



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Kati Toivonen

LÄHIÖRAVINTOLA – JULKINEN OLOHUONE

Liiketalous ja matkailu
2015

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalous ja matkailu

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Kati Toivonen
Opinnäytetyön nimi	Lähiöravintola – julkinen olohuone
Vuosi	2015
Kieli	suomi
Sivumäärä	37 + 1 liite
Ohjaaja	Helena Alamäki

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan case-yritys Bar & Cafe Perätuvan asiakkaiden mielipiteitä liikkeestä ja sitä miksi he siellä käyvät. Tavoitteena on myös kartoittaa yrityksen ja asiakkaiden sosiaalista puolta.

Työn teoriaosuus käsittelee lähiöravintolakonseptia, keskiolutkulttuuria sekä alkoholi- ja ravintolapolitiikan muutoksia 1900-luvulla. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimustapaa ja tutkimus suoritettiin kyselylomakkeiden avulla. Kyselyyn saatiin 99 käyttökelpoista vastausta.

Tutkimuksessa tuli hyvin selville Bar & Cafe Perätuvan sosiaalinen puoli. Humaltumista ei pidetty paikassa läheskään yhtä tärkeänä kuin esimerkiksi ajanviettoa ystävien kanssa sekä mukavaa ilmapiiriä. Avoimessa kysymysosiossa vastaajat harmittelivat omistajien päätöstä lopettaa baarinpito ja toivoivat suuresti, että jatkaja löytyisi.

Avainsanat lähiöravintola, keskiolutkulttuuri, anniskeluravintolapolitiikka

VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
Liiketalous ja matkailu

ABSTRACT

Author	Kati Toivonen
Title	A Suburban Restaurant – Public Living Room
Year	2015
Language	Finnish
Pages	37 + 1 Appendice
Name of Supervisor	Helena Alamäki

This thesis is a survey about the case company Bar & Cafe Perätupa and its customers' opinions about it. The aim was to find out why customers visit the restaurant and map out the company's and its customers' social aspects.

The theoretical section of this thesis presents the suburban restaurant-concept, beer culture and changes in alcohol and restaurant politics in the 20th century. The quantitative research method was used to carry out the research. The research data was collected with the help of questionnaires and 99 eligible responses were received in total.

In the study the social aspects of Bar & Cafe Perätupa were apparent. Getting drunk was not even closely as important in the restaurant as, for example, spending time with friends in a cozy atmosphere. In the open question section the responders were displeased because of the owners' decision to stop running the bar. They also hoped that someone else would continue running it.

Keywords suburban restaurant, beer culture, serving restaurant politics

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO.....	6
2	CASE-YRITYS BAR & CAFE PERÄTUPA.....	8
3	ANNISKELURAVINTOLOIDEN HISTORIA.....	10
	3.1 Ravintoloiden alun aika	10
	3.2 Uuden väkijuomalain alkuvuodet	11
	3.3 Sodan ja säännöstelyn aikaan.....	12
	3.4 Anniskelubyrokratian aika ja siitä nouseminen	13
	3.5 Keskiolutilaki ja uusi alkoholilaki 1969	14
	3.6 Muutosten aika.....	14
	3.7 Nykyaikaan tultaessa	15
4	LÄHIÖRAVINTOLA	16
	4.1 Keskiolutkulttuuri	16
	4.2 Lähiöravintolan historia	16
	4.3 Maine	17
	4.4 Kanta-asiakkaat.....	18
	4.5 Ikä- ja sukupuoli jakauma.....	19
	4.6 Tarjoilijan merkitys.....	19
5	EMPIIRINEN TUTKIMUS	21
	5.1 Tutkimusmenetelmä.....	21
	5.2 Toteutustapa.....	21
	5.3 Validiteetti, reliabiliteetti, objektiivisuus.....	22
6	TULOKSET	24
	6.1 Asiointitiheys	25
	6.2 Kenen kanssa ja miksi.....	28
	6.3 Sosiaaliset tekijät	29
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	33
8	TUTKIMUKSEN ONNISTUMINEN.....	35
	LÄHTEET.....	37
	LIITTEET	

KUVIO- JA TAULUKKOLUETTELO

Kuvio 1. Vastaajien käyntiaika vuosina Bar & Cafe Perätuvassa.	s. 25
Kuvio 2. Asiointi tiheys Bar & Cafe Perätuvassa aiemmin.	s. 26
Kuvio 3. Entiset käyntiajat Bar & Cafe Perätuvassa.	s. 27
Kuvio 4. Nykyiset käyntiajat Bar & Cafe Perätuvassa.	s. 27
Kuvio 5. Vastaajien käyntitiheys Bar & Cafe Perätuvassa.	s. 28
Kuvio 6. Syyt asioida Bar & Cafe Perätuvassa.	s. 29
Kuvio 7. Bar & Cafe Perätuvan vaikutukset vastaajien sosiaaliseen elämään.	s. 30
Kuvio 8. Bar & Cafe Perätuvan sulkeutumisen vaikutukset sosiaaliseen elämään.	s. 31

LIITELUETTELO**LIITE 1. Kyselylomake**

1 JOHDANTO

Tällä hetkellä Suomessa tapahtuu kuntaliittymiä ja kaikki palvelut pyritään keskitämään isompiin kaupunkeihin. Pienistä kylistä poistuvat pikkuhiljaa terveystalvet, koulut ja kioskit. Lähiöravintolat ovat silti pitäneet yhä pintansa, sillä alkoholijuonti ei koskaan lopu. Vasta silloin, kun kyläläiset alkavat yhdessä muuttaa kaupunkeihin, alkavat lähiöravintolat poistua kylistä. Lähiöravintoloita löytyy maaseudun lisäksi myös suurempien kaupunkien lähiöistä ja kaupunginosista. Varsinkin maaseudulla lähiöravintoloilla on tärkeä tehtävä. Ne toimivat rentoutumis- ja kokoontumispaikkoina, joissa voidaan tavata ystäviä ja vaihtaa kuuluisia. Niissä kylän yhteisiä asioita voidaan puida läpi ja ”parantaa maailmaa”. Jo kymmenien vuosien ajan lähiöravintoloita tai keskiolutbaareja onkin sanottu ”toiseksi olohuoneeksi”. Tämä pitää suurelta osin paikkansa yhä tänäkin päivänä. Asiakaskunta ja alkoholilait ovat vuosien varrella hieman muuttuneet, mutta lähiöravintola on säilyttänyt paikkansa ja sillä on yhä kysyntää, joka ei ole edelleenkaan hiipumassa. (Lähdetuoma 2013)

Alkoholipolitiikan vaikutukset lähiöravintolan toimintaan ovat olleet suuret vuosien varrella. Alkoholien kuluttamistavat sekä alkoholilait ovat kokeneet suuria muutoksia. Keskioluen vapauttamisen vuosi 1969 oli suurin tekijä lähiöravintoloiden lisääntymiselle. Tällöin ravintoloiden kasvu räjähti käsiin ja alkoholien kulutus kasvoi huomattavasti. Sen jälkeen alkoholien saantia on pyritty vaikeuttamaan jatkuvasti ja samaan tähdätään yhä tänäkin päivänä. (Sillanpää 2002, 118–119; MaRa ry 2014)

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia mielikuvia koskien lähiöravintola Bar & Cafe Perätupaa. Tutkimusongelmana on, miten kyläläiset näkevät ja kokevat Bar & Cafe Perätuvan. Tutkimuskysymyksiä ovat:

1. Miksi Bar & Cafe Perätuvassa käydään?
2. Mitkä asiat Bar & Cafe Perätuvassa ovat kyläläisille tärkeimpiä?

Työn tavoitteena on saada vastaukset näihin tutkimuskysymyksiin ja hahmottaa tutkimuskohteen sosiaalista puolta ja asiakkaiden mielipiteitä kyseisestä paikasta. Pyritään myös selvittämään, millainen merkitys baarikahvilalla on kyläläisille.

Työ koostuu sekä teoreettisesta että empiirisestä osasta, joka suoritetaan määrällisenä tutkimuksena. Tutkimusta varten on luotu kyselylomakkeet, joiden avulla saadaan selville ravintolan asiakkaiden mielipiteitä. Työn teoriaosassa käsitellään lähiöravintolakonseptia, keskiolutkulttuuria sekä alkoholi- ja ravintolapolitiikan muutoksia 1900-luvulla.

Tutkimustyöllä ei ole toimeksiantajaa, vaan Bar & Cafe Perätuvassa suoritetaan ainoastaan case-tutkimus, oman kiinnostuksen takia. Aihetta ei ole kyseisessä paikassa koskaan tutkittu ja voidaan lähdemateriaalin puuttuvuuden takia päätellä, ettei koko Suomessa kovin laajasti pariin kymmeneen vuoteen. Tämän ajan sisällä asiat ovat muuttuneet huomattavasti, joten tutkimuksella voi olla myös uutuusarvoa. Case-tutkimuksen baarikahvilan omistajat ovat lopettamassa liiketoimintaa, joten tästä työstä on suurta hyötyä jatkajalle. Työstä voidaan päätellä tuottavat aukioloajat ja millainen asiakaskunta tavallisesti on.

