita vegaaniruokavaliota kohtaan profiiligraafissa keskiarvojen kautta. Positiivisemmat asenteet olivat vegaanisen ruoan makua kohtaan ja negatiivisimmat sosiaaliseen kanssakäymiseen liittyen. Se on aika yleistä, että ihmiset kokevat haasteita sosiaalisesti vegaaniruokailun suhteen, mikäli lähipiiri syö toisella tavalla. Tämä on noussut esille monissa Vegaanihaasteen tekemisessä palautekyselyissäkin ja se liittyy vahvasti sosiaalisiin normeihin ja niistä poikkeamiseen. (Vegaanihaaste 2020b.) Sekaruokavalio nähdään yleisenä sosiaalisena normina ruokavalioiden, joten siitä poikkeaminen voi olla haastavaa joillekin. Ruokailu on yleensä hyvin sosiaalinen tapahtuma.

Kuviosta näkee asenteet keskiarvojen mukaan ennen Vegaanihaasteeseen osallistumista ja sen jälkeen, sekä miten nämä ovat muuttuneet. Keskiarvoja tarkastelemalla huomaa, että haasteen jälkeen asenteet vegaaniruokavaliota kohtaan ovat vähän positiivisemmat, joten Vegaanihaasteella on voinut olla siihen vaikutusta ja näin ollen Vegaanihaaste on onnistunut saavuttamaan tavoitteensa asenteiden suhteen joiltakin osin. Vaikutukset ovat voineet syntyä haasteen viestinnästä esimerkiksi uutiskirjeistä tai vegaaniruokavalion tekemisestä helpoksi auttamalla ihmisiä kokeilemaan uutta esimerkiksi tuutorin, helppojen reseptien, kauppalistojen ja kauppakierrosten avulla.

Asenteisiin ja makumieltymyksiin vaikuttavat varmasti suuresti Vegaanihaasteen aikaisten kokeilujen ja maistelun määrät liittyen kasvisruokaan, sekä uusiin resepteihin. Mitä enemmän on kokemusta, tietoa ja mitä tutumpi asia on, sitä enemmän siitä pitää eli se vaikuttaa asenteisiin. Tätä tukee Zajoncín (1968) mukaan myös Mere Exposure -ilmiö eli asian tuttuus on yhteydessä siihen, miten paljon jostakin pitää. Asenteen muuttuminen vaatii paljon tietoa aiheesta myös. (Mendez 2018; Helkama ym. 2016, 173.) Liitteistä löytyy taulukot 9–12, joissa on tarkemmat vastausmäärät asennevääntämiin numeroina ja prosentteina.

VegFundin (2020) tuottaman Impact Measurement Pilot -tutkimuksen mukaan vuodelta 2017 vegaanihaaste vaikutti eri maissa myös osallistuneiden asenteisiin vegaaniruokavaliota kohtaan muuttaen niitä positiivisempaan suuntaan. Tutkimuksessa vertailtiin kolmen vegaanihaasteen tuloksia ja vastaukset oli kerätty vegaanihaasteen päätyttyä. Sähköposteja oli lähetetty 2 613–4 649 väliltä. Vastausprosentit olivat 4,4 %–7,8 % väliltä ja vastausmäärät 263–268 väliltä. Asenteisiin liittyvä tutkimuskysymys oli ”How has your attitude regarding vegetarianism / veganism changed since taking part in” vegan challenge? Kysymys oli Likert-asteikolla, jossa oli kaksi negatiivista vaihtoehtoa, en osaa sanoa ja kaksi positiivista vaihtoehtoa. VeggieChallengeen osallistuneista 26,67 % valitsi ”somewhat more positive” ja 37,14 % ”significantly more positive” vaihtoehdot. (VegFund 2020, 16.) VeganerUdfordringen-vegaanihaasteen tulokset olivat 31,37 % ”somewhat more positive” ja 41,18 % ”significantly more positive” (VegFund 2020, 24.) Viimeinen vegaanihaaste oli Veganuary ja sen tulokset olivat ”somewhat more positive” 26,98 % ja ”significantly more positive” 61,11 %. Kysyttäessä asiaa uudestaan kolmen kuukauden kuluttua oli Veganuaryn ”significantly more positive luku” noussut (70 %). (VegFund 2020, 33, 44.) Tulokset eivät ole kuitenkaan tilastollisesti merkittäviä pienen otoksen ja vastaajamäärän takia, mutta suuntaa antavia. Omassa kyselyssäni kysymys oli aika erilainen, mutta asennevääntämistäni vertailuun voisi sopia ”Minulla on positiivinen näkemys vegaaniruokavaliosta”, jonka tulokset koskivat nykyhetkeä. Täysin samaa mieltä väittämän kanssa oli kaikista vastaajista 73,30 % ja jokseenkin samaa mieltä 23,51 %. Vastaajia oli 4 198. Muitakin tutkimuksia löytyi. Sustainable Life Barometer -tutkimuksessa (2019) oli haastateltu 7 000 henkilöä Suomesta, Norjasta, Ruotsista, Baltian maista ja Tanskasta. Yllättäen kaikista suomalaiset suhtautuivat heistä positiivisemmin kasvisruokaan. Suomessa oli kuluttajat

kokeilleet vegaanisia tai kasvistuotteita (valmisruokia) muita maita enemmän. (Tuominen 2019.)

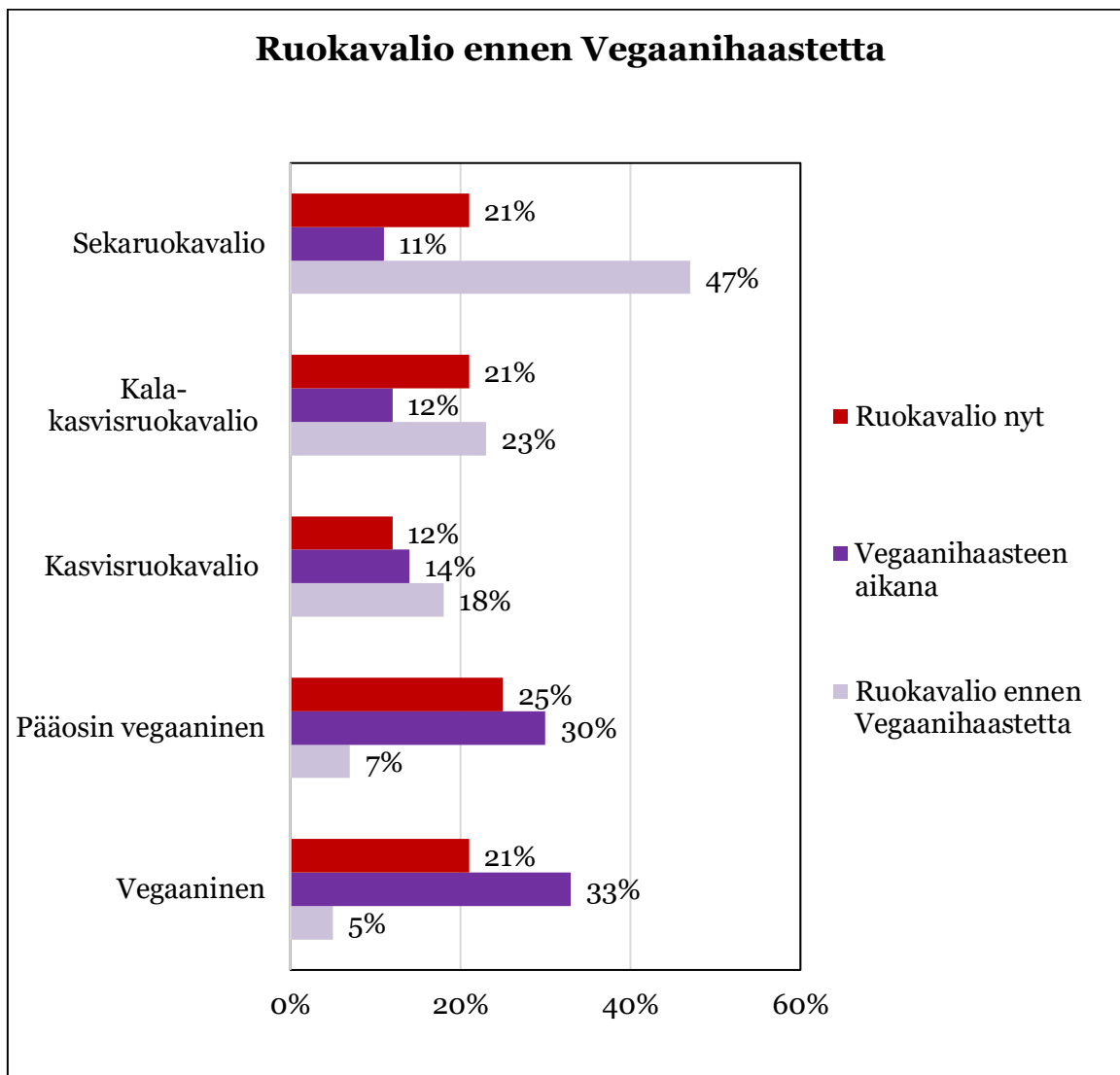
### 5.3 Vegaanihaasteen vaikutukset ruokavalioon

Tässä osiossa tarkastelen Vegaanihaasteen vaikutuksia osallistujien ruokavalioon ja muutoksia siinä. Tarkastelen myös syitä miksi osa ei ryhtynyt vegaaniksi ja, mitkä ovat syyt nykyiselle ruokavaliolle. Kolmas tutkimuskysymykseni oli: Miten Vegaanihaasteen osallistuminen vaikuttaa ihmisten ruokavalioon pitkällä aikavälillä? Pysin arvioimaan tätä kyselylomakkeen kysymysten kautta, joihin ruokavalion osalta vastasi jokainen eli 4 198. Vegaanihaasteen tavoitteena on lisätä kasvisyyntiä ja vähentää lihan-syöntiä.

Esittelen lyhyesti eri ruokavalioiden käsitteitä, joita käytin kyselylomakkeessa. Lukijan on hyvä tietää, mitä eri ruokavaliot ja termit tarkoittavat, joita käsittelen seuraavaksi. *Sekaruokavalio* on ruokavalio, johon kuuluu liha, kala, maitotuotteet ja kasvikunnan tuotteet. Käytin kyselylomakkeessa termiä sekaruokavalio.

*Vegaaninen ruokavalio* on sellainen, johon ei kuulu eläinkunnan tuotteita, vaan kaikki ruoka on kasvipäistä. Ruokavalioon ei siis kuulu liha, kala, kananmunat, maitotuotteet, hunaja, eläinperäiset lisäaineet tai väriaineet. (Norris & Messina 2011, xvi.) Nykyisin moni joustaa tästä määritelmästä eli he noudattavat ruokavaliota omalla tavallaan. Kyselylomakkeessa pääosin vegaaninen ruokavalio tarkoitti juuri tätä joustavuutta, että syö suurimmaksi osin vegaanisesti, mutta poikkeaa siitä välillä syöden esimerkiksi joskus myös lihaa, kalaa, kananmunia tai maitotuotteita.

*Kasvisruokavalio* on ruokavalio, johon ei kuulu liha. *Kasvisyöjiksi* kutsutaan yleensä lihaa ja kalaa ruokavaliossaan vältteleviä ihmisiä. (Sundqvist 2003, 16–17.) Kasvisyöjiä eli vegetaristeja on erilaisia, mutta suurin osa kasvisyöjistä on *lakto-ovovegetaristeja*, joiden ruokavalioon kuuluu kasvikunnan lisäksi kananmunat ja maitotuotteet. Osa kasvisyöjistä syö myös kalaa ja heidän ruokavalionsa nimitys on pescovegetaristi (Gloud & Voutinen 2009, 18–22.) Kyselylomakkeessa käytin termiä kasvisruokavalio ja kala-kasvisruokavalio, jotta ne olisivat kaikille ymmärrettäviä.