2 CASE-YRITYS BAR & CAFE PERÄTUPA

Bar & Cafe Perätupa on Seinäjoen Peräseinäjoella toimiva kyläbaari. Peräseinäjoen on maaseutukylä, joka on sittemmin liittynyt Seinäjoen kaupunkiin. Peräseinäjoen alueella on muutama tuhat asukasta ja palvelujen määrä on erittäin vähäinen. Keskellä kylää toimiva Perätupa on ollut paikallaan vuodesta 1965 ja se toimii yhä ihmisten kohtaamispaikkana ja toisena olohuoneena. Vuonna 2014 Bar & Cafe Perätupa äänestettiin Radio Rockin järjestämässä kilpailussa Suomen parhaaksi baariksi, jossa ääniä jaettiin kaikkien baarien kesken lähes 11 000.

Omistajia baari Perätuvalla ei pitkästä historiastaan huolimatta ole ollut montaa. Baarin alkuperäinen avaaja piti liikettä vain noin vuoden verran, jonka jälkeen hänen tilalleen siirtynyt nainen omisti ja työskenteli baarissa yli 30 vuotta, omaan eläkeikänsä saakka. Sen jälkeen nuorempi pariskunta siirtyi johtamaan liikettä, aluksi yhdessä ja myöhemmin vain naisomistaja jäi liikkeeseen. 2010 vuoteen tullessa nainen myi baarin vanhalle kumppanilleen, joka piti sitä pystyssä vaimonsa kanssa tähän vuoteen saakka. Henkilökuntaa ei omistajien lisäksi ole paljoa ollut, yksi tai enintään kaksi kiireapulaista kaikilla omistajilla.

Aukioloajat ovat vuosien varrella vaihdelleet, mutta lähes aina baari on ollut avoinna asiakkaille viikon jokaisena päivänä. Välillä arkipäivisin on tarjottu myös lounasta, mutta pääasiassa paikka on toiminut koko historiansa ajan baari-kahvilana. Muutaman viime vuoden ajan liike on ollut auki vain viikonloppuisin, sillä omistajapariskunnalla ei ollut enää aikaa panostaa paikkaan viikolla.

Myyntioikeuksina on lähes koko historian toimineet C-oikeudet. Tällöin kalja virtasi hanoista tiheään tahtiin. Tähän mennessä ei baari Perätuvassa ollut myöskään myyty ruokaa. 2010-luvulle tullessa ja omistajien vaihtuessa hankki liike myös B-oikeudet, jolloin mietojen juomien tilalle tulivat myös vahvemmat shotti- ja drinkkijuomat sekä ruokapuolta tuli myös. Asiakkaille tuli tarjolle erilaisia ranskalaisannoksia sekä kanansiipikoreja arkisten lounaiden lisäksi. Lounasmyynti kuitenkin loppui pari vuotta myöhemmin, kun liike siirtyi olemaan auki vain viikonloppuisin. Paikasta löytyy televisio, josta seurataan kaikki tärkeimmät urheilut,

biljardipöytä ja vanhan ajan jukeboksi. Ruokalistalta saa ranskalaisannoksia ja pihan terassilla nautitaan kesäisestä auringosta.

3 ANNISKELURAVINTOLOIDEN HISTORIA

Suomalainen ravintolatoiminta on kokenut vuosien varrella suuria muutoksia. Säännöstely on välillä ollut hyvin tiukkaa ja välillä taas löystynyt tiukentuakseen taas uudelleen. Koko 1900-luku on ollut hyvin ailahteleva ravintolaelinkeinolle. Välillä baarit ovat olleet kokonaan kiellettyjä, samoin kuin tanssiminen, eikä sisään ole päässyt väärissä vaatteissa. Alkoholia ei ole myöskään saanut, jos ei ensin ole ruokaillut, eli asiakkaille on syötetty pakkopullaa. Vapaammaksi anniskeluravintolatoiminta muuttui vasta 1960-luvulla ja senkin jälkeen meni vielä parikymmentä vuotta ennen kuin säännöstelystä vapauduttiin lähes kokonaan. (Sillanpää 2002, 11–17)

3.1 Ravintoloiden alun aika

Alkoholin anniskelu on suurilta osin lähtenyt liikkeelle 1800-luvun loppupuolella. Tällöin kaupungeilla oli omat monopolinsa alkoholijakelua varten, esimerkiksi Helsingissä toimi Helsingin anniskeluyhtiö, joka avasi ensimmäiset ravintolansa vuonna 1873. Anniskelu keskittyi kuitenkin vain kaupunkien keskustoihin, sillä raittiusliike oli voimissaan ja se pyrki kieltämään anniskelun työväestön asuinalueilla. (Sillanpää 2002, 36)

Anniskeluravintoloita toimi myös maaseuduilla, mutta niiden toiminta oli erittäin säädeltyä. Tavallisesti tällainen toiminta yhdistyi lakisääteisiin majataloihin. Olutta ja paloviinaa saatiin myydä tarkkojen sääntöjen mukaan melkein 1900-luvulle asti, ennen kuin näiden molempien myynti kiellettiin lähes kokonaan. Maaseuduilla ei siis virallisesti käytetty alkoholia, vaikka todellisuudessa sitä kuitenkin poltettiin salaa kotona eikä juopuminen ollut harvinaista. (Sillanpää 2002, 37)

Nouseva raittiusaate ja jatkuvat kieltolakivaatimukset koituivat kuitenkin hetkellisesti anniskeluravintoloiden ongelmaksi 1900-luvun alussa. Täydellinen kieltolaki saatiin Suomeen 1919 ja se muutti alkoholinkäyttöä huomattavasti. Alkoholia tarjottiin eri ravintoloissa yhä, suurimmaksi osaksi terästetyn kahvin tai teen muodossa. Myös jalompia juomia kuten viskiä ja konjakkia oli tarjolla tasokkaammissa paikoissa. Alkoholia salakuljetettiinkin ravintoloihin monin eri keinoin. Talou-

dellisesti ajateltuna alkoholin salamyynti oli useinkin hyvin kannattavaa, mutta ongelmat koituivat, kun ravintola jäi tästä kiinni ja joutui sulkemaan ovensa. Kieltoain aika oli vaikeaa ja ravintoloiden omistajat vaihtuivat usein ja monet vaihtoivat kokonaan ammattia. (Sillanpää 2002, 55–56)

3.2 Uuden väkijuomalain alkuvuodet

Vuonna 1932 kieltolaki vihdoon kumottiin ja luotiin uusi väkijuomalaki. Aiemmin eri kaupungeissa toimineet anniskeluyhtiöt lakkautettiin ja kaikki alkoholin valmistus, maahantuonti ja kauppa keskitettiin monopoliksi Oy Alkoholiliike Ab:lle. Tällä pyrittiin saamaan aikaan positiivisia muutoksia suomalaisten alkoholinkäytössä sekä lakkauttamaan kokonaan alkoholin salakuljetus. Ravintoloita alettiin tarkkailla erittäin tarkasti ja lain rikkomisesta seuraavat sanktiot olivat tuntuvat. Tästä syystä ravintoloiden omistajat ymmärsivätkin nopeasti noudattaa uusia lakeja ja normeja kunnolla. Anniskeluravintoloita ei kuitenkaan edelleenkään saanut perustaa maaseudulle, ja kaupungeissakin työväestön ravintoloita seulottiin läpi huomattavasti tarkemmin kuin ylimystön ravintoloita. (Sillanpää 2002, 64–66)

Samana vuonna kehiteltiin myös ensimmäiset olutravintolat, joissa ei oluen lisäksi saanut myydä mitään muita alkoholituotteita. Olutravintoloita perustettiinkin äkkiä boomina Suomeen yli 300, mutta seuraavana vuonna niiden määrä oli tippunut jo lähes sadalla. Anniskelu oli hankalaa, sillä asiakkaat eivät olleet vielä tottuneet väkijuomalakiin ja sen tuomiin muutoksiin. (Sillanpää 2002, 68–70)

Alko loi siis paineita ravintoloille, koska sillä oli valta päättää säännöistä ja anniskelulupien luovuttamisesta yksin. Tällöin ravintoloille ei jäänyt ketään, kelle he olisivat voineet päätöksistä valittaa, ja vaikka he olisivat päättäneet valittaa muille valtion instituuteille, olisi monopoli todennäköisesti silti voittanut. Alkon lisäksi ongelmia toi kuitenkin myös tottumaton asiakaskunta, joka ei ymmärtänyt sääntöjä ja sitä, että tietyissä ravintoloissa saikin anniskella vain tiettyjä juomia. Pirtua yritettiin yhä salakuljettaa ravintoloihin, vaikka sitä ei otettu siellä enää vastaan. (Sillanpää 2002, 68)

3.3 Sodan ja säännöstelyn aikaan

Talvisodan syttyminen vuonna 1943 aiheutti ahdistusta alkoholipolitiikasta vastaaville. Väkijuomalakiin ei ollut säädetty lakeja kriisitilanteiden varalle ja siitä alkoivat ongelmat. Alkoholien hinnan nostoilla pyrittiin vähentämään alkoholin käyttöä ja myöhemmin tästä tuli oiva keino kerätä veroilla lisää rahaa valtion kassaan, joka oli sodan takia lähestulkoon tyhjä. (Sillanpää 2002, 78–79)

Oluen valmistus lopetettiin kokonaan ja näin olutravintolat kokivat kohtalonsa. Vuonna 1945 päätettiin, ettei niitä perusteta enää ollenkaan vaikka oluen valmistus jälleen aloitettaisiinkin. Muissa ravintoloissa aukioloaikoja lyhennettiin ja yhdelle henkilölle myytävän alkoholin määrää pienennettiin. Alkoholilupien saaminen tehtiin yhä hankalammaksi ja tällöin ruoan osa ravintoloissa oli myös erittäin tärkeä. Saadakseen täydet anniskelukorvaukset, täytyi ravintolan pystyä saamaan tietty osuus tuloista ruoanmyynnillä. Tämä toi ravintoloihin illalliskortit ja tiukemman ruokapakon. Alkoholiliike vastasi periaatteessa ravintoloiden alkoholinmyynnistä mutta tästä lähtien sillä oli valta ohjailla myös ravintoloiden ruoanmyyntiä. Alkon valta siis kasvoi yhä ja se piti ravintoloita tiukasti omissa nuoras- saan. (Sillanpää 2002, 79–80)

Sota-aikana ravintoloiden asiakaskunta muuttui tilapäisesti, sillä nyt myös nuorilla, sekä naisilla oli enemmän rahaa, sillä he pääsivät sodan kautta työelämään. Asiakasmäärät nousivatkin huomattavasti. Myös käytös oli erilaista kuin ennen. Epärehellisyys lisääntyi ja varkauksia tapahtui paljon edellistä enemmän. Sodan jälkeen tilanne pyrittiin tasapainottamaan ja palauttamaan entiselleen. Muutoksen parempaan toi tieto olympialaisten isännöinnistä vuonna 1952. Tätä varten ravintoloita alettiin kohentaa ja korjailla. Tähän päättyi sota- ja säännöstelyaikojen ahdinko. Ravintoloiden taso ja huonomainaisuus silti säilyi, sillä Alkoholiliike oli saanut itselleen niin vahvan vallan. Ravintoloiden määrä oli laskenut huomattavasti ja säännöstely oli vastaavasti noussut. (Sillanpää 2002, 87–89)

3.4 Anniskelubyrokratian aika ja siitä nouseminen

Sodan jälkeistä aikaa vuodesta 1953 vuoteen 1962 kutsutaan yhä edelleen anniskelubyrokratian aikakaudeksi. Anniskelupolitiikka oli tiukempaa kuin koskaan ja ravintoloiden asiakkaita ohjattiin tiukasti käyttämään alkoholia oikein. Asiakaspaikat ravintoloissa vähenivät huomattavasti, sekä ravintolat olivat tasoltaan entistä parempia. Työväestön ravintoloita ei ollut lainkaan, samoin alkoholianniskelusta vapaita olivat edelleen myös nuoret ja maaseudun väki. Tilanne lähenteli melkein kieltolakia. Kaikki tämä synnytti suuria paineita alkoholipolitiikan lieventämiseksi. Toimiin ryhdyttiinkin jo 1950-luvun loppupuolella, kun päätettiin, että alkoholinmyynti ei ole enää sidoksissa ruoanmyyntiin. Ravintoloihin sallittiin myös nimenomaiset baariosastot. (Sillanpää 2002, 90–94)

1960-luku oli alkoholipolitiikan muutosten aikaa. Vielä luvun alussa alkoholin käyttöä ei katsottu hyvällä, viinakortti oli käytössä ja raittiusliike kukoisti. Varsinkin maaseudun asukkaita sorsittiin, sillä ravintoloita ei maaseudulta löytynyt. (Sulkunen, Alasuutari, Nätkin & Kinnunen 1985, 33–35) Rahvaalta puuttuvien ravintolapalveluiden vuoksi Alko päätti vuonna 1962 lisätä olut- ja kansanravintoloiden määrää ja vuotta myöhemmin aloitettiin kaksi vuotta kestänyt olutravintolakokeilu. Tämän kokeilun seurauksena syntyi Alkon hallinnoima Kantaravintolat Oy, joka toi olutravintolat myös maaseuduille, joilla oli tähän asti eletty yhä kieltolakiin verrattavaa aikaa. 1960-lukua voidaankin sanoa erilaisten kokeilujen ajaksi. Tällöin ravintoloiden määrä kasvoi muutenkin huomattavasti ja niiden määrä oli suurempi kuin yli 30 vuoteen. Ravintoloiden taso myös vaihteli suuresti. Pyrittiin pääsemään pois liian tasokkaista ja hienoista ravintoloista ja rakentamaan erikoisravintoloita, että kaikki löytäisivät sopivan paikan itselleen. Tällöin alkoivat syntyä myös ensimmäiset lähiöravintolat. Yksi suurimmista muutoksista oli myös Alkon antama selonteko siitä, että yksin ravintolaan saapuva nainen ei huononna ravintolan tasoa eikä vaikuta hintaluokkaan. (Sillanpää 2002, 114–119; 123–124)

3.5 Keskiolutlaki ja uusi alkoholilaki 1969

Alkoholipoliittiset mielipiteet vapautuivat suuresti 1960-luvulla ja suurimman muutoksen alkoholipolitiikkaan toi vuonna 1969 voimaan astunut uusi alkoholilaki ja laki keskioluesta. Keskiolutlailla määrättiin, että alkoholin vähittäismyynti alettiin sallia myös maaseudulla sekä keskioluen vähittäismyynti aloitettiin myös elintarvikeliikkeissä ja sen anniskelu aloitettiin kahviloissa. Myös alkoholilaki muutti suuresti ravintolaelinkeinoa. Mietojen juomien ikärajaa laskettiin 18 ikävuoteen ja vähittäismyynnissä väkevien rajaa 20 ikävuoteen. Laissa säädettiin myös, että ravintolat saisivat tästä lähtien anniskeluoikeudet toistaiseksi voimassa olevina, joka helpotti ja turvasi ravintolayrittäjien arkea niin henkisesti kuin taloudellisestikin. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2014; Sillanpää 2002, 111–114)

3.6 Muutosten aika

Ravintoloiden määrä alkoi kasvaa yhä enenevässä määrin ja 70-luvun puolivälissä ilman ravintolapalveluita oli enää alle kaksi prosenttia Suomen väestöstä. Lähiöravintoloiden osuus kaikista ravintoloista oli kuitenkin aika pieni. (Sulkunen ym. 1985, 34) 70-luvun aikana anniskeluravintoloiden määrä kasvoi yli viidelläsadalla, joista suuri osa oli keskiolutravintoloita. Uuden lain mukaan anniskelupaikan sai perustaa mihin tahansa väestö- tai liikekeskukseen, mikä toi anniskeluravintolat tutuiksi myös niille, jotka eivät aiemmin olleet tällaisessa asioineet. (Sillanpää 2002, 143–144) Kun ravintoloita alkoi löytyä joka puolelta Suomea, alettiin huolestua nuorten keskioluen käytöstä ja alaikäisille myymisen kieltäviä julisteita alettiin painaa. Valtio ja kunnat palkkasivat keskioluttarkastajia, jotka kiersivät ravintoloita. (Kuuhun ja takaisin – keskioluen tarina 2004)

Ravintolarakenne monipuolistui yhä 1970-luvulla. Taso ja hinnat vaihtelivat, löytyi viihderavintoloita, kortteliravintoloita sekä muita tanssiravintoloita. Yksi yleisimmistä tyypeistä oli myös niin kutsuttu taajaman/ lähiön oma ravintola. Alkon muutettua luokituksiaan myöhemmin vuonna 1980, lähiöravintoloita ei enää tilastoitu erillisenä ravintolatyypinä. (Sulkunen ym. 1985, 34) Naisia alkoi myös käydä anniskelupaikoissa yhä enemmän ja enemmän eikä sitä enää kummeksuttu

kuten ennen. Raittiita naisia olikin 70-luvun lopussa enää vain 20 %. Tällöin voidaan sanoa ravintolan todella astuneen ensimmäistä kertaa kaikkien ihmisten arkeen. Ravintoloiden asiakaskunta muuttui myös, sillä kun aiemmin enemmistö oli ollut naimisissa olevia, oli tilanne nyt kääntynyt toisin. Kun naisia alkoi käydä ravintoloissa enemmän, oli myös naimattomien miesten helpompi luoda heihin kontakteja, jolloin myös naimattomien miesten määrä kasvoi. Naimattomat loivat siis ravintoloiden uuden enemmistön. (Sillanpää 2002, 138–145, 152)