KUVIO 3: Ruokavalion muutos. N=4 189

Yllä olevasta kuviosta päätellen Vegaanihaaste on onnistunut melko hyvin tavoitteessaan, sillä sekasyöjiä oli 47 % ennen haastetta ja 21 % tällä hetkellä, eli yli puolet heistä on vaihtanut ruokavalionsa kasvispainotteisempaan. Kyselyyn vastasi ihmisiä myös vuosilta 2014–2019, joten vaikutukset ovat pitkittäisvaikutuksia. Tarkemmin tarkasteltuna 88 % söi epävegaanisesti ennen haastetta (mukaan lasketaan sekasyöjät, kala-kasvisyöjät ja kasvisyöjät) ja haasteen jälkeen 55 %, jos pääosin vegaanista ei lasketa tähän mukaan. Kala-kasvisruokavalio ja kasvisruokavalio ovat vähentyneet, koska luultavasti he ovat siirtyneet vegaanisempaan ruokavalioon.

Haasteen aikainen ruokavalio on ollut 63 % pääosin vegaaninen tai vegaaninen ja 26 % kasvis tai kala–kasvisruokavalio, joka on aika hyvä mittari kertomaan, että ainakin



yli puolet haasteeseen osallistujista on kokeillut vegaanista ruokavaliota ja osa kasvisruokavaliota. Näitä voidaan kutsua välittömiksi vaikutuksiksi, koska ne ovat haasteen aikaisia (Hyttinen 2006, 18). Osallistujista 11 % noudatti sekaruokavaliota haasteen aikana eli haaste ei ole saanut kaikkia motivoitua vaihtamaan ruokavaliotaan täysin haasteen ajaksi, mutta hekin varmasti kokeilivat jonkin verran uusia reseptejä ja ruokia.

Kyselyyn vastanneiden nykyinen ruokavalio on 46 % vegaaninen tai pääosin vegaaninen, kun ennen haastetta luku oli 12 %. Täysin vegaaneja on nyt 21 % vastaajista, kun ennen haastetta luku oli 5 %. Vegaanisen ja pääosin vegaanisen ruokavalion osuus haastetta edeltäneeltä ajalta nykyhetkeen oli siis noussut 34 % ja muiden ruokavalioiden osuus laskenut. Sekaruokavalion osuus oli laskenut 26 %. Kala-kasvisruokavalion osuus oli laskenut 2 % ja kasvissyöjien osuus 6 %. Vegaanihaasteella näyttää olleen vaikutusta ihmisten ruokavalioiden muuttumiseen vegaaniseksi tai kasvispainotteisemmaksi.

Löysin myös Webropolin Insight-ohjelman analysointimahdollisuuksia käyttäen korrelaatioita eli riippuvuuksia. Nämä olivat melko voimakkaita ja lisäksi tilastollisesti merkittäviä, eikä sattumia, koska kerroin kaikissa, joista seuraavaksi kerron P oli o. (Webropol Insight käyttöopas 2020). Ruokavalio ennen haastetta vaikutti siihen, millaista ruokavaliota noudatti haasteen aikana. Taulukot ovat liitteissä (16– 17).

TAULUKKO 4: Haasteen aikaisen ruokavalion vaikutus nykyiseen ruokavalioon. Korrelaatio R 0,57 ja Po. N=4 198

<b>Ruokavalio Vegaanihaasteen aikana</b>						
	Vegaaninen	Pääosin vegaaninen	Kasvis-ruokavalio	Kala-kasvis-ruokavalio	Sekaruokavalio	Kaikki
N=	1 405	1 277	566	503	447	4 198
<b>Nykyinen ruokavalio</b>	%	%	%	%	%	%
Vegaaninen	48,40 %	13,50 %	5,30 %	2 %	2,20 %	21,50 %
Pääosin vegaaninen	25,70 %	40,30 %	14,80 %	10,50 %	4,30 %	24,60 %
Kasvisruokavalio	6,30 %	16,80 %	29,30 %	7,60 %	1,80 %	12,20 %
Kala-kasvisruokavalio	10,80 %	18,20 %	28,30 %	57,50 %	9,60 %	20,90 %
Sekaruokavalio	8,80 %	11,30 %	22,30 %	22,50 %	82,10 %	20,80 %
Yht.	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Ruokavalio haasteen aikana vaikuttaa myös osallistujan nykyiseen ruokavalioon ja sen korrelaatiokerroin R oli 0,57 (Kananen 2011, 77–79; 108–111). Numerot sisältävä taulukko löytyy liitteistä (taulukko 19). Tämä toteutui kaikkien ruokavalioiden kohdalla: suurin osa noudatti haasteen aikaista ruokavaliota myös haasteen jälkeen. Mikäli haasteen aikana oli noudattanut sekaruokavaliota, todennäköisesti noudatti sitä myös haasteen jälkeen. Kyselyyn vastanneiden perusteella 82,10 % sekaruokavaliota haasteen aikana noudattaneista jatkavat samalla ruokavaliolla ja heistä vain 2,20 % jatkaa vegaanina haasteen jälkeen. Sen sijaan 48,40 % haasteen aikana vegaanista ruokavaliota kokeilleista jatkoivat vegaanina haasteen jälkeen ja heistä 8,8% jatkoi sekaruokavaliota haasteen jälkeen. Sama prosenttiosuus pääosin vegaanisen ruokavalion suhteen oli 40,30 % ja heistä sekaruokavaliota noudatti haasteen jälkeen 11,30 %. Haasteen aikana vegaanista tai pääosin vegaanista ruokavaliota noudattaneista (63 %) on yhä edelleen 87,7 % vegaanisella tai pääosin vegaanisella ruokavaliolla. Vegaanihaasteen täytyisi siis motivoida osallistujia kokeilemaan kasvisruokaa haasteen aikana saavuttaakseen pitkittäisvaikutuksia ruokavaliomuutoksissa.

TAULUKKO 4: Ennen Vegaanihaastetta olleen ruokavalion vaikutus nykyiseen ruokavalioon. Korrelaatio R 0,56 ja Po. N=4 198

Ruokavalio ennen Vegaanihaastetta						
	Vegaaninen	Pääosin vegaaninen	Kasvisruokavalio	Kala-kasvisruokavalio	Sekaruokavalio	Kaikki
N=	213	301	739	957	1 988	4 198
<b>Nykyinen ruokavalio</b>	%	%	%	%	%	%
Vegaaninen	93,40 %	32,20 %	32,60 %	15,90 %	10,70 %	21,50 %
Pääosin vegaaninen	3,30 %	60,50 %	37,80 %	27,80 %	14,90 %	24,60 %
Kasvisruokavalio	1,40 %	2 %	24,90 %	12,70 %	10 %	12,20 %
Kala-kasvisruokavalio	0,90 %	3,30 %	3,40 %	42,50 %	21,80 %	20,90 %
Sekaruokavalio	0,90 %	2 %	1,40 %	1 %	42,60 %	20,80 %
Yht.	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

Ruokavaliolla ennen haastetta ja nykyisellä ruokavaliolla oli myös yhteys. Korrelaatio eli R oli 0,56 ja Po. Numerot sisältävä taulukko löytyy liitteistä (taulukko 18). Iso osa oli valinnut saman ruokavalion, mikä hänellä oli ennen haastetta, mutta muutoksiakin oli jonkin verran. Taulukosta voi nähdä tarkemmin, miten haaste oli vaikuttanut nykyisiin ruokavalioihin. On hyvä huomioida, että osa on osallistunut haasteeseen jo vuonna 2014, eli katsoimme, miten pitkäaikaiset vaikutukset näkyivät. Osa kyselyn vastaajista oli voinut vaihtaa haasteen jälkeen ruokavaliota joksikin aikaa. Muutos ei ole ollut pysyvä vaan välitön vaikutus, mutta tulokset eivät kerro, mikä ruokavalio kyselyyn vastaajalla on ollut haasteen päätyttyä. Sekasyöjistä 57 % on vaihtanut ruokavaliota. Heistä 26 % on nykyisin vegaaneja tai pääosin vegaaneja. Kala-kasvisyöjistäkin 57 % oli vaihtanut ruokavaliota, heistä 44 % pääosin vegaaniseksi tai vegaaniseksi. Kasvisyöjistä 75 % oli vaihtanut ruokavalionsa haasteen jälkeen. Heistä vegaaneja tai pääosin vegaaneja on nykyisin 71 %. Vähiten ruokavaliota ovat vaihtaneet ennen haastetta vegaanista (7 %) tai pääosin vegaanista ruokavaliota (39 %) noudattaneet ja he vaihtoivat eniten edellä mainittuja ruokavaliota vain keskenään. Ennen pääosin vegaanista ruokavaliota noudattavista 93 % on nykyään pääosin vegaani tai vegaani. Ennen

haastetta vegaanista ruokavaliota noudattaneista on nykyään vegaani tai pääosin vegaani 96 %. Heidän kohdallaan voisi ruokavalion muutoksen sijaan puhua siitä, onko ruokavaliovalinta pysynyt.

Toisen suuntaista muutosta oli myös nähtävissä eli vegaaneista, pääosin vegaaneista, kasvissyöjistä ja kala-kasvissyöjistä on kaikista osa vaihtanut ruokavaliota lähemmäs sekaruokavaliota tai sekaruokavalioon. Näistä hyvin pieni osa, alle prosentista kahteen prosenttiin sekaruokavalion kohdalla, mutta muiden ruokavalioiden kohdalla enemmän. Ruokavalion vaihtamiselle kasvisruoasta sekaruokavalioon voi olla monia syitä niin sosiaalisista makumieltymyksiin. Yhteenvetona voitaisiin sanoa, että mitä lähempänä ruokavalio on ollut ennen haastetta vegaanista, sen suurempi prosenttiosuus on nykyisin vegaani tai pääosin vegaani. Vegaanihaasteella näkyy siis pitkittäisvaikutuksia ruokavaliovalinnoissa.

Kysyin ruokavaliosta vielä lisää kysymyksessä 15, koska saman kysyminen useamman kerran toisella tavalla vahvistaa tulosten paikkansapitävyyttä. (Kananen 2011, 119–120.) Tämä taulukko löytyy liitteistä (taulukko 7). Vastaajien määrä oli 4 198 eli kaikki ja valittuja vaihtoehtoja oli 23 933. Vastaaja pystyi valitsemaan useita vaihtoehtoja. Kysymyksessä tiedusteltiin miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa yhä osallistujaan. Kyselyn kaikista vastaajista 60 % kertoi vähentäneensä eläinperäisiä tuotteita ruokavaliossaan ja 44 % oli vähentänyt lihansyöntiä. Nämä luvut ovat samansuuntaisia edellisten kysymyksen kanssa. Webropolin Insight-ohjelmasta pystyin tarkastelemaan vastaajia esimerkiksi sen ruokavalion mukaan, jota he noudattivat ennen haastetta. Sekasyöjät olivat vastanneet kysymykseen, että ovat vähentäneet eläinperäisten tuotteiden käyttöä 71,10 % ja vähentäneet lihansyöntiä 71,60 %. Nämä luvut ovat jo merkittäviä Vegaanihaasteen aikaansaamia pitkittäisvaikutuksia. Ruokavalioon liittyen tarkemmat taulukot (13–15) liitteissä.

Koen vertailun muiden maiden vegaanihaasteiden pitkittäistutkimuksiin haastavaksi, koska tutkimukset on tehty eri tavoilla. Ruokavaliovaihtoehdotkin ovat välillä erilaiset. Kaikista tutkimuksista, joita löysin ja joita sain tietooni ulkomaisilta vegaanihaasteilta, seuraava pitkittäistutkimus on kerännyt eniten vastauksia. Sen tulokset ovat sen vuoksi luotettavimmat. Veganuary, maailmanlaajuinen vegaanihaaste, on toteuttanut yhteistyössä Faunalyticsin kanssa joitakin pitkittäistutkimuksia 6 kk haasteen jälkeen,

mutta ennen haastetta oleva ruokavalio on järjestön rekisteröintijärjestelmästä. Ilmeisesti haasteen ilmoittautuneilta kysytään sen hetkistä ruokavaliota. Vastaaajia on myös huomattavasti enemmän ennen kuin haasteen jälkeen. Vuoden 2016 pitkittäistutkimuksessa vastaaajia oli tammikuussa 20 597 ja 6 kk myöhemmin 3 369 ja vegaanien osuus oli kasvanut haasteen jälkeen 19 % > 54 % ja sekasyöjien osuus vähentynyt 34 % > 20 %, sekä suurin osa, noin puolet, oli haasteen aikana vegaanisella ruokavaliolla ja seuraavaksi eniten kasvisruokavaliolla. (Veganuary 2016, 1, 3.) Veganuaryn palautekysely 2020 haasteen jälkeen tarjoaisi paljon suuremman vastaajamäärän, mutta en voi vertailla haasteen jälkeisiä kyselyitä pitkittäiskyselyn kanssa.