3.7 Nykyaikaan tultaessa

Nykyään ravintoloissa käyminen on vähentynyt huomattavasti, sillä kaupasta ostettu olut on huomattavasti halvempaa. Suomen talous on ollut jatkuvasti hieman epävakaa 90-luvun laman aikaan ja sen jälkeen 2000-luvulle tultaessa. Alkoholiveroa on nostettu huomattavasti, mikä aiheuttaa ravintoloille ongelmia ja vähentää myyntiä. Monet ravintolayrittäjät syyttävät tuoretta alkoholipolitiikkaa tilanteen heikentymisestä, sillä alkoholin tuominen ulkomailta on kasvanut uusiin sfääreihin. Jos verotusta kiristetään tällä tavoin tulevaisuudessa, lähtee kannattavalta ravintolatoiminnalta helposti kokonaan pohja. Myös työllisyys tulee näin ollen laskemaan yhä. (MaRa ry 2014)

4 LÄHIÖRAVINTOLA

Lähiöravintolassa kiteytyy vuosituhansia vanha perinne, jossa miehet kokoontuvat yhteen keskustelemaan ja kuluttamaan aikaa. Nykyään on yhtä tavallista tavata nainen kuin mieskin lähiöravintolassa, mutta asiat ovat muuttuneet vuosien varrella. (Sulkunen ym. 1985, 31)

4.1 Keskiolutkulttuuri

Keskiolutta on joissain piireissä pidetty paholaisena sen syntymästä saakka yhä tähän päivään asti. Keskioluen siirtämistä Alkoon on esitetty monissa yhteyksissä jo vuodesta 1980 ja useat eduskunnan ministerit ovat jälleen nostaneet keskioluen myynnin siirtämisen Alkoon puheenaiheeksi. Tällä tavoin halutaan ehkäistä suomalaisten alkoholinkäyttöä. Suurempiin toimiin ei ole vielä ryhdytty, sillä asiaa vastustaviakin voimia löytyy. (Kuuhan ja takaisin – keskioluen tarina 2004)

Keskiolutkulttuuri oli varsinkin 80- ja 90-luvuilla erittäin paljon puhuttu ja tutkittu asia. Sen jälkeen se on kokenut monenlaisia muutoksia. Lähiöravintoloille tavallista on B- tai C-myyntioikeudet, eli väkeviä viinoja ei välttämättä myydä lainkaan. Useissa tällaisissa ravintoloissa voikin vallita keskiolutkulttuuri. Lähiöravintola on paikka, johon kokoonnutaan seurustelemaan ja tapaamaan ihmisiä ja siinä ohessa juodaan muutama olut. Tietenkin humalahakuista juomista esiintyy lähiöravintoloissa myös runsaasti, mutta monille muutama keskiolut kuuluu päivään. Halvemmaksihan se tulisi juoda nämäkin oluet kotona, mutta lähiöravintolaan ei juuri koskaan tullakaan pelkästään oluen takia. Keskiolutbaareja löytyy Suomesta joka lähtöön, niin isojen kaupunkien lähiöistä kuin pienemmistä kylistä ja maalta. (Baarista baariin–lyhytelokuva 1992)

4.2 Lähiöravintolan historia

Ravintola on usein ollut ensimmäisiä kylän palveluita. Kun suuret ikäluokat, jotka ovat nyt eläköitymässä, tulivat ravintolaikään, palvelujen kysyntä nousi huomattavasti. Suomalainen lähiöravintolakulttuuri juontaa juurensa jo kuusikymmentäluvulle, mutta yleistyi vain noin kolme vuosikymmentä sitten. Lähiöravintoloita

on hyvin erilaisia, riippuen esimerkiksi sijaintipaikasta ja lähialueen asutuksen määrästä. Suurin vaikuttava tekijä on varmaankin ravintolan perustamisaika. Tuoreemmissa lähiöravintoloissa meno voi olla hyvin erilaista kuin kymmeniä vuosia vanhoissa, joissa kanta-asiakkaat ovat hyvin vakiintuneet. He ovat saattaneet käydä paikassa lähes alusta asti ja elämää on vanhoissa ravintoloissa nähty paljon enemmän. Lähiöravintolassa etusijalla on usein ilmapiiri ja muut ihmiset, enemmän kuin ruoka tai juoma. Tavallisia lähiöravintolan mainoslauseita ovatkin esimerkiksi: ”miellyttävien ihmisten kohtaustapaikka” tai ”vilkas juttupaikka vilkkaille ihmisille”. Vasta toisena valttina tulee olut. Ruokamyynä on lähiöravintoloissa hyvin vaihtelevaa. Toiset ravintolat mainostavat itseään myös ruokaravintolana ja toiset tarjoavat arkisin maittavaa lounasta, kun toisissa ei ruokaa myydä välttämättä laisinkaan tai annokset koostuvat ranskalaisista. Ruoan osuus myynnistä on kuitenkin yleensä pieni ja lähes aina reilusti alle 50 %. (Sulkunen ym. 1985, 31–35, 41, 72) Erilaisten tapahtumien järjestämisen lisäksi yleiseksi on tullut karaoke, joka monissa lähiöravintoloissa on valttikortti uusien asiakkaiden ja asiakasryhmien saamiselle. Karaoke-ravintolat pitävät nykyaikana huomattavasti paremmin pintansa kuin tavalliset ravintolat, joiden ahdinko syvenee vuosi vuodelta. (Hyttinen 2014)

Lähiöravintolat voivat erottua muista ravintoloista myös nimensä perusteella. Joillain paikoilla ei kunnan nimeä oikeastaan ole, vaan paikka kulkee vain nimellä krouvi tai pubi. Muuten on tavallista, että nimi viittaa jollain tavalla lähiöön tai kadun nimeen, mutta lähes aina nimi on erikoinen tai jollain tavalla vitsikäs. (Sulkunen ym. 1985, 61–63)

4.3 Maine

Tyypillistä lähiöravintolalle on aina ollut ja on edelleen, hyvän maineen luomisen ongelmat. Mitä laajempi asiakaskunta, sitä enemmän saadaan myös uusia asiakkaita, mutta maineeltaan huonompi ravintola voi karkottaa tuon muun asiakaskunnan pois. Ulkopuolisille ravintolassa käymättömille ihmisille lähiöravintola on aina ollut vähän ymmärryksen ulkopuolella. Varsinkin ennen he saattoivat pitää lähiöravintolaa elämän arvoja horjuttavana pahan tyyssijana ja yhä usein ajatel-

laan, että lähiöravintoloilla on asiakkaita, jotka siellä ”aina käy”. Ulkopuoliset halusivat erottautua näistä ihmisistä, sillä sitä ei pidetty hyväksyttävänä. Nykyaikana tämä ei ole kuitenkaan enää niin vallitsevaa kuin ennen. On myös tyypillistä, että lähiöravintolan asiakkaat leimataan sosiaalipummeiksi ja työttömiksi. Totuus vaihtelee hyvin paljon jokaisen lähiöravintolan kesken. (Sulkunen ym. 1985, 39–44, 49–52)

Lähiöravintoloissa tai keskiolutbaareissa asiakaskunta tavallisesti ei ole täysin uloskantokunnossa vaan iltaa istutaan ystävien ja oluen äärellä. Räkälä-nimitys keskiolutbaareille tai lähiöravintoloille tulee usein siitä, kun ensin kotona otetaan miestä väkevämpää, jonka jälkeen mennään ravintolaan jatkamaan iltaa. Tällöin kontrolli on jo kadoksissa ja ylilyöntejä tapahtuu. (Baarista baariin–lyhytelokuva 1992)

4.4 Kanta-asiakkaat

Lähiöravintoloilla on lähes aina vankkumaton kanta-asiakaskunta, joka on erittäin uskollista ja omistautunutta paikalle. Tähän piiriin kuuluu usein noin 20–50 henkilöä, joista osa kuitenkin vaihtuu koko ajan. Tämä piiri on hyvin avoin, eivätkä kaikki ole toistensa kanssa yhtä läheisiä ystäviä. Koko tätä kanta-asiakasporukkaa ei yleensä sido yhteen mikään muu kuin ravintolatuttuus. (Sulkunen ym. 1985, 80)

Keskustelu kanta-asiakkaiden kesken on hyvin vaihtelevaa, hyppien nopeasti aiheesta toiseen. Välillä esiintyy tietenkin myös konflikteja. Kaikki ovat tässä keskustelupiirissä kuitenkin samalla tasolla ja osallistujan arvoasema määräytyykin lähinnä vain seurustelutaitojen, vitsikkyiden ja jännittävyiden perusteella. Tavallisesti tähän porukkaan kuuluu keski-ikäistä miesväkeä. Nuorison määrä kanta-asiakkaina on myös kasvanut lähivuosina. He tulevat pääasiassa viikonloppuisin istumaan iltaa ystävien kanssa, pelailemaan ja soittamaan levyjä. (Sulkunen ym. 1985, 80–81)