Challenge 22+ Pilot Impact Study vuodelta 2018, kertoo myös saman suuntaisia tuloksia. Tutkimuksessa selvisi, että 77 % sekasyöjistä ja 64 % fleksaajista vähensivät haasteen jälkeen lihansyöntiä. Tutkimuskohteena olivat 1 kk tai 7 kk sitten vegaanihaasteeseen osallistuneet ja WhatsApp-kyselyn vastausprosentti oli jopa 50,3 %. Viesti lähetettiin 1431 osallistujalle. (Faunalytics 2020b; Faunalytics 2020a.)

VegFundin (2020) tuottaman Impact Measurement Pilot -tutkimuksessa oli myös saman suuntaisia tuloksia. Mainitsin saman tutkimuksen jo aiemmin. Vegaanien osuus oli VeggieChallengella ennen ja 3 kk haasteen jälkeen 12,38 % > 25,19 % ja sekasyöjien osuus ennen haastetta ja 3 kk sen jälkeen 23,33 % > 0,93 %. Samassa tutkimuksessa Veganuaryn luvut olivat vegaanisen ruokavalion suhteen ennen ja 3 kk haasteen jälkeen 18,25 % > 77,50 %, sekä sekaruokavalion osalta 40,48 % > 1,25 %. Vegaanisen ruokavalion osuus oli noussut ja sekaruokavalion osuus vähentynyt, kuten omassakin tutkimuksessani. Näitä tuloksia ei pidä ottaa kuitenkaan yleistettävänä, sillä VegFundin tutkimukseen osallistui VeggieChallengen osalta vain 268 ja Veganuaryn 206. Voidaan myös olettaa, että yleensä positiivisimmin asiaan suhtautuvat vastaavat kyselyihin. Tämä on huomioitava minunkin kyselyssäni, joskin kyselyyni vastasivat myös sekasyöjät.

Tiedustelin myös toisella kysymyksellä kaikilta muilta paitsi nykyisin vegaanista ruokavaliota noudattavilta, mitkä tekijät vaikuttivat siihen, ettei osallistuja ryhtynyt vegaaniksi. Taulukko löytyy liitteistä (taulukko 20). Suurin osa (42 %) kertoi, ettei heidän tavoitteensa ollut ryhtyä vegaaniksi, vaan lisätä kasvisruoan osuutta ruokavalioliansa. Toiseksi yleisin syy oli haasteet sosiaaliseen kanssakäymiseen, ruoanlaitto kotona, kun ihmiset haluavat eri ruokaa (29 %), sekä kyläillessä tarjottavista kieltäytymisen vaikeus

(28 %). Aiemmin jo mainitsinkin, että sosiaaliset haasteet ovat yleisiä, joten tulokset olivat odotettavissa niiden osalta. Vegaanihaaste on onnistunut saamaan myös sekasyöjät lisäämään syömäänsä kasvisruoan osuutta. Tämä on positiivinen tulos, sillä tavoite on saada mukaan myös sekasyöjät.

Vegaanihaasteella näyttää olevan pitkittäisvaikutuksia ihmisten ruokavalioon innostaen ihmisiä valitsemaan kasvisruokaa, vähentämään lihansyöntiä ja vaihtamaan ruokavaliota kasvipohjaisempaan. Tämä voi johtua kokonaisuudessaan kampanjan onnistumisesta vastaamaan osallistujien tarpeisiin ja asennevaikuttamisen tehokkuudesta eli käytännössä varmaan suureksi osin viestinnän toimivuudesta. Vegaanihaasteen positiivisella sallivuudella ja rentoudella on varmasti myös vaikutusta muutoksiin. Vegaanihaaste kannustaa kaikkia kokeilemaan kasvisruokaa rennolla otteella ja vähentämään eläinperäisten tuotteiden käyttöä tehden siitä helppoa ja houkuttelevaa. Kynnyksen ollessa matala on monelle helppo se ylittää ja vain kokeilla vailla vaatimuksia, sitoumuksia, lupauksia tai tavoitteita. Aiemmin jo mainitsin itseohjautumisteorian, joka voisi liittyä osallistumiseen, mutta myös ruokavalion muuttamiseen (Helkama ym. 2016, 189). Haaste vastaa ihmisten tarpeisiin ja näin ollen voi onnistua tavoitteissaan vaikuttaa ihmisten ruokavalioihin. Ruokavalioon liittyy myös asian tuttuus asenteisiin eli Zajoncin (1968) mukaan, mitä tutummaksi haasteen aikana asia tulee tai mitä useammin uusia ruokia maistelee sitä todennäköisemmin siitä pitää. (Helkama ym. 2016, 173.) Uudesta ruoasta pitäminen voi vaatia myös monia maistelukertoja. Näin toteaa *American Journal of Clinical Nutrition*issa julkaistu tutkimus. (Mendez 2018.) Ei uuden opettelukaan tapahdu aina ensimmäisellä kerralla, vaan voi vaatia harjoittelua eri reseptien tai maustamisen kanssa ja uusien ruokien maistelun kanssa, joita ei välttämättä ole ennen syönyt. Toki ne voivat maistua erilaisilta kuin mihin voi olla tottunut, mutta uusia lempituotteita tai maukuja voi löytyä myös.

Uskon osallistujien asenteiden lisäksi asenneilmapiirillä, etenkin osallistujien lähipiirissä olevan vaikutusta ruokavaliomuutoksiin. Ruokavaliomuutos on helpompaa, jos muut lähipiirissä hyväksyvät sen ja tukevat siinä. Tälle ajatukselle löytyy tukea myös teorioista. Fishbeinin ja Ajzenin (1975), sekä Mollenin (2013) mukaan sosiaaliset normit vaikuttavat käyttäytymiseen eli ruokavalion muutokseen: miten omassa lähipiirissä tai kulttuurissa suhtaudutaan kasvisruokaan, onko se hyväksyttyä vai ei, mitä muut tekevät lähipiirissä, ovatko he kasvissyöjiä ja miten lähipiiri haluaa ihmisen toimivan eli mitä odotuksia muilla on. Ajzenin (1991) mukaan vaikutusta on myös sillä,

mitä seurauksia muutoksella ajatellaan olevan eli miten se vaikuttaa vaikka sosiaalisiin suhteisiin ja miten helppoa tai vaikeaa osallistuja ajattelee ruokavaliomuutoksen olevan. Nämä kaikki vaikuttavat käyttäytymisaikomukseen. (Helkama ym. 2016, 250–251, 178.) Uskon asenneilmapiirin kasvisruokaan liittyen muuttuneen Suomessa positiivisemmaksi viime vuosina lehtikirjoitusten ja kauppojen ja ravintolatarjonnan lisääntymisen perusteella ja sekin voi edesauttaa ruokavaliomuutosta. Muutos on nykyään myös helpompaa, koska kaupoissa ja ravintoloissa on tarjolla enemmän vegaaniruokaa. Nämä voivat vaikuttaa myös siihen miten helpolta muutos vaikuttaa eli siihen toteuttaako haasteen osallistuja sen.

Suunnittelu tukee osallistujien ruokavaliomuutosta. Gollwitzerin (1993) mukaan toimeenpanoaikomus ja Fishbeinin ja Ajzenin (1975) mukaan käyttäytymisaikomus selittää ruokavalion muutoksia myös. Ihminen toimii todennäköisemmin suunnitelmansa mukaan silloin, kun suunnittelee tekevänsä jotain tietynä ajankohtana tai kertoo siitä muille, sekä ilmoittautuu esimerkiksi Vegaanihaasteeseen tai muuttaa ruokavaliotaan. Mikäli ajankohta ei ole tiedossa ja on vain aikomus joskus lisätä kasvisruoan osuutta ruokavaliossaan, se voi jäädä helpommin tekemättä. Tämä johtuu toimeenpanoaikomuksen puuttumisesta. (Helkama ym. 2016, 189, 191–193, 178, 250–251.) Vaikka asian olisi unohtanutkin tai tuntuisi, ettei jaksakaan toteuttaa aikomustaan aiottuna ajankohtana tulevat Vegaanihaasteen uutiskirjeet silti sähköpostilla ja saattavat innostaa osallistujaa uudestaan osallistumaan tai tekemään muutoksia ja kokeilemaan uutta.

Ruokavaliomuutoksilla haasteen aikana voi olla myös psykologista taustaa. Kognitiivisesta dissonanssista luopuminen voi myös olla helpompaa silloin, kun jättää hetkeksi lihan tai eläinperäisiä tuotteita pois ruokavaliostaan esimerkiksi Vegaanihaasteen ajaksi. Näin ollen omat arvot ja teot eivät ole keskenään ristiriidassa liittyen lihansyönniin. (Joy 2011, 19; Hebert 2014 & Avoim yliopisto 2020.) Tällöin voi olla helpompaa kokeilla uutta ruokavaliota ja muuttaa asenteitaan. Tulosten perusteella näyttäisi, että tämä voisi ehkä pitää paikkaansa, sillä muutoksia on nähtävissä.

Auvinen kirjoittaa (2019), että ”fleksaajat” tekevät lopulta sen ison muutoksen maailmassa: ei siis pieni määrä vegaaneja, vaan sekasyöjät, jotka lisäävät kasvisruoan osuutta ruokavaliossaan. On aika ottaa mukaan kaikki, ja saada muutoksia aikaan ja Vegaanihaaste onnistuu tässä hyvin, onhan suurin osa osallistujista sekasyöjiä. Kyse-lyyn vastaajista 47 % oli sekasyöjä ennen haastetta. Se, että mukana on suurin osa, saa

tuottajat tekemään lisää parempia vegaanisia tuotteita, koska niille on kysyntää ja markkinoita. Tämä taas helpottaa kasvisruoan valitsemista ja kokeilemista, koska se tekee siitä entistäkin helpompaa. Viime vuosina tämä on käytännössä huomattu ruokakaupoissa ja ravintoloissa, joissa tarjontaa on yhä enenevässä määrin.

Vegaanihaaste on saanut ihmiset lisäämään kasvisruoan osuutta ruokavalioissaan. Kyselyssä tiedusteltiin myös nykyisen ruokavalion syytä. Suosituimmat syyt olivat ympäristöystävällisyys 64 % ja terveys 64 %, sekä eläinten oikeudet 58 % ja ilmastonmuutos 56 % eli ympäristökriisi näkyy myös tuloksissa. Taulukko löytyy liitteistä (taulukko 20). Kasvisruoan valitsemisen syillä ei ole väliä, mutta sen vaikutuksilla on merkitystä koko planeetalle ilmastonmuutoksen uhatessa ihmiskunnan tulevaisuutta. Kasvisruoka on meidän kaikkien asia, ja muutoksella on kiire. Toki ympäristöön ja ilmastonmuutokseen voi vaikuttaa muillakin tavoilla ja se olisi hyvin suotavaakin, mutta ruokavaliolla ilmastovaikutuksia voi vähentää jopa 40 % (Saavalainen 2019).



## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyöni löysi vastauksia tutkimuskysymyksiin, joilla pohdittiin haasteen vaikutuksia osallistujien ruokavalioon, asenteisiin, sekä haasteen tavoitteiden saavuttamista. Tutkimukseni ongelma oli, ettei pitkittäisvaikuttavuutta ollut tutkittu tai todennettu aiemmin ja tämä on tärkeää rahoitushakemusten ja haasteen kasvun saavuttamisen kannalta. Nyt vaikuttavuutta on tutkittu ja löydetty paljon erilaisia vaikutuksia.

Kyselyni perusteella asenteissa vegaaniruokavaliota kohtaan löytyi pieniä positiivisia muutoksia ja ruokavalioissa löytyi myös positiivisia pitkäaikaisia muutoksia. Tulosten perusteella voisin sanoa, että Vegaanihaaste tekee vaikuttavaa kampanjatyötä myös pitkittäisvaikutuksia tehden ja saa ihmiset kokeilemaan kasvisruokaa, vähentämään lihansyöntiä, sekä muuttamaan monen ruokavaliota kasvispainotteisemmaksi. Haaste todella vaikuttaa suuresti ihmisten toimintaan ja tekee merkittäviä muutoksia ympäristön suojelemiseksi, ilmastonmuutoksen hidastamiseksi, sekä eläinten hyväksi ja tekee sen positiivisella ja helposti lähestyttävällä tavalla.

## 7 POHDINTA

Pohdin seuraavaksi, miten opinnäytetyöni prosessi onnistui, miten kyselylomaketta voisi kehittää palautteiden pohjalta, sekä miten Vegaanihaastetta voisi tutkia tulevaisuudessa. Kerron myös, miten Vegaanihaaste suhtautui saatuihin tuloksiin ja pohdin, miten tuloksia voisi hyödyntää jatkossa.

### 7.1 Itsearviointi

Opinnäytetyö on ollut opettavainen ja joitakin asioita olisin voinut tehdä toisin. Teoria ja kirjallisuusosio on ollut haastavaa tiedonsaannin kannalta, sillä kirjastot ovat olleet kiinni koronan vuoksi sen ajan, kun olen aktiivisemmin paneutunut opinnäytetyön tekemiseen.

Kyselylomakkeessa näen paljon parannettavaa ja sainkin siitä joitakin palautteita kyselyyn vastanneilta sähköpostilla. Osasta kysymyksiä puuttuu ”muu” vaihtoehto ja asenteita mittaavista kysymyksistä ”en tiedä” vaihtoehto. Sain kyselyyn osallistuneelta palautetta, että hän oli kokenut joutuneensa valehtelemaan asennekysymyksessä, koska olisi halunnut vastata, ettei tiedä tai ei ole johonkin mielipidettä. Kysymyksessä 15 ”Miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa sinuun yhä?” olisi tarvinnut ”muulla tavoin” vaihtoehdon, sillä listani ei välttämättä kata kaikkea ja vastaaminen, ettei ole vaikutuksia saattaa vääristää tuloksia. Saman muutoksen olisi voinut tehdä myös kysymyksessä 13 ”Mistä syistä ruokavaliosi on nykyisenlainen?”, sillä enhän voi tietää kaikkia syitä, vaan niitä voi olla paljon muitakin. Sain itseasiassa palautetta kyselyn täyttäneeltä myös tästä, eli siihen olisi kaivattu avointa kysymystä, jossa olisi voinut kertoa oman syynsä. Tämä ei ollut mahdollista aikataulujen ja kyselyn laajuuden vuoksi, mutta ainakin ”muu syy” olisi ollut parannus siihen. Joku palautteen antaja kertoi jättäneensä vastaamatta kyselyyn, koska siinä ei ollut avoimia kysymyksiä. Valitettavasti minulla ei olisi ollut aikaa käydä niitä tuhansittain läpi, joten ne oli pakko jättää pois. Täytyi valita kyselyn laajuuden ja avointen kysymysten väliltä.

Kysymyksessä 15, jossa tiedustelin, miten Vegaanihaaste vaikuttaa ihmisten elämään nykyään tarkoitin, että kyselyn vastaajat valitsevat vaihtoehtoja, mikäli juuri Vegaanihaaste on saanut heidät toimimaan tietyllä tavalla. Toki näitä asioita voi tehdä ilman Vegaanihaasteen innostamista niihin. Silloin pystyi valitsemaan, ettei Vegaanihaaste vaikuta elämääni lainkaan. Edellä mainittua vastausvaihtoehtoa olisi voinut muotoilla selkeämmäksi. Kysymyksenasettelu oli varmaankin hiukan epäselkeä, koska sain palautetta siitä yhdeltä kyselyn täyttäneeltä.

Löysin muitakin puutteita kyselylomakkeesta sen julkaisun jälkeen. Tuloksia tutkiesani huomasin, että paikkakunta pudotusvalikossa luki kaksi kertaa ”asun ulkomailla”, mutta vain toista vastaajat olivat käyttäneet, sillä se oli valikon ensimmäinen vaihtoehto. Toinen sama vaihtoehto löytyi pudotusvalikon lopusta 310 vaihtoehdon jälkeen. Se oli jäänyt epähuomiossa sinne. Se ei kuitenkaan vaikuttanut tuloksiin tai niiden tulkintaan. Samaisessa pudotusvalikossa oli kahdessa kunnan nimessä kirjoitusvirhe yhden kirjaimen verran, mutta siitä huolimatta ihmiset olivat löytäneet oman kuntansa ja käyttäneet vaihtoehtoa. Tällaiset huolimattomuusvirheet harmittavat. En huomannut niitä, vaikka kävin lomaketta läpi monia kertoja, sekä sen lisäksi myös testiryhmä. Jatkossa joku ehkä voisi muokata lomaketta palautteiden avulla ja tehdä myös avoimia kysymyksiä tarkempien tulosten saamiseksi.

Tiedostan myös, että ei ehkä ollut järkevä valinta tehdä kaikista kysymyksistä pakollisia, mutta näin sain todella kattavan aineiston. Vapaavalintaisiin en välttämättä olisi saanut niin paljon vastauksia. Toisaalta joku on voinut jopa jättää vastaamatta kyselyyn sen vuoksi. Kyselyn avanneita oli enemmän kuin vastaajia. Huomioitava on, että osa kysymyksistä oli hyppykysymyksiä eli näkyvillä osalle eli pakollisia vain heille, joille se oli näkyvillä edellisten vastausten perusteella.

Teknisiä ongelmia oli kokenut kyselyn kanssa onneksi vain kaksi. Sain sähköpostia, ettei joku päässyt arvontaan, vaikka oli täyttänyt kyselyn ja lähetin arvontaan johtavan linkin hänelle. Muilla ei ollut onneksi tätä ongelmaa. Toinen ongelma oli jollakin kyselyn täyttämisen kanssa. Onneksi ongelma oli vain ollut yhdellä laitteella ja sain häneltä toisenkin sähköpostin, jossa kerrottiin kyselyn toimineen toisella laitteella.

Mielestäni kehittämistyöni onnistui löytämään tuloksia ja tuottamaan järjestölle uutta tietoa, joilla arvioida Vegaanihaasteen vaikuttavuutta, joten tutkimuskysymykseen löytyi vastauksia.

Kyselyn vastausprosentti olisi voinut olla suurempi kuin 9,6 %, mutta vastaajia saatiin silti hyvä määrä. Koen, että tulokset ovat luotettavat ja yleistettävissä Vegaanihaasteen osallistujiin, koska vastauksia saatiin määrällisesti niin paljon (4 198). Yleistettävyys vaatii yleensä noin 1000 vastaajaa valtakunnallisissa tutkimuksissa. Toki pieni virhemarginaalin mahdollisuus on tuloksissa olemassa. (Heikkilä 2014, 43.) Kysely lähetettiin niin valtavalle joukolle, että vastausprosentin eli suuremman vastaajamäärän esimerkiksi 10 000–40 000 vastaajan saaminen olisi jo melko haastavaa. Vaatisi enemmän vastausaikaa ja palkintoja tai enemmän muistutuskirjeitä, sillä huomasin vastaajien määrän nousevan noin tuhannella jokaisen muistutuskirjeen jälkeen, mutta jo kolme ylimääräistä kirjettä entisille haasteen osallistujille oli aika paljon eli enempää ei olisi voitu lähettää.

Koen tulosten olevan päteviä ja luotettavia eli validiteetti on hyvä, sillä tutkimusmenetelmä oli sopiva ja mittasin sillä tarvittavia asioita ja sain tuloksia. Validiteetin heikko kohta on kyselylomake, jossa on kehitettävää ja sen puutteet voivat jonkin verran vaikuttaa tulosten tarkkuuteen. Tästä hyvänä esimerkkinä yksi palautteen antaja, joka sanoi, ettei ollut varma asenteestaan ja olisi halunnut vastata, ettei tiedä. Hän joutui kuitenkin valitsemaan jonkun asenneväittämistä, jolloin tulos voi olla hiukan harhaanjohtava. Uskon kuitenkin, että miettimällä kysymystä ja asenteitaan voi myös tunnistaa itsessään asenteita. On myös mahdollista, että he, jotka eivät halunneet vastata kaikkiin kysymyksiin, eivät ole täyttäneet kyselyä, sillä kysely oli avattu paljon useamman kerran kuin vastauksia saatiin, tosin kaikki vastaamisen aloittaneet olivat vastanneet kyselyyn. (Kananen 2011, 121.) Ulkoinen validiteetti on luotettava, koska kyselyyn vastanneet vastaavat hyvin perusjoukkoa ja tuloksia voi yleistää heihin. Kyselyn vastaajia oli jokaiselta Vegaanihaasteen vuodelta, kaikkia sukupuolia, joskin naisia enemmistö, sekä kaikki ruokavaliotkin olivat edustettuina. Kyselyyn eivät siis vastanneet vain vegaanit, mutta silti voi olettaa, että jonkinlainen positiivinen asenne heillä voi olla haasteeseen liittyen, koska jaksoivat käyttää aikaansa vastaamiseen. Kyselyssä oli koko Suomi maantieteellisesti edustettuna eli vastanneet eivät olleet vain suurista kaupungeista, vaan hyvin laajasti eri puolilta Suomea. Eri ikäluokatkin olivat edustettuina alaikäisistä yli 80-vuotiaisiin ja eri koulutustaustaisia ja eri elämäntilanteessa olevia oli myös vastaajissa. (Kananen 2011, 121–122.)

Kriteerivaliditeetti oli myöskin hyvä ja se tuki myös tuloksien luotettavuutta, sillä eri maiden vegaanihaasteilla oli samansuuntaisia tuloksia, joihin tuloksiani vertailin. (Kananen 2011, 121–124.) Reliabiliteettikin osoittautui pitäväksi eli tulokset ovat pysyviä ja uudella tutkimuksella toistettavissa. (Kananen 2011, 119–120.) Mittasin konsistenssiä kysymällä samaa asiaa monella kysymyksellä ja niiden tulokset olivat hyvin samansuuntaiset, joka lisää tulosten luotettavuutta. (Kananen 2011, 119–120.)

Laaja aineisto on ollut mielenkiintoinen, mutta materiaalia on ollut niin paljon, että olen joutunut miettimään, mitä jätän pois tuloksista ja liitteistä. Rajaaminen on ollut haastavaa, sillä tuloksien jakamisen kannalta tulosten olisi hyvä olla esillä.

Yhteistyö Vegaanihaasteen kanssa on sujunut hyvin ja opinnäytetyön ohjaaja on ollut kannustava. Kyselyn valmistumisen kanssa tuli hiukan kiire Vegaanihaasteen aikatauluihin liittyen ja en ollut osannut ennakoida sitä tarpeeksi hyvin. Kysely tehtiin alkuperäisestä suunnitelmastani poiketen maaliskuun sijaan huhtikuussa eli täysin ei tammikuussa miettimäni alustava aikataulu pitänyt. Aikataulun kannalta olisi täytynt aiemmin aloittaa aktiivisemmin paneutumaan opinnäytetyöhön, jottei sen valmistuminen olisi jäänyt viimeiselle viikolle. Olen kuitenkin tyytyväinen siihen, että opinnäytetyö valmistui ajallaan suunnitelmani mukaan toukokuussa.

## 7.2 Vegaanihaasteen ajatukset tuloksista ja opinnäytetyöstä

Vegaanihaasteen kampanjakoordinaattoria positiiviset tulokset eivät yllättäneet, koska palautekyselyiden kautta on ollut syytä olettaa, että kampanja on vaikuttava. Muhosen mielestä oli hienoa saada varmistus asialle, että pysyviäkin muutoksia saadaan kampanjalla aikaan. Tämä oli hänellä vahvana hypoteesina ennen tulosten saamista. Vegaanihaaste on kiitollinen tuloksista ja Muhonen kertoo tutkimuksen olevan merkittävä myös kansainvälisesti, sillä samantapaista pitkittäistutkimusta ei ole ennen tehty. Omien löydösteni perusteella on eri vegaanihaasteet maailmalla tutkineet aiemmin pitkittäisvaikutuksia 3–7 kk jälkeen haasteesta. Muhonen kertoi, että opinnäytetyön tuloksista on paljon hyötyä kampanjan suunnittelussa, kehittämisessä ja viestinnässä.