Näiden kahden ryhmän lisäksi yhdenlainen kantaporukka on myös pelikerhot, esimerkiksi vanhanaikaiset tikkakerhot tai yhä kukoistuksessa olevat biljardiklubit. Eri ravintoloiden joukkueille on tavallista kisata välillä keskenään lähialueen

kunniasta. Biljardipöytien ja tikkataulujen lisäksi kanta-asiakkaat voivat pelaila korttia, soittaa jukeboksia tai istua pelikoneen ääressä. Joistain ravintoloista voi löytyä myös lautapelejä, joiden ääressä kuluttaa aikaansa. Maksulliset biljardipöydät ja jukeboksit ovatkin ravintolan omistajalle hyvä keino tienata vähän enemmän myynnin ohella, sillä kolikoista voi kertyä nopeasti pesämuna. (Sulkunen ym. 1985, 140–142)

Kanta-asiakkaiden merkitys lähiöravintolalle on suuri. He muodostavat ravintolan sosiaalisten suhteiden rungon ja tuottavat maineen ja mielikuvan ulkopuolisten mielissä. Suurin osa ravintolan tuloista tulee kanta-asiakkailta ja he ovat tärkeitä myös toinen toisilleen. (Sulkunen ym. 1985, 81)

4.5 Ikä- ja sukupuolijakauma

Uskotaan, että lähiöravintolakulttuuri syntyi alun perin jatkamaan perinnettä, jossa miehet kokoontuivat yhdessä kuluttamaan aikaa ja keskustelemaan kylän asioista. Tällaisena tämä kulttuuri on pysynyt hyvin pitkälti tähän päivään saakka. Asiakkaina voidaan tietysti nähdä nykyään paljon enemmän naisia, ohikulkijoita, pariskuntia ja nuorisoväkeä, mutta usein lähiöravintolan kanta-asiakaskunta on yhä paikallisia miehiä. Lähes 2000-luvulle asti lähiöravintolat olivat erittäin miesvaltaisia. Naiset tulivat paikalle lähinnä miestensä kanssa. Nykyään varsinkin nuoriso on löytänyt lähiöravintolat, joissa he viihtyvät erittäin hyvin ennen kuin lähtevät yökerhoihin. Nuorisoa vetää paikalle myös elävä musiikki, jota löytyy monista lähiöravintoloista. (Sulkunen ym. 1985, 21–22)

4.6 Tarjoilijan merkitys

Lähiöravintolan toiminnan tärkeä osa on tarjoilija. Entisaikaan tarjoilijalla ei ollut juurikaan merkitystä, eivätkä asiakkaat ottaneet häneen kontaktia ja pitivät tarjoilijaa muutenkin näkymättömänä. Ainut mistä tarjoilija muistettiin, oli tilanne jossa hän kieltäytyi myymästä enempää. Tilanne on kuitenkin muuttunut nykyaikaan tultaessa. Asiakaspalvelu on tärkeä osa ravintolan valinnassa ja nykyään tarjoilija onkin enemmän mukana asiakkaiden jutuissa ja keskusteluissa. Nykyään on myös tyypillistä, että tarjoilijana on lähestulkoon aina paikan omistaja, sillä palkollisten

pitämisestä on tullut niin kallista. Lähiöravintolan tarjoilijat voivat tietää kanta-asiakkaiden yksityiselämästä hyvin paljon. He voivat joutua monenlaisten ristiriitojen keskelle ja jotkut tarjoilijat ovatkin verranneet työtään sosiaalityöntekijän työhön. (Sulkunen ym. 1985, 93–101)

5 EMPIIRINEN TUTKIMUS

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää syitä miksi asiakkaat käyvät Bar & Cafe Perätuvassa. Sen lisäksi pohditaan baarin vaikutuksia asiakkaiden sosiaaliseen elämään.

5.1 Tutkimusmenetelmä

Tähän tutkimukseen on valittu kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimustapa. Tämä tapa on vallitseva tutkimusmenetelmä monissa eri tieteissä ja sitä pidetään objektiivisena ja yleispätevänä. Keskeisintä on ottaa selvää aiemmista tutkimuksista ja teorioista, esittää hypoteesit ja määritellä käsitteet. Tämän jälkeen suunnitellaan aineiston keruu ja määritellään tutkittavista henkilöistä perusjoukko, josta otetaan otos. Muuttujat esitetään taulukoiden avulla ja päätelmät analysoidaan tilastollisesti (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2000, 129).

Kyselylomaketutkimus suoritetaan poikittaistutkimuksena, eli kaikki aineisto kerätään vastaajilta vain yhtenä ajankohtana. Sama tutkimus on täysin toistettavissa myös myöhemmin, mutta ei täysin samoilta henkilöiltä, joten pitkittäistutkimuksena tämä ei onnistu (Aaltola & Valli 2007, 126).

Tutkimukseen valittiin kvantitatiivinen tutkimustapa, sillä tutkimusongelmaa ajatellen haluttiin saada tarpeeksi laaja otos asiakkaita mukaan tutkimukseen. Tämä taas on helpointa kyselylomakkeen avulla. Tästä otoksesta asiakkaiden mielipiteitä voidaan myös pitää yleispätevinä, jolloin saavutetaan paras hyöty tutkimuksesta.

5.2 Toteutustapa

Tämä tutkimus toteutettiin jakamalla kyselylomaketta Bar & Cafe Perätuvassa kolmen päivän ajan 1.–3.5.2015. Kyselylomake pyrittiin pitämään mahdollisimman lyhyenä ja helppona täyttää, sillä baarissa asiakkaiden on hankala keskittyä. Lomakkeen teon kanssa oli myös tiukka aikataulu, sillä tutkimuksen baari ilmoitti yllättäen lopettavansa toiminnan ja vastaukset täytyi ehtiä keräämään ennen sitä.

Tavoitteena oli saada ainakin 50, mutta mieluummin 100 vastausta. Tutkimus päätettiin suorittaa vapun aikaan, kun asiakkaita on liikenteessä normaalia enemmän.

Yhteensä lomakkeessa oli 13 kysymystä, joiden lisäksi kohta avoimelle palautteelle. Kaikki kysymykset suoritettiin monivalintamenetelmällä, sillä avoimet kysymykset tuottavat usein enemmän ongelmia ja vastaajia on vaikeampi haalia. Viisi ensimmäistä kysymystä liittyvät vastaajan taustatilanteeseen, jonka jälkeen käsitellään kuinka kauan asiakas on käynyt kyseisessä liikkeessä ja mihin aikoihin. Kysymys 10 käsitteli asiakkaan totuttua seuruetta liikkeessä ja kysymys 11 syitä asioida liikkeessä. Lopuksi vielä tiedustellaan liikkeen vaikutuksia asiakkaan sosiaaliseen elämään parilla kysymyksellä.

Lomaketta jaettiin yhden viikonlopun ajan ja vastauksia saatiin 103, joista neljä oli tutkimuksen tarkoitusta ajatellen käyttökelvottomia. Mittauksessa kohteena olivat Bar & Cafe Perätuvan asiakkaat, eli lomaketta ei jaettu muualla. Lomakkeita vietiin asiakkaille pöytiin heidän saapuessaan, tai annettiin mukaan tiskiltä. Nämä lomakkeisiin vastanneet asiakkaat esittävät otosta liikkeen tuon hetkisestä asiakaskunnasta.

5.3 Validiteetti, reliabiliteetti, objektiivisuus

Tutkimuksen validiteetti tarkoittaa tutkimuksen pätevyyttä. Kyselylomakkeita tehdessä tutkimuksen validiteettia on erittäin tärkeä miettiä, sillä kysymykset täytyy muodostaa siten, että vastaaja ymmärtää ne samalla tavalla kuin laatija. Tämä aiheuttaa välillä ongelmia ja siten laskee validiteettia. Validiutta on mahdollista tarkastella monin eri keinoin ja sitä on mahdollista parantaa käyttämällä montaa tutkimusmenetelmää tai montaa tutkijaa. (Hirsjärvi 2000, 213–215)

Tutkimuksen reliabiliteetti mittaa sitä, kuinka tutkimuksen tulokset ovat toistettavissa, eli tutkimuksen luotettavuutta. Reliabiliteetin mittaamiseen on kehitetty lukuisia erilaisia mittareita ympäri maailmaa, että saadaan mittauksen taso nousemaan. (Hirsjärvi 2000, 213)

Validiteetti ja reliabiliteetti ovat molemmat kehittyneet kvantitatiivisen tutkimuksen ohella, mutta nykyään ne liitetään omilla tavoillaan myös kvalitatiiviseen tut-

kimukseen. Jokaisen tutkimuksen luotettavuus ja pätevyys tulisi aina kyseenalaistaa, vaikka termistö olisi eri (Hirsjärvi 2000, 215).

Tutkimus edellyttää aina objektiivisuutta, eli tutkijan omat mielipiteet ja arvostukset eivät tulisi näkyä tutkimuksessa. Tämä aiheuttaa välillä ongelmia, sillä jo tutkimusongelman muotoilu voi osoittautua subjektiiviseksi ja vaikeuttaa lähteiden valintaa. Toisen tutkijan tulisi pystyä toistamaan tutkimus ja päätyä samaan lopputulokseen. Tutkijan tulee luottaa tutkimukseensa ja tulkita lähteitä huolellisesti, vaikka ne olisivatkin ristiriidassa tutkijan omien käsitysten kanssa. Lukijan kiinnostuksen ei tulisi kiinnittyä tutkijaan itseensä, vaan pelkästään tutkittavaan asiaan (Hirsjärvi 2000, 278–279).

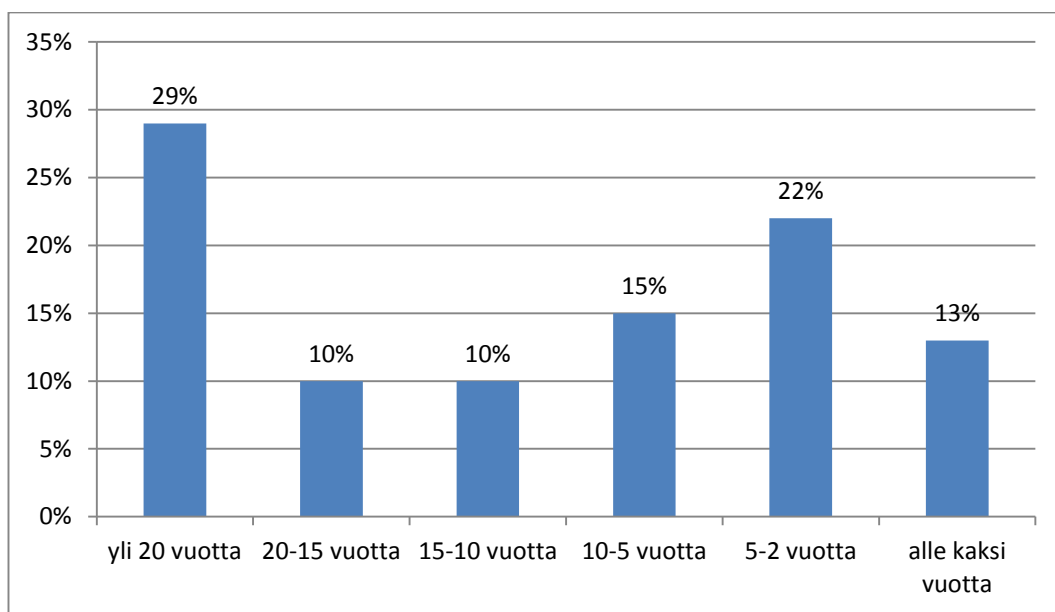
6 TULOKSET

Kyselyyn hyväksyttiin vastaukset yhteensä 99 henkilöltä, joten kyläkapakan mit-takaavalla otos on sopivan suuri. Vastaajista 56 oli miehiä ja 39 naisia, joten jako ei ollut ihan tasainen mutta täysin odotettavissa kun kyseessä on olutkapakka. 4 henkilöä jätti vastaamatta sukupuolikysymykseen. Kyselyyn osallistuneet miehet olivat keskimäärin 36-vuotiaita, kun naiset taas olivat 30-vuotiaita. Suurimmat vastaajaryhmät olivat 20–29- sekä 30–39-vuotiaat. Vastaajia löytyi lähes joka ikä-luokasta 16-vuotiaasta 67-vuotiaaseen saakka.

Vastaajista 56 % oli sinkkuja, kun taas avio- ja avoliitot lähentelivät 20 prosenttia. Seurustelevia oli pieni osa vastaajista. Reilusti suurin osa oli myös toisella työssä-käyviä tai yrittäjiä. Opiskelijat olivat toiseksi suurin ryhmä, 14 %, kun taas työt-ömiä oli alle 10 %. Eläkeläisiäkin oli muutama vastaaja. Myös odotetusti 83 % osallistuneista asuu Peräseinäjoella, eli baarin sijaintipaikkakunnalla. Lähialueelta paikalle tuli 11 %, joista Seinäjoelta 8 %. Myös muualta Suomea tulleita oli 6 %. Kuitenkin kaikista Peräseinäjoen ulkopuolelta tulleista asiakkaista puolet oli enti-siä peräseinäjokisia.

6.1 Asiointitiheys

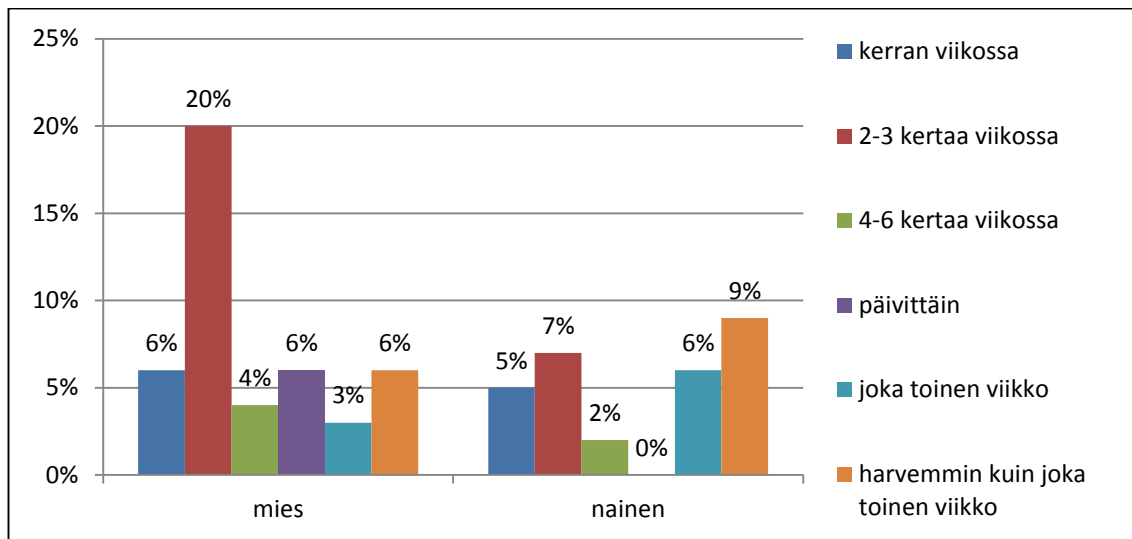
Eroja miesten ja naisten välillä näkyy myös tavoissa käydä Bar & Cafe Perätuvassa. Ensimmäisenä pohditaan kuinka monen vuoden ajan vastaajat ovat liikkeessä asioineet. (Kuvio 1)



Kuvio 1. Vastaajien käyntiaika vuosina Bar & Cafe Perätuvassa.

Lähes puolet miesvastaajista oli käynyt liikkeessä yli 20 vuoden ajan, kun suurin osa naisista taas vain 2–5 vuotta. Kaikista vastaajista suurin osa on asioinut liikkeessä yli 20 vuotta.

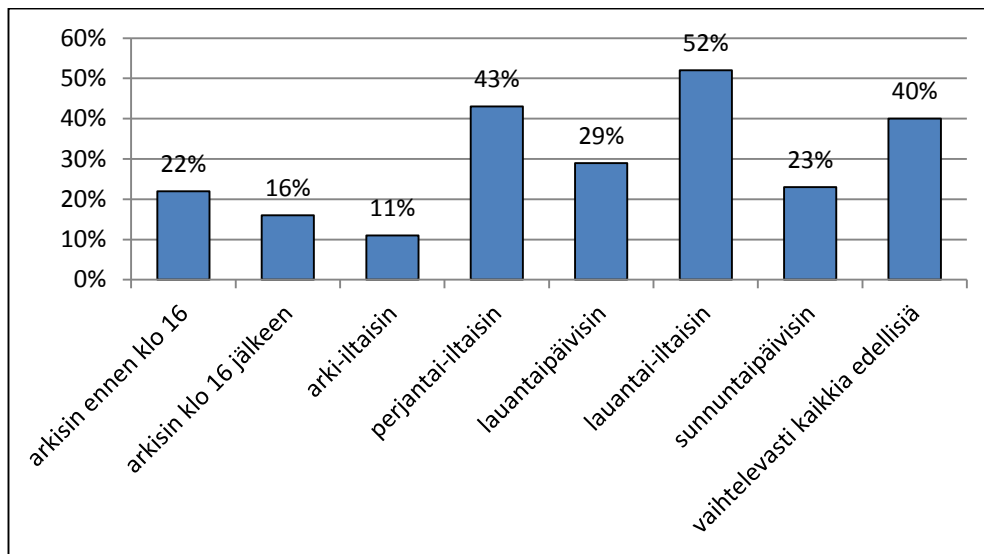
Aiemmin baari oli auki viikon jokaisena päivänä, kun nykyään tilanne on muuttunut ja aukioloajat rajoittuvat viikonloppuun. Vastaajilta tiedusteltiin ensin kuinka usein he asioivat liikkeessä sen ollessa auki joka päivä. (Kuvio 2)



Kuvio 2. Asiointitiheys Bar & Cafe Perätuvassa aiemmin.