### 7.3 Tuotokset

Opinnäytetyöni tuotokset olivat kyselyn tuottama aineisto ja liitteistä löytyvä kyselylomake. Toimitan aineiston Vegaanihaasteelle monessa muodossa, mitä Webropol-ohjelmasta saa tallennettua. Tein pdf-tiedoston, joka kattaa kaikki tulokset taulukkoina ja kuvioina. Lisäksi tein vielä lyhyen yhteenvedon tärkeimmistä tuloksista (PowerPoint) viestintää varten, jotta tuloksia olisi helppo jakaa niin suomeksi kuin englanniksi. PowerPoint sisältää 11 sivua. Alla kuva ensimmäisestä diasta.



KUVA 3: Tulosten yhteenveto Vegaanihaasteelle (PowerPoint).

Tässä on Vegaanihaasteelle toimittamani kaikki tulokset sisältävän tiedoston sisällysluettelo, sillä tiedosto ei mahtunut liitteisiin. Tiedostossa on tulokset kaikista kyselyn kysymyksistä, sekä lisäksi vielä korrelaatiotaulukoita. Jokaisesta kysymyksestä on vähintään kaksi kuviota/ taulukkoa eli tiedot prosentteina ja numeroina. Tiedosto on 35 sivua.

2

Sisällys

1	TAUSTATIEDOT.....	3
1.1	Sukupuoli .....	3
1.2	Paikkakunnat .....	4
1.3	Ikä.....	6
1.4	Koulutus .....	8
1.5	Nykyinen pääasiallinen toimi .....	9
2	VEGAANIHAASTE.....	11
2.1	Milloin osallistuit Vegaanihaasteeseen (ensimmäisen kerran)? .....	11
2.2	Monta kertaa olet osallistunut Vegaanihaasteeseen? .....	12
2.3	Miksi olet osallistunut useasti Vegaanihaasteeseen? .....	13
2.4	Koitko useamman osallistumiskerran hyödylliseksi itsellesi?.....	15
3	RUOKAVALIO.....	16
3.1	Millainen ruokavaliosi oli ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista? .....	16
3.2	Millaista ruokavaliota noudatit ensimmäisen Vegaanihaasteen aikana?.....	17
3.3	Millainen ruokavaliosi on nyt? .....	18
3.4	Mistä syistä ruokavaliosi on nykyisenlainen? .....	19
3.5	Ruokavalion muutos .....	20
3.6	Mitkä tekijät vaikuttivat siihen, ettet ryhtynyt vegaaniksi? .....	24
3.7	Miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa sinuun yhä? .....	26
4	ASENTEET .....	28
4.1	Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herätti sinussa ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista?.....	28
4.2	Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herättää sinussa nyt? .....	30
4.3	Miten tyytyväinen olet Vegaanihaasteen eri osa-alueisiin? .....	33
	LÄHTEET .....	35
	LISÄTIEDOT .....	35

*Vegaanihaaste*

KUVA 4: Tulokset Vegaanihaasteelle pdf-tiedostona.

#### 7.4 Vegaanihaasteen tutkimus tulevaisuudessa ja tulosten hyödyntäminen

Vegaanihaastetta voisi olla hyödyllistä tutkia myös jatkossakin. Kyselyssäni ei ollut avoimia kysymyksiä, joten varmasti paljon tietoa pystyisi saamaan niitä käyttäen. Jatkossa voisi tutkia syitä sille, miksi osallistujien asenteet vegaaniruokavaliota kohtaan ovat muuttuneet positiivisemmiksi tai tutkia tarkemmin syitä, miksi ihmiset olivat muuttaneet ruokavaliotaan, sekä haasteen eri osa-alueiden vastaamista osallistujien tarpeisiin.

Tulevaisuudessa Vegaanihaasteen pitkittäisvaikutuksia voisi tutkia joidenkin vuosien välein ja vertailla tuloksia edellisen kyselyn tuloksiin. Luotettavien vertailukelpoisten maailmanlaajuisten tutkimustulosten saamiseksi vegaanihaasteesta olisi hyödyllistä kehittää yhteinen pitkittäisvaikutuksia mittaava kysely, jota voisi tehdä monessa eri maassa. Tämä voisi olla toki haastavaa, koska vegaanihaasteet ovat yksilöllisiä eri maissa, mutta pienillä kyselylomakkeen muutoksilla ehkä toteuttamiskelpoinen. Tulokset olisi hyvä julkaista keskitetysti kaikista maista yhdessä paikassa englanniksi, jotta tulokset olisivat helposti saatavilla. Edellytykset yhteistyölle ovat olemassa, sillä monet vegaanihaasteet tekevät jo kansainvälistä yhteistyötä. Voisi olla hyödyllistä markkinoinnissa mainostaa Vegaanihaastetta, kun saatavilla olisi myös tietoa, kuinka moni kokeili vegaanihaastetta koko maailmassa tietynä vuonna tai kuukautena. Vegaanihaaste on vahvasti maailmanlaajuinen ilmiö ja yleinen kampanjointitapa eri järjestöille.

Palautelomakkeiden ja kyselyiden tuloksia voisi tuoda myös enemmän esille Vegaanihaasteen internetsivuilla, kuten joillakin ulkomaisilla haasteilla on, sillä Vegaanihaasteen Facebookissa julkaistut palautekyselyiden tulokset ovat vaikeasti löydettävissä enää myöhemmin, varsinkin monen vuoden takaiset. Haasteen nettisivuihin tutustuvat voisivat vaikuttaa palautekyselyiden tuloksista ja se voisi motivoida heitäkin osallistumaan. Varsinkin avointen kysymysten lainaukset ovat hyvin positiivisia ja motivoivia, joita on Vegaanihaasteen sosiaalisessa mediassa. Koko vuoden palautelomakkeiden tulokset voitaisiin koota vuosittain yhteen ja julkaista. Tammikuun tulokset on julkaistu monena vuonna, mutta ei koko vuoden tuloksia.



Toivon, että näillä keräämilläni tuloksilla olisi merkitystä Vegaanihaasteen tulevaisuuteen, haasteen kasvattamiseen, kehittämiseen ja rahoituksen saamiseen. Vegaanihaaste voi jakaa tuloksia esimerkiksi sosiaalisessa mediassaan ja joitakin tuloksia tullaan kuulemani mukaan hyödyntämään kampanjassa tulevaisuudessa ja jakamaan myös muiden maiden vegaanihaasteille.

Jaan tulokset myös ulkomaisten järjestöjen kanssa englanniksi, joihin olin yhteydessä opinnäytetyöni tiimoilta, jotta voin kiittää heitä avusta ja jakaa tietoa eteenpäin. Tällä tavalla opinnäytetyön tulokset voivat hyödyttää eläinoikeusjärjestöjä ympäri maailman. Tulokset voivat hyödyttää muitakin kuin eläinoikeusjärjestöjä ja vegaanihaasteita, sillä ympäristöjärjestöt tekevät töitä ympäristön suojelemiseksi ja monet niistä kannustavat nykyään myös lisäämään kasvisruoan osuutta ruokavaliossa, koska ruokavalinnoilla on suuria ympäristövaikutuksia.

## LÄHTEET

Auvinen, Suvi 2019. Lihan loppu. Kustannusosakeyhtiö Kosmos.

Avoin yliopisto 2020. Leon Festinger (1957): A theory of cognitive dissonance. Helsingin yliopisto. Oppimateriaali. Sosiaalipsykologia. Viitattu 9.4.2020. <https://www.avoin.helsinki.fi/oppimateriaalit/sosiaalipsykologia/festinger.htm>

Faunalytics 2020a. Challenge 22+ Pilot Impact Study. Participants. Viitattu 28.9.2020. <https://faunalytics.org/challenge-22-pilot-impact-study/>

Faunalytics 2020b. Challenge 22+ Pilot Impact Study. Conclusion. Viitattu 28.4.2020. <https://faunalytics.org/challenge-22-pilot-impact-study/>

Fields, Marion 2013. Järjestöarvioinnin ilmansuuntia-opas. Opintokeskus Sivis. Viitattu 15.4.2020. <https://www.ok-sivis.fi/media/ilmansuuntia-materiaali/jarjestoarvioinnin-ilmansuuntia-sivis.pdf>

Gloud, Merikka & Voutilainen, Eeva 2009. Kasvissyöjäksi. Miksi ja miten. Helsinki: Art House Oy.

Heikkilä, Tarja 2014. Tilastollinen tutkimus. 9. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Helkama, Klaus & Myllyniemi, Rauni & Liebkind, Karmela & Ruusuvuori, Johanna & Lönnqvist, Jan-Erik & Hankonen, Nelli & Mähönen, Tuuli Anna & Jasinskaja-Lahti, Inga & Lipponen, Jukka 2016. 10. Uudistettu painos. Johdatus Sosiaalipsykologiaan. (e-kirja) Helsinki: Edita Publishing Oy.

Hebert, Wray 2014. The Meat Paradox: How Carnivores Think About Dinner. APS Association for Psychological Science organization 12.2.2014. Viitattu 4.5.2020. <https://www.psychologicalscience.org/news/were-only-human/the-meat-paradox-how-carnivores-think-about-dinner.html>

Hyttinen, Nina K. 2006. Arviointi avuksi projektityöhön. Helsinki: Sininauhaliitto

Ilkonen, Sanni-Maija 2018. Vegaanihaasteeseen osallistumisen syitä ja haasteen vaikutuksia osallistujien näkökulmasta. Filosofinen tiedekunta. Soveltavan kasvatustieteen ja opettajankoulutuksen osasto. Itä-Suomen yliopisto. Pro gradu. Viitattu 16.4.2020. [https://epublications.uef.fi/pub/urn\\_nbn\\_fi\\_uef-20180683/](https://epublications.uef.fi/pub/urn_nbn_fi_uef-20180683/)

Ikävalko, Kari 2019. Synkkä YK-arvio valmis: Luonnon tila heikentyy nyt ennennäkemättömä vauhtia – kolmannes maapallon luonnosta tuhoutuu vuoteen 2050 mennessä. Uutinen. Yle Uutiset 6.5.2019. Viitattu 14.2.2020. [https://yle.fi/uutiset/3-10768526?fbclid=IwAR3qW8\\_g6h8diT-HoSdxtkhd23ROktswis-gwxARA\\_uOFgIiYAYTTWOjpXJk](https://yle.fi/uutiset/3-10768526?fbclid=IwAR3qW8_g6h8diT-HoSdxtkhd23ROktswis-gwxARA_uOFgIiYAYTTWOjpXJk)

Jallinoja, Piia 2019. Mitä kyselytutkimukset paljastavat kasvisruokavalioiden suosioista Suomessa? Versus 12.11.2019. Viitattu 8.5.2020. <https://www.versuslehti.fi/kriittinen-tila/mita-kyselytutkimukset-paljastavat-kasvisruokavalioiden-suosiosta-suomessa/?fbclid=IwAR0-Hpv14TPZSP2daA1eog-wOt6HXQCLJQRpTZovCFEgHUFYpgAM2r1sEE4s>

Joy, Melanie, PhD. 2011. Why we love dogs, eat pigs and wear cows. An introduction to carnism. San Francisco: Conari Press

Kananen, Jorma 2011. Kvantti. Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu 118. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, Jorma 2019. Opinnäytetyön ja Pro gradun pikaopas. Avain opinnäytetyön ja Pro gradun tekemiseen. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 262. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kuntaliitto 2020. Kuntien yhteystiedot ja vaakunat. Viitattu 2.4.2020. <https://www.kuntaliitto.fi/kunnat>

Koistinen, Antti 2019. Uutinen: Ilmaston lämpeneminen hätyyttelee maa-alueilla jo 1,5 asteen rajaa – Suurraportti: Kasvava ihmiskunta tarvitsee maata ja hotkii liikaa lihaa. Uutinen. Yle Uutiset 8.8.2019. Viitattu 14.2.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-10909039>

Koskinen-Ollongqvist & Pajja & Pantzar & Saikkonen & Savolainen 2009. Näkökulmia järjestöarviointiin. Helsinki: Järvi-hanke. Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto ry, Terveyden edistämisen keskus ry.

Koutonen, Jouni 2020. Viherherätyksen kokenut hampurilaiskeisari Heikki Salmela uskoo, että kasviproteiini on tulevaisuuden pihvi – "Saattaa kuulostaa viherpesulta" Yle uutiset 18.1.2020. Viitattu 6.5.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-11161009>

Leppäniemi, Matti & Hepola, Janne 2019. Asiakkaan osallistuminen – Käsité ja mitaamisen haasteet. Teoksessa Kaisa Pekkala (toim.) & Vilma Luoma-Aho (toim.). ProComma Academic 2019. Osallistuva viestintä. (e-kirja) Helsinki: ProCom - Viestinnän ammattilaiset Ry, 133–145. Viitattu 3.5.2020. [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/302465/procom\\_procomma-academic\\_2019\\_digi-kirja.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/302465/procom_procomma-academic_2019_digi-kirja.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Lihavainen, Lea 2003. Vaikuttava yhdistys. Opintotoiminnan keskusliitto ry.

Manninen, Nea 2018. Veganismi epäpoliittisena ideologiana: retoriset keinot Veganihaasteen uutiskirjeissä. Valtio-oppi. Yhteiskuntatieteiden ja filosofian laitos. Jyväskylän yliopisto. Kandidaatin tutkielma. Viitattu 16.4.2020. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/59700>

Martikainen, Annika 2019. Uutinen: Ravitsemussuositukset kehottavat ensimmäistä kertaa syömään ilmastoystävällistä ruokaa: "Lihaa kannattaa laittaa enemmänkin mausteeksi" Uutinen. Yle Uutiset 17.8.2019. Viitattu 14.2.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-10923631>

Mc Donalds Suomi 2018. Kysy ruoasta. Me vastaamme – Vegaanihaaste. Mainosvideo. YouTube. Viitattu 6.5.2020. <https://www.youtube.com/watch?v=pGN1NuzSaOk>

Muhonen, Mia 2020. Vegaanihaasteen muistio. Ei julkaistu.

Mendez, Jenna 2018. Maistuuko terveellinen ruoka mielestäsi pahalta. Makua voi koulua, kun annat sille 8 viikkoa aikaa. Terveysuutiset. Iltalehti 21.9.2018. Viitattu 6.5.2020. <https://www.iltalehti.fi/terveysuutiset/a/obdoefbb-4a04-4cff-bca7-b7953d9dd53f>

Norris, Jack & Messina, Virginia 2011. Vegan for life. Everything you need to know to be healthy and fit on a plant-based diet. Cambridge: Da Capo Press.

Nivala, Elina & Ryyänen, Sanna 2019. Sosiaalipedagogiikka. Kohti inhimillisempää yhteiskuntaa. (e-kirja) Gaudeamus Oy.

Nuotto, Annika & Lauri, Juho 2020. Osallistuitko sinä vegaanihaasteeseen? MTV Uutiset Live selvitti: Näin tammikuun ruokavaliokampanjat vaikuttivat kuluttajien ruokakoreihin. Uutinen. MTV Uutiset 2.2.2020. Viitattu 3.5.2020. <https://www.mtvuutiset.fi/artikkeli/osallistuitko-sina-vegaanihaasteeseen-mtv-uutiset-live-selvitti-nain-tammikuun-ruokavaliokampanjat-vaikuttivat-kuluttajien-ruokakoreihin/7711726#gs.54yieu>

Oikeutta eläimille 2019. Viitattu 13.3.2019. <https://oikeuttaelaimille.fi/oikeuttaelaimille>

Ojanperä, Sini 2016. Vegaanikin halusi mättöä ja sai oman lihapiirakan – pienen ruokatehtaan riski kannatti. Yle Uutiset 16.2.2016. Viitattu 6.5.2020. <https://yle.fi/uutiset/3-8674746>

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2004. 3. uudistettu painos. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Penttilä, Katariina 2019. Kasvisruokavaliomuutos: valintaa ja muutosta edesauttavat ja vaikeuttavat tekijät. Tampereen yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tiedekunta. Pro gradu -tutkielma. Viitattu 16.4.2020. <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/116059>

Pekkala, Kaisa & Luoma-aho, Vilma 2019. Osallistava viestintä. Teoksessa Kaisa Pekkala (toim.) & Vilma Luoma-Aho (toim.). Procomma Academic 2019. Osallistuva viestintä. (e-kirja) Helsinki: ProCom - Viestinnän ammattilaiset Ry, 15–27. Viitattu 3.5.2020. [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/302465/procom\\_procomma-academic\\_2019\\_digikirja.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/302465/procom_procomma-academic_2019_digikirja.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Saavalainen, Heli 2019. Selvitys laski, mikä ruokavalio on ekologisin Suomessa. Lihaa vähentämällä voidaan tuoreen tutkimuksen mukaan pienentää ruokavalion ilmasto-vaikutusta 40 prosenttia. Uutinen. Helsingin Sanomat 10.5.2019. Viitattu 14.2.2020. <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006100145.html>

Siisiäinen, Martti 2010. Osallistumisen ongelma. Artikkel. Viitattu 3.5.2010. [https://www.researchgate.net/publication/314086767\\_Osallistumisen\\_ongelma](https://www.researchgate.net/publication/314086767_Osallistumisen_ongelma)

Suopajarvi, Leena 2013. Opas projektiarviointiin. Rovaniemi: Lapin yliopiston yhteiskuntatieteiden tiedekunnan julkaisuja C. Työpapereita 55. Viitattu 13.4.2020. <https://www.ulapland.fi/loader.aspx?id=a6d01dd9-baad-408a-a6fb-5e131cf74ef5>

Sundqvist, Inga-Britta, 2003. Keittokirjaklassikko. Kasvissyöjän ruutukokki. Kasvisruokien peruskeittokirja suurille ja pienille talouksille. Yli 350 ruokaohjetta. Helsinki: WSOY

Tietosuojalaki 2018/1050.

Tuominen, Matti 2019. Kysely: Suomalaiset suhtautuvat kasvisruokaan myönteisemmin kuin ruotsalaiset, norjalaiset ja tanskalaiset. Uutinen. Maaseudun tulevaisuus 12.11.2019. Viitattu 8.5.2020. <https://www.maaseuduntulevaisuus.fi/ruoka/artikkeli-1.549945>

Vegaanihaaste 2020a. Viitattu 6.5.2020. <https://vegaanihaaste.fi/>

Vegaanihaaste 2020b. Syöminen, sosiaaliset tilanteet ja tunteet. Viitattu 6.5.2020. <https://vegaanihaaste.fi/syominen-sosiaaliset-tilanteet-ja-tunteet>

Veganuary 2016. 6-Months Survey Results. Faunalytics. Viitattu 8.5.2020. <https://animalcharityevaluators.org/wp-content/uploads/2016/11/Veganuary-results-six-month-follow-up-2016.pdf>

VegFund 2020. Impact Measurement Pilot Results + Recommendations. Viitattu 6.5.2020.

<https://drive.google.com/file/d/1U9gKFA3kac9cgPH35kVJooHcB2dfBti/view>

Virolainen, Jutta. Kulttuuripoliittinen näkökulma osallistumiseen teoksessa Lindholm, Arto (toim.) Ei-kävijästä osalliseksi –osallistuminen, osallistaminen ja osallisuus kulttuurialalla. (e-kirja) Humanistinen ammattikorkeakoulu. Viitattu 10.5.2020. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/101747/978-952-456-219-5%20.pdf?sequence=1>

Virtanen, Petri 2007. Arviointi. Arviointitiedon luonne, tuottaminen ja hyödyntäminen. Helsinki: Edita Publishing Oy

Webropol Insight Käyttöopas 2020. Viitattu 25.4.2020. <https://www.webropolsurveys.com/Manuals/Webropol.Insight.FIN.pdf>

Wikipedia 2020. Kuva: Suomen kunnat vuonna 2020. Suomen kartta. Viitattu 27.4.2020. [https://fi.wikipedia.org/wiki/Suomen\\_kunnat](https://fi.wikipedia.org/wiki/Suomen_kunnat)

Yli-Hynnälä, Enni 2017. Paha punainen. Vegaanihaasteen Facebook-sivun vakuuttamisen keinot. Viestinnän monialainen maisteriohjelma. Vaasan yliopisto. Digitaalisen median Pro gradu -tutkielma. Vaasan Viitattu 16.4.2020. [https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/6698/osuva\\_7463.pdf?sequence=1](https://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/6698/osuva_7463.pdf?sequence=1)

## LIITTEET

### Liite 1. Kysely

# Vegaani- haaste

## Vegaanihaasteen kehittämiskysely

Auta Vegaanihaastetta ja vastaa kyselyyn! Kysely on osa Humanistisen ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä, joka tehdään yhteistyössä Vegaanihaasteen kanssa. Vastauksiasi tullaan hyödyntämään anonyymisti. Kysely tutkii haasteen pitkäaikaisvaikutuksia osallistujien ruokavalioon, sekä asenteita vegaaniruokavaliota kohtaan. Auta Vegaanihaastetta kehittymään vastaamalla kyselyyn viimeistään 17.4.2020. Vastaaminen kestää noin 5 minuuttia. Kyselyn jälkeen voit osallistua myös arvontaan. Opinnäytetyöstä ja kyselystä vastaa Susanna Pesio, Humanistinen ammattikorkeakoulu: [susanna.pesio@humak.fi](mailto:susanna.pesio@humak.fi) Kiitos osallistumisestasi!

### Perustiedot

#### 1. Sukupuoli \*

- nainen  
 mies  
 muu

#### 2. Paikkakunta \*

Valitse ▼

**3. Ikä \***

- Alle 18
- 18-29
- 30-39
- 40-49
- 50-59
- 60-69
- 70-79
- yli 80

**4. Koulutus \***

- Tutkijakoulutus (esim. lisensiaatti, tohtori)
- Ylempi korkeakouluaste (esim. YAMK, maisteri, diplomi-insinööri)
- Alempi korkeakouluaste (ammattikorkeakoulu- ja alemmat yliopistotutkinnot)
- Keskiaste (ammattikoulu, lukio)
- Perusaste (perus-, keski-, ja kansakoulu tai alempi)

**5. Nykyinen pääasiallinen toimi \***

- Johtavassa asemassa, toisen palveluksessa
- Ylempi toimihenkilö
- Alempi toimihenkilö
- Työntekijä
- Yrittäjä tai yksityinen ammatinharjoittaja
- Opiskelija
- Eläkeläinen
- Hoidan kotona lapsia (esim. vanhempainvapaalla)
- Työtön
- Joku muu

## Vegaanihaaste

6. Milloin osallistuit Vegaanihaasteeseen (ensimmäisen kerran)? \*

- 2014
- 2015
- 2016
- 2017
- 2018
- 2019
- 2020

7. Monta kertaa olet osallistunut Vegaanihaasteeseen? \*

Valitse ▼

Valitse

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10 tai enemmän

Pääsin vegaaninen

Jos ei ollut ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista? \*



**7. Monta kertaa olet osallistunut Vegaanihaasteeseen? \***

2 ▼

**8. Miksi olet osallistunut useasti Vegaanihaasteeseen? \***

Voit valita usean vaihtoehdon.

- Halusin saada uusia reseptejä.
- Halusin saada lisää tietoa vegaaniruokavaliosta.
- Yhteisöllisyys muiden osallistujien kanssa.
- Halusin osallistua uudelleen, jotta saisin lisää tukea vegaaniruokavalioon siirtymiseen.
- Halusin Vegaanihaasteen kestävän pidemmän aikaa.
- Halusin saada tuutorin pidemmäksi aikaa.
- En onnistunut haluamassani ruokavaliomuutoksessa edellisellä kerralla, joten yritän uudestaan.
- Halusin saada Vegaanihaasteen uutiskirjeitä.
- Vähennän vähitellen eläintuotteiden käyttöä.
- Muu syy

**9. Koitko useamman osallistumiskerran hyödylliseksi itsellesi? \***

- Kyllä
- Ei

## Ruokavalio

10. Millainen ruokavaliosi oli ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista? \*

- Vegaaninen
- Pääosin vegaaninen
- Kasvisruokavalio (voi sisältää kananmunaa ja / tai maitotuotteita)
- Kala-kasvisruoka (voi sisältää kananmunaa ja / tai maitotuotteita)
- Sekaruokavalio

11. Millaista ruokavaliota noudatit (ensimmäisen) Vegaanihaasteen aikana? \*

- Vegaanista
- Pääosin vegaanista
- Kasvisruokavaliota (voi sisältää kananmunaa ja / tai maitotuotteita)
- Kala-kasvisruoka (voi sisältää kananmunaa ja / tai maitotuotteita)
- Sekaruokavalio

12. Millainen ruokavaliosi on nyt? \*

- Vegaaninen
- Pääosin vegaaninen
- Kasvisruokavalio (voi sisältää kananmunaa ja / tai maitotuotteita)
- Kala-kasvisruoka (voi sisältää kananmunaa ja / tai maitotuotteita)
- Sekaruokavalio

### 13. Mistä syistä ruokavaliosi on nykyisenlainen? \*

Voit valita usean vaihtoehdon.