Aiempina vuosina 33 % vastaajista asioi liikkeessä 2–3 kertaa viikossa. Myös tässä huomataan ero sukupuolten välillä, sillä 40 % miehistä valitsi tämän vaihtoehdon, kun taas naiset valitsivat tasaisemmin useimmin vaihtoehdon ”harvemmin kuin joka toinen viikko”, jonka valitsi 25 % naisista. Ero sukupuolten välillä on tässä tapauksessa merkittävä. Päivittäisiä kävijöitä oli keskimäärin 7 % vastaajista.

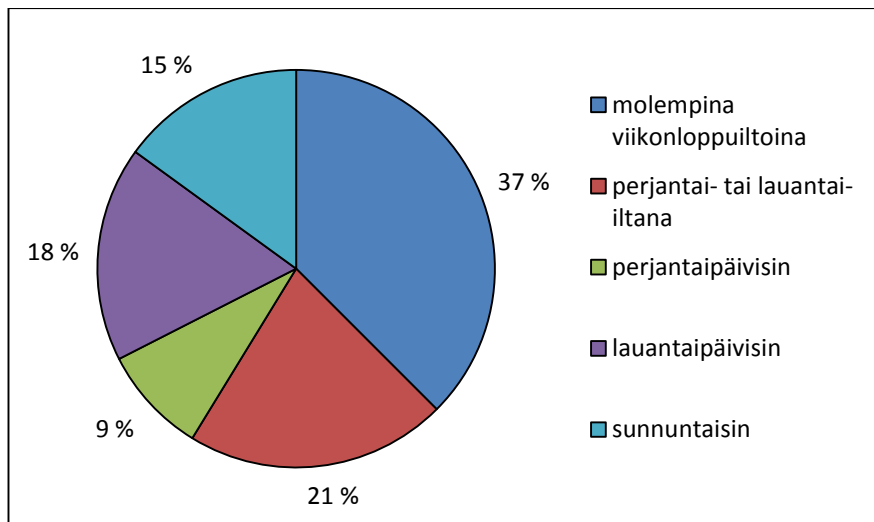
Kyselyssä tiedusteltiin myös asiakkaiden entisiä käyntiaikoja Bar & Cafe Perätuvassa sen ollessa auki viikon jokaisena päivänä. (Kuvio 3)



Kuvio 3. Entiset käyntiaijat Bar & Cafe Perätuvassa.

Viikonloppuillat olivat vilkkaimpia, sillä perjantai- ja lauantai-ilta yhteensä keräsivät 40 % vastauksista. Kävijöitä kuitenkin riitti tasaisesti jokaiseen viikon aikaan ja 17 % vastasi vierailleensa paikalla vaihtelevasti kaikkiin aikoihin.

Lähivuosina baari on ollut auki ainoastaan viikonloppuisin. Siksi kysyttiin kuinka usein vastaajat nykyään käyvät liikkeessä. (Kuvio 4)

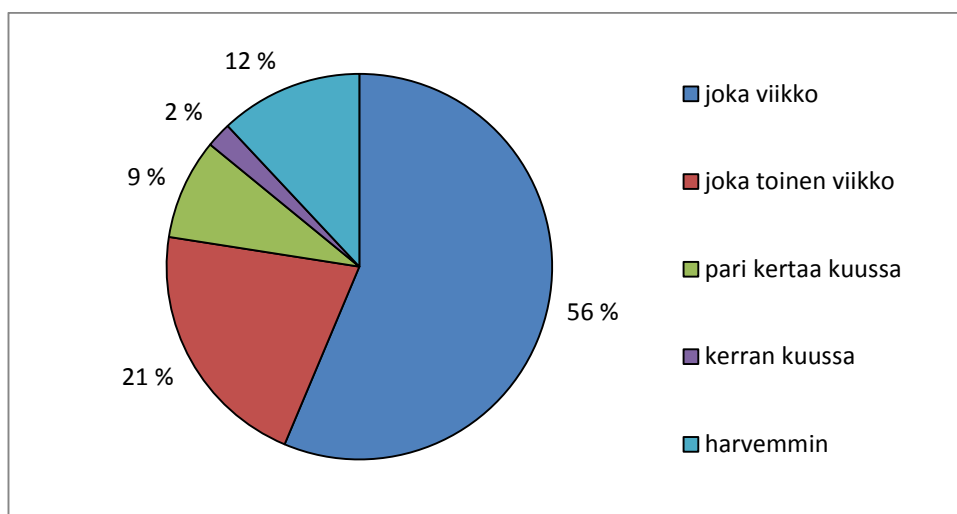


Kuvio 4. Nykyiset käyntiaijat Bar & Cafe Perätuvassa.

Viikonloppuillat ovat edelleen kiireisimpiä aikoja, sillä 58 % vastaajista käy paikalla viikonloppuiltaisin. Myös sunnuntai on hyvä myyntipäivä. Ainoastaan 9 %

vastaajista käy liikkeessä perjantaipäivisin, joten se on huonointa myyntiaikaa. Lauantaipäivä on jo huomattavasti parempi (18 %). Suurin osa viikonloppuasiakkaista käy paikalla sekä perjantaina että lauantaina, mutta osa myös vain toisena päivänä.

Tutkimuksessa tiedusteltiin myös kuinka usein asiakkaat käyvät liikkeessä nykyään. (Kuvio 5)



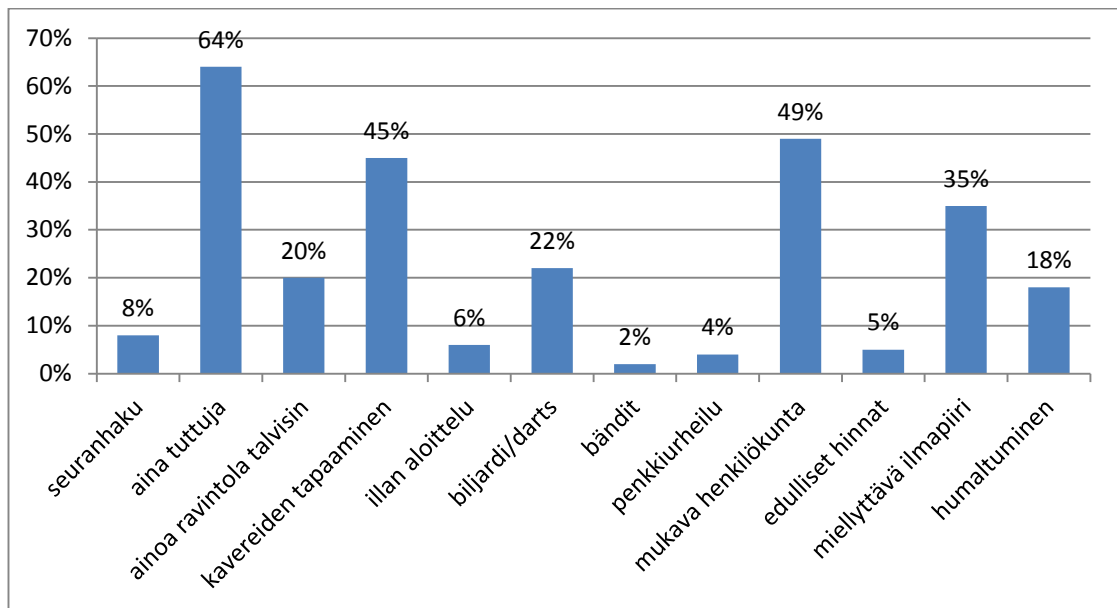
Kuvio 5. Vastaajien käyntitiheys Bar & Cafe Perätuvassa.

Odotetusti yli puolet (56 %) asiakkaista asioikin liikkeessä joka viikko. Myös joka toinen viikko kävijöitä oli 21 % vastaajista. Tietysti osa käy liikkeessä myös vähän harvemmin ja tähän varmasti vaikuttaa muualta Suomea tulleiden asiakkaiden vastaukset.

6.2 Kenen kanssa ja miksi

Seuraava kysymys käsitteli seuruetta, jonka kanssa vastaaja yleensä tulee liikkeeseen. 57 % vastaajista ilmoitti saapuvansa ystävien kanssa ja 11 % ystävien tai puolison/kumppanin kanssa. 21 % saapuu yksin, joista ainoastaan yksi vastaus tuli naiselta. Miehillä on siis tavallisempaa saapua yksin kuin naisille.

Vastaajilta kysyttäessä syitä Bar & Cafe Perätuvassa käymiselle, nousi esiin yksi ylivoimainen syy ja kolme muuta tärkeää syytä. (Kuvio 6) Monivalintakysymyksessä vastaaja sai valita kolme itselleen tärkeintä syytä.