- Herkulliset ruoat
- Eläinten oikeudet
- Terveys
- Ympäristöystävällisyys
- Ilmastonmuutos
- Sosiaalinen oikeudenmukaisuus
- Totutut tavat

### Asenteet

### 15. Miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa sinuun yhä? \*

Voit valita usean vaihtoehdon.

- Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista ilmastonmuutokseen.
- Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista ympäristöön.
- Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista terveyteen.
- Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista eläinten oikeuksiin.
- Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen.
- Jaan tietoa eläinten oikeuksista sosiaalisessa mediassa.
- Jaan tietoa/ kokemuksia/ kuvia vegaanisesta ruoasta sosiaalisessa mediassa.
- Lahjoitin/ lahjoitan rahaa eläinoikeus- tai eläinsuojelujärjestölle tai eläinten turvakodille.
- Teen vapaaehtoistöitä eläinoikeusjärjestössä tai eläinsuojelujärjestössä.
- Teen vapaaehtoistöitä eläinten turvakodissa.
- Pyrin aktiivisesti edistämään vegaanisen ruoan valtavirtaistumista yhteiskunnassa.
- Olen houkutellettu jonkun osallistumaan Vegaanihaasteeseen.
- Olen suositellut Vegaanihaastetta jollekin.
- Olen vähentänyt eläinperäisiä tuotteita ruokavaliossani.
- Olen vähentänyt lihansyöntiä.
- Vegaanihaaste ei vaikuta elämäni nykyään lainkaan.

**16. Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herätti sinussa ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista? \***

Valitse parhaiten mieltäpidettäsi kuvaava vaihtoehto

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Pidin vegaaniruokavaliota helppona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla oli positiivinen näkemys vegaaniruokavaliosta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelin vegaanisen ruoan olevan hyvänmakuista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelin vegaanisen ruoanlaiton olevan helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelin vegaaniruokavalion voivan vaikuttaa positiivisesti sosiaaliseen kanssakäymiseen muiden kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelin vegaanisten tuotteiden löytämisen kaupasta olevan helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelin ulkona/ ravintolassa syömisen olevan helppoa vegaanisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelin ruokavaliomuutoksen vegaaniseksi olevan helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**17. Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herättää sinussa nyt? \***

Valitse parhaiten mieltäpidettäsi kuvaava vaihtoehto.

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä
Pidän vegaaniruokavaliota helppona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulla on positiivinen näkemys vegaaniruokavaliosta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelen vegaanisen ruoan olevan hyvänmakuista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelen vegaanisen ruoanlaiton olevan helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelen vegaaniruokavalion voivan vaikuttaa positiivisesti sosiaaliseen kanssakäymiseen muiden kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelen vegaanisten tuotteiden löytämisen kaupasta olevan helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelen ulkona/ ravintolassa syömisen olevan helppoa vegaanisesti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ajattelen ruokavaliomuutoksen vegaaniseksi olevan helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### 18. Kuinka tyytyväinen olet Vegaanihaasteen eri osa-alueisiin? \*

Valitse parhaiten mielipidettäsi kuvaava vaihtoehto

	Erittäin tyytyväinen	Jokseenkin tyytyväinen	Jokseenkin tyytymätön	Erittäin tyytymätön	En ole käyttänyt eli ei kokemusta
Vegaanihaasteen uutiskirje	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegaanihaasteen Facebook-ryhmä osallistujille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegaanihaasteen Facebook-sivu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegaanihaasteen Instagram	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegaanihaasteen nettisivut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegaanihaasteen reseptipankki	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus saada tuutori	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook-sivun kauppakierroslivevideot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegaanihaaste-kiertueen luento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kokkausvideot kaupassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegaanihaasteen podcast	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vegaaniskanneri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**HUMANISTINEN  
AMMATTIKORKEAKOULU**

**Kiitos vastauksistasi.**

**Voit osallistua arvontaan lomakkeen lähettämisen jälkeen!**

Lähetä

100% Valmis

# Vegaani- haaste

## Arvonta

Osallistu arvontaan ja voita 20 € lahjakortti Vegekaupan nettikauppaan tai kirjoja: Lihan loppu, Vegaanihaaste, Puputyön juhkakirja, Vegesato! ja Härkäpapua sarvista.

Yhteystietojasi ei voida yhdistää kyselyyn. Yhteystiedot säilytetään luottamuksellisesti ja hävitetään, kun arvonta on suoritettu. Voittajille ilmoitetaan henkilökohtaisesti huhtikuussa 2020.

### Yhteystiedot

Etunimi \*

Sähköposti \*

Sähköposti uudestaan \*

Lähetä

# Vegaani- haaste

Onnea arvontaan!



Kysely luotu Webropolilla  
Klikkaa tästä ja lue lisää

Liite 2. Tulokset-osiossa mainitut taulukot.

TAULUKKO 1: Sukupuoli. N=4 198

<b>Sukupuoli</b>		
	N	4198 %
nainen	3866	92,09 %
mies	259	6,17 %
muu	73	1,74 %
Yht.	4198	100,00 %

TAULUKKO 2: Ikä. N=4 198

<b>Ikä</b>		
	N	4198 %
Alle 18	111	2,65 %
18-29	1243	29,61 %
30-39	1048	24,97 %
40-49	762	18,15 %
50-59	637	15,17 %
60-69	336	8 %
70-79	60	1,43 %
yli 80	1	0,02 %
Yht.	4198	100 %

TAULUKKO 3: Milloin osallistuit Vegaanihaasteeseen (ensimmäisen kerran)? N=4 198

<b>Milloin osallistuit Vegaanihaasteeseen (ensimmäisen kerran)?</b>		
	N	4198 %
2014	126	3 %
2015	212	5,05 %
2016	339	8,08 %
2017	506	12,05 %
2018	858	20,44 %
2019	1096	26,11 %
2020	1061	25,27 %
Yht.	4198	100 %

TAULUKKO 4: Miten tyytyväinen olet Vegaanihaasteen eri osa-alueisiin? N=4 198

<b>Kuinka tyytyväinen olet Vegaanihaasteen eri osa-alueisiin?</b>						
	N	Erittäin tyytyväinen %	Jokseenkin tyytyväinen %	Jokseenkin tyytymätön %	Erittäin tyytymätön %	En ole käyttänyt eli ei kokemusta %
Vegaanihaasteen uutiskirje	4198	57,69 %	38,09 %	1,93 %	0,22 %	2,07 %
Vegaanihaasteen Facebook-ryhmä osallistujille	4198	24,80 %	23,92 %	1,81 %	0,33 %	49,14 %
Vegaanihaasteen Facebook-sivu	4198	21,87 %	26,01 %	1,31 %	0,14 %	50,67 %
Vegaanihaasteen Instagram	4198	11,62 %	15,22 %	1,10 %	0,10 %	71,96 %
Vegaanihaasteen nettisivut	4198	34,18 %	37,73 %	2,22 %	0,21 %	25,66 %
Vegaanihaasteen reseptipankki	4198	51,93 %	34,49 %	3,76 %	0,48 %	9,34 %
Mahdollisuus saada tuutori	4198	23,49 %	11,51 %	1,40 %	0,38 %	63,22 %
Facebook-sivun kauppakierroslivevideot	3015	10,95 %	9,78 %	0,86 %	0,17 %	78,24 %
Vegaanihaaste-kiertueen luento	3015	8,16 %	5,80 %	0,83 %	0,23 %	84,98 %
Kokkausvideot kaupassa	1061	5,56 %	5,56 %	0,85 %	0,09 %	87,94 %
Vegaanihaasteen podcast	1061	5,56 %	6,41 %	1,04 %	0,57 %	86,43 %
Vegaaniskanneri	1061	15,46 %	11,03 %	0,75 %	0,19 %	72,57 %



TAULUKKO 5: Osallistuminen eri paikkakunnilta kyselyyn. N=4 198

<b>Osallistuminen kyselyyn eri paikkakunnilta Suomesta</b>	
	kunnat
Kunnat, joissa Vegaanihaasteen osallistuneita	226
Kunnat, joissa ei Vegaanihaasteeseen osallistuneita	84
<b>Yht.</b>	<b>310</b>

TAULUKKO 6: Eniten kyselyyn vastaajia paikkakunnalla

<b>Paikkakunnat</b>		
	N	4198 %
Helsinki	911	21,70 %
Tampere	362	8,62 %
Turku	262	6,24 %
Espoo	243	5,79 %
Oulu	197	4,69 %
Jyväskylä	167	3,98 %
Vantaa	182	4,34 %
Lahti	99	2,36 %
Kuopio	91	2,17 %
Joensuu	84	2 %
Hämeenlinna	51	1,22 %
Lappeenranta	49	1,17 %
Vaasa	48	1,14 %
Hyvinkää	45	1,07 %
Kouvola	42	1 %
Rovaniemi	40	0,95 %
Pori	39	0,93 %
Muut	1215	28,98 %
Asun ulkomailta	71	1,70 %
<b>Yht.</b>	<b>4198</b>	<b>100 %</b>

TAULUKKO 7: Miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa sinuun yhä? Vastaaaja pysyi valitsemaan useita vaihtoehtoja, joita valittiin 23 933. N=4 198.

<b>Miten Vegaanihaasteeseen osallistuminen vaikuttaa sinuun yhä?</b>		
	N	4198 %
Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista ilmastonmuutokseen.	2820	67,17 %
Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista ympäristöön.	2868	68,32 %
Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista terveyteen.	3054	72,75 %
Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista eläinten oikeuksiin.	2678	63,79 %
Olen kiinnostunut vegaaniruokavalion vaikutuksista sosiaaliseen oikeudenmukaisuuteen.	1202	28,63 %
Jaan tietoa eläinten oikeuksista sosiaalisessa mediassa.	689	16,41 %
Jaan tietoa/ kokemuksia/ kuvia vegaanisesta ruoasta sosiaalisessa mediassa.	951	22,65 %
Lahjoitin/ lahjoitan rahaa eläinoikeus- tai eläinsuojelujärjestölle tai eläinten turvakodille.	856	20,39 %
Teen vapaaehtoistöitä eläinoikeusjärjestössä tai eläinsuojelujärjestössä.	109	2,60 %
Teen vapaaehtoistöitä eläinten turvakodissa.	33	0,79 %
Pyrin aktiivisesti edistämään vegaanisen ruoan valtavirtaistumista yhteiskunnassa.	744	17,72 %
Olen houkutellut jonkun osallistumaan Vegaanihaasteeseen.	1118	26,63 %
Olen suositellut Vegaanihaastetta jollekin.	2268	54,03 %
Olen vähentänyt eläinperäisiä tuotteita ruokavaliossani.	2532	60,31 %
Olen vähentänyt lihansyöntiä.	1860	44,31 %
Vegaanihaaste ei vaikuta elämäni nykyään lainkaan.	151	3,60 %
<b>Yhteensä</b>	<b>4198</b>	<b>100 %</b>

TAULUKKO 8: Miksi olet osallistunut useasti Vegaanihaasteeseen? N=1 817 Vastaajat pystyivät valitsemaan useita vaihtoehtoja.

	N	1817 %
Halusin saada uusia reseptejä.	1483	81,62 %
Halusin saada lisää tietoa vegaaniruokavaliosta.	929	51,13 %
Yhteisöllisyys muiden osallistujien kanssa.	263	14,47 %
Halusin osallistua uudelleen, jotta saisin lisää tukea vegaaniruokavaliioon siirtymiseen.	508	27,96 %
Halusin Vegaanihaasteen kestävän pidemmän aikaa.	191	10,51 %
Halusin saada tuutorin pidemmäksi aikaa.	13	0,72 %
En onnistunut haluamassani ruokavaliomuutoksessa edellisellä kerralla, joten yritän uudestaan.	192	10,57 %
Halusin saada Vegaanihaasteen uutiskirjeitä.	689	37,92 %
Vähennän vähitellen eläintuotteiden käyttöä.	695	38,25 %
Muu syy	107	5,89 %
<b>Yhteensä</b>	<b>1817</b>	<b>100 %</b>

TAULUKKO 9: Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herätti sinussa ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista? N=4 198

Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herätti sinussa ennen ensimmäiseen Vegaanihaasteeseen osallistumista?							
	N	Täysin samaa mieltä (1)	Jokseenkin samaa mieltä (2)	Jokseenkin eri mieltä (3)	Täysin eri mieltä (4)	keskiarvo	mediaani
Pidin vegaaniruokavaliota helppona	4198	525	1651	1561	461	2,47	2
Minulla oli positiivinen näkemys vegaaniruokavaliosta	4198	1948	1829	389	32	1,64	2
Ajattelin vegaanisen ruoan olevan hyvänmakuista	4198	1638	1867	630	63	1,79	2
Ajattelin vegaanisen ruoanlaiton olevan helppoa	4198	649	1653	1538	358	2,38	2
Ajattelin vegaaniruokavalion voivan vaikuttaa positiivisesti sosiaaliseen kanssakäymiseen muiden kanssa	4198	180	1035	2143	840	2,87	3
Ajattelin vegaanisten tuotteiden löytämisen kaupasta olevan helppoa	4198	529	1688	1634	347	2,43	2
Ajattelin ulkona/ ravintolassa syömisen olevan helppoa vegaanisesti	4198	204	1029	2122	843	2,86	3
Ajattelin ruokavaliomuutoksen vegaaniseksi olevan helppoa	4198	396	1446	1692	664	2,63	3

TAULUKKO 10: Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herätti sinussa ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista? N=4 198

<b>Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herätti sinussa ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista?</b>					
	N	Täysin samaa mieltä %	Jokseenkin samaa mieltä %	Jokseenkin eri mieltä %	Täysin eri mieltä %
Pidin vegaaniruokavaliota helppona	4198	12,51 %	39,33 %	37,18 %	10,98 %
Minulla oli positiivinen näkemys vegaaniruokavaliosta	4198	46,40 %	43,57 %	9,27 %	0,76 %
Ajattelin vegaanisen ruoan olevan hyvänmakuista	4198	39,02 %	44,47 %	15,01 %	1,50 %
Ajattelin vegaanisen ruoanlaiton olevan helppoa	4198	15,46 %	39,37 %	36,64 %	8,53 %
Ajattelin vegaaniruokavalion voivan vaikuttaa positiivisesti sosiaaliseen kanssakäymiseen muiden kanssa	4198	4,29 %	24,65 %	51,05 %	20,01 %
Ajattelin vegaanisten tuotteiden löytämisen kaupasta olevan helppoa	4198	12,60 %	40,21 %	38,92 %	8,27 %
Ajattelin ulkona/ ravintolassa syömisen olevan helppoa vegaanisesti	4198	4,86 %	24,51 %	50,55 %	20,08 %
Ajattelin ruokavaliomuutoksen vegaaniseksi olevan helppoa	4198	9,43 %	34,45 %	40,30 %	15,82 %

TAULUKKO 11: Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herättää sinussa nyt? N= 4198

Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herättää sinussa nyt?							
	N	Täysin samaa mieltä (1)	Jokseenkin samaa mieltä (2)	Jokseenkin eri mieltä (3)	Täysin eri mieltä (4)	keskiarvo	mediaani
Pidän vegaaniruokavaliota helppona	4198	1459	1965	686	88	1,86	2
Minulla on positiivinen näkemys vegaaniruokavaliosta	4198	3119	987	83	9	1,28	1
Ajattelen vegaanisen ruoan olevan hyvänmakuista	4198	2900	1171	115	12	1,34	1
Ajattelen vegaanisen ruoanlaiton olevan helppoa	4198	1941	1764	438	55	1,67	2
Ajattelen vegaaniruokavalion voivan vaikuttaa positiivisesti sosiaaliseen kanssakäymiseen muiden kanssa	4198	414	1705	1711	368	2,48	2
Ajattelen vegaanisten tuotteiden löytämisen kaupasta olevan helppoa	4198	1570	2033	547	48	1,78	2
Ajattelen ulkona/ravintolassa syömisen olevan helppoa vegaanisesti	4198	581	2026	1344	247	2,30	2
Ajattelen ruokavaliomuutoksen vegaaniseksi olevan helppoa	4198	1089	1873	1055	181	2,08	2

TAULUKKO 12: Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herättää sinussa nyt? N= 4198

<b>Millaisia ajatuksia vegaaniruokavalio herättää sinussa nyt?</b>					
	N	Täysin samaa mieltä %	Jokseenkin samaa mieltä %	Jokseenkin eri mieltä %	Täysin eri mieltä %
Pidän vegaaniruokavaliota helppona	4198	34,75 %	46,81 %	16,34 %	2,10 %
Minulla on positiivinen näkemys vegaaniruokavaliosta	4198	74,30 %	23,51 %	1,98 %	0,21 %
Ajattelen vegaanisen ruoan olevan hyvänmakuista	4198	69,08 %	27,89 %	2,74 %	0,29 %
Ajattelen vegaanisen ruoanlaiton olevan helppoa	4198	46,24 %	42,02 %	10,43 %	1,31 %
Ajattelen vegaaniruokavalion voivan vaikuttaa positiivisesti sosiaaliseen kanssakäymiseen muiden kanssa	4198	9,86 %	40,61 %	40,76 %	8,77 %
Ajattelen vegaanisten tuotteiden löytämisen kaupasta olevan helppoa	4198	37,40 %	48,43 %	13,03 %	1,14 %
Ajattelen ulkona/ ravintolassa syömisen olevan helppoa vegaanisesti	4198	13,84 %	48,26 %	32,02 %	5,88 %
Ajattelen ruokavaliomuutoksen vegaaniseksi olevan helppoa	4198	25,94 %	44,62 %	25,13 %	4,31 %

TAULUKKO 13: Millainen ruokavaliosi oli ennen (ensimmäiseen) Vegaanihaasteeseen osallistumista? N=4 198

<b>Millainen ruokavaliosi oli ennen ensimmäiseen Vegaanihaasteeseen osallistumista?</b>		
	N	4198 %
Vegaaninen	213	5,07 %
Pääosin vegaaninen	301	7,17 %
Kasvisruokavalio	739	17,60 %
Kala-kasvisruokavalio	957	22,80 %
Sekaruokavalio	1988	47,36 %
Yhteensä	4198	100,00 %

TAULUKKO 14: Millaista ruokavaliota noudatit ensimmäisen Vegaanihaasteen aikana? N=4 198

<b>Millaista ruokavaliota noudatit ensimmäisen Vegaanihaasteen aikana?</b>		
	N	4198 %
Vegaaninen	1405	33,47 %
Pääosin vegaaninen	1277	30,42 %
Kasvisruokavalio	566	13,48 %
Kala-kasvisruokavalio	503	11,98 %
Sekaruokavalio	447	10,65 %
Yhteensä	4198	100,00 %





TAULUKKO 17: Ruokavalio ennen haastetta ja sen vaikutus haasteen aikaiseen ruokavalioon.  
Korrelaatio R 0,44 ja Po. N= 4 198.

<b>Ruokavalio ennen Vegaanihaastetta</b>						
N=	Vegaaninen	Pääosin vegaaninen	Kasvis-ruokavalio	Kala-kasvisruokavalio	Seka-ruokavalio	Kaikki
<b>Ruokavalio Vegaanihaasteen aikana</b>	213	301	739	957	1 988	4 198
Vegaaninen	201	146	320	292	446	1405
Pääosin vegaaninen	7	142	313	345	470	1277
Kasvisruokavalio	3	5	100	133	325	566
Kala-kasvisruokavalio	1	5	3	176	318	503
Sekaruokavalio	1	3	3	11	429	447

TAULUKKO 18: Ennen Vegaanihaastetta olleen ruokavalion vaikutus nykyiseen ruokavalioon.  
Korrelaatio R 0,56 ja Po. N=4 198

<b>Ruokavalio ennen Vegaanihaastetta</b>						
N=	Vegaaninen	Pääosin vegaaninen	Kasvis-ruokavalio	Kala-kasvisruokavalio	Seka-ruokavalio	Kaikki
<b>Nykyinen ruokavalio</b>	213	301	739	957	1 988	4 198
Vegaaninen	199	97	241	152	213	902
Pääosin vegaaninen	7	182	279	266	297	1031
Kasvisruokavalio	3	6	184	122	199	514
Kala-kasvisruokavalio	2	10	25	407	433	877
Sekaruokavalio	2	6	10	10	846	874

TAULUKKO 19: Haasteen aikaisen ruokavalion vaikutus nykyiseen ruokavalioon. Korrelaatio R 0,57 ja Po. N=4 198

<b>Ruokavalio Vegaanihaasteen aikana</b>						
N=	Vegaaninen	Pääosin vegaaninen	Kasvis-ruokavalio	Kala-kasvisruokavalio	Seka-ruokavalio	Kaikki
<b>Nykyinen ruokavalio</b>	1 405	1 277	566	503	447	4 198
Vegaaninen	680	172	30	10	10	902
Pääosin vegaaninen	361	514	84	53	19	1031
Kasvisruokavalio	88	214	166	38	8	514
Kala-kasvisruokavalio	152	233	160	289	43	877
Sekaruokavalio	124	144	126	113	367	874

TAULUKKO 20: Mistä syistä ruokavaliosi on nykyisenlainen? Vastausvaihtoehtoja valittiin 14 815. N=4 198

<b>Mistä syistä ruokavaliosi on nykyisenlainen?</b>		
	N	4198 %
Herkulliset ruoat	2142	51,02 %
Eläinten oikeudet	2438	58,08 %
Terveys	2682	63,89 %
Ympäristöystävällisyys	2668	63,55 %
Ilmastonmuutos	2370	56,46 %
Sosiaalinen oikeudenmukaisuus	822	19,58 %
Totutut tavat	1693	40,33 %
Yhteensä	4198	100 %

TAULUKKO 21: Mitkä tekijät vaikuttivat siihen, ettet ryhtynyt vegaaniksi? N=3 296, vastausvaihtoehtoja valittiin yhteensä 8 056, niitä pystyi valitsemaan useita.

<b>Mitkä tekijät vaikuttivat siihen, ettet ryhtynyt vegaaniksi?</b>		
	N	3296 %
Käyttämilleni eläintuotteille on haastavaa löytää korvaavia vaihtoehtoja.	758	23 %
Eri ruokien valmistaminen on hankalaa, sillä osa perheenjäsenistä haluaa syödä eläintuotteita.	954	28,94 %
Sukulaiseni, ystäväni tai muut minulle merkittävät ihmiset eivät hyväksy vegaaniruokavaliotani.	118	3,58 %
Koen vaikeaksi kieltäytyä eläintuotteita sisältävistä tarjoiluista, kun käyn kylässä.	936	28,40 %
Ulkona syöminen on hankalaa, koska kaikkialla ei ole vegaanisia vaihtoehtoja saatavilla.	631	19,14 %
Allergiani, sairauteni tai ruokarajoitteeni tekevät vegaaniruokavalion hankalaksi.	493	14,96 %
Minulla ei ole tarpeeksi tietoa ravitsemuksesta.	436	13,23 %
En halua luopua pitämistäni eläinperäisistä tuotteista.	701	21,27 %
Erilaisen ruoanlaittotavan opettelu on liian työlästä.	257	7,80 %
Koen urheilun vegaaniruokavaliolla haastavaksi.	150	4,55 %
Tavoitteeni ei ollut ryhtyä vegaaniksi, vaan kokeilla vegaaniruokavaliota.	736	22,33 %
Tavoitteeni ei ollut ryhtyä vegaaniksi, vaan lisätä kasvisruoan osuutta ruokavaliossani.	1397	42,38 %
Joku muu	489	14,84 %
<b>Yhteensä</b>	<b>3296</b>	<b>100 %</b>