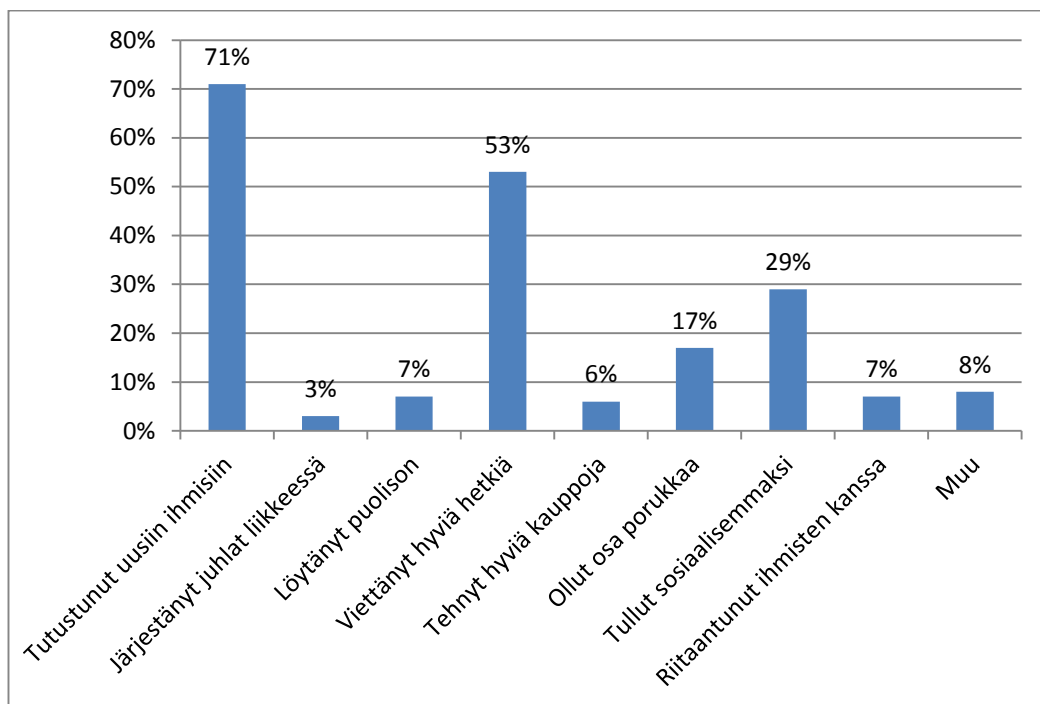


Kuvio 6. Syyt asioida Bar & Cafe Perätuvassa.

64 % vastaajista sanoi asioidensa liikkeessä, koska siellä on aina tuttuja. Kolme seuraavaksi tärkeintä syytä olivat mukava henkilökunta (49 % vastaajista), kavereiden tapaaminen (45 %) sekä miellyttävä ilmapiiri (35 % vastaajista). Vaihtoehtoisista karaoke ei saanut yhtäkään ääntä ja syömässä käynti sai ainoastaan yhden äänen. Pelaaminen sai 8 % ja humaltuminen ainoastaan 6 % äänistä. Selvästi humaltumisella on pieni merkitys verrattuna sosiaalisiin tekijöihin, sillä kolme neljästä tärkeimmästä syytä ovat liitettävissä asiakkaiden sosiaalisuuteen. Myös mukava ilmapiiri voidaan toisaalta laskea sosiaaliseksi tekijäksi, sillä myös ympäröivät ihmiset vaikuttavat ilmapiiriin.

6.3 Sosiaaliset tekijät

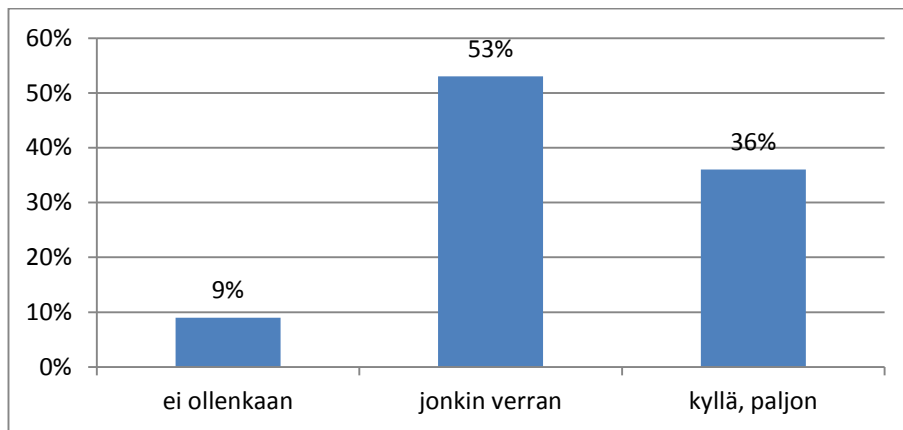
Lopussa tiedusteltiin vielä Perätuvan vaikutuksia vastaajien sosiaaliseen elämään. (Kuvio 7)



Kuvio 7. Bar & Cafe Perätuvan vaikutukset vastaajien sosiaaliseen elämään.

Yli 70 % vastaajista sanoi, että on tutustunut uusiin ihmisiin ja yli puolet kertoi viettäneensä ystäviensä kanssa parhaimpia hetkiään siellä. Jotkut myös uskoivat tulleensa sosiaalisemmiksi liikkeessä asioidessaan ja olleensa osa suurempaa ryhmää, kuten biljardiklubi tai korttikerho. Kuitenkin jos katsotaan asiaa toiselta kantilta, 4 % vastaajista kertoi riitaantuneensa ihmisten kanssa ja uskovat Perätuvan vaikuttaneen asiaan jollain tavalla. Taulukossa prosenttimäärät jakautuvat kaikkien vastausten kesken, kun vastaaja on saanut valita vaihtoehtoista useamman.

Viimeinen kysymys käsitteli Bar & Cafe Perätuvan loppumisen vaikutuksia vastaajien sosiaaliseen elämään. Vastauksista selviää, että pienen kylän keskustabaa-rin loppumisella voi olla suuriakin vaikutuksia asiakkaiden elämään. (Kuvio 8)



Kuvio 8. Bar & Cafe Perätuvan sulkeutumisen vaikutukset sosiaaliseen elämään.

Lähes 90 % vastaajista koki, että loppumisella on vaikutuksia kun vain yhdeksän vastaajista sanoi, että se ei vaikuta ollenkaan. Näistä yhdeksästä vastaajasta neljä asui Peräseinäjoen ulkopuolella.

Lopussa vastaajat saivat jättää vielä omia kommenttejaan Bar & Cafe Perätupaan liittyen. Noin puolet jättivät tilanteen käyttämättä mutta vastauksia tuli kuitenkin rutkasti. Vastaajista 17 harmitteli baarin loppumista ja toivoi uuden jatkajan löytyvän, sillä kylä on tyhjä ilman Perätupaa. Henkilökunta sai monelta kiitoksia vuosista ja vastaajat olivat sitä mieltä, että heitä tulee ikävä. ”Bar & Cafe Perätuvan omistajat ovat kuin omaa perhettä. Aivan ihanan sosiaalisia ja ymmärtäväisiä ihmisiä. Heitä jää suuri ikävä.” 10 henkeä oli sitä mieltä, että baari on paras missä he ovat käyneet. ”Baari vailla vertaa” sekä ”tuttu ja turvallinen” mainittiin myös.

Osa vastaajista oli ryhtynyt myös syvempään pohdintaan ja heidän vastauksissaan kiteytyy lähiöravintolan sielu. ”Suomalainen on perinteisesti sulkeutunut. Nautittuaan vähän alkoholia sosiaalisuus lisääntyy ja täällä unohtaa arjen murheet”, ”Elämäntilanteen muuttuessa ystävien merkitys korostuu. Baarissa löytää uusia ystäviä ja yhdessä suunnitellaan yhteistä aikaa” sekä ”Kun tulee pitkältä työreisulta, on mukava tulla tapaamaan ystäviä ja suunnitella yhteistä vapaa-aikaa!” Vastauksissa heijastuu ravintolan tärkeys sen asiakkaille ja kylän asukkaille palvelujen muutenkin vähetessä.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Yhteenvedona tutkimuksesta tuli selkeästi esille Bar & Cafe Perätuvan sosiaalinen puoli. Paikalla oli enemmän tai vähemmän vaikutuksia asiakkaiden sosiaaliseen elämään, eikä humaltumista tai alkoholia pidetty läheskään yhtä tärkeänä. Tärkeimmäksi nousi ajanvietto ystävien kanssa ja aina mukava ilmapiiri. Asiakkaat ovat tutustuneet uusiin ihmisiin ja nauttineet elämästään. Pohdittaessa myös Bar & Cafe Perätuvan sulkeutumista huomattiin, että paikalla on merkitystä asiakkaille.

Selkeästi paikka on tärkeä kyläläisille ja monille se on ollut sitä jo kauan. Suurin osa vastaajista on asioinut liikkeessä jo yli 20 vuotta ja lomakkeita jakaessani ja asiakkaiden kanssa rupatellessani ymmärsin, että vanhimmat ovat käyneet liikkeessä lähes heti baarin aukeamisen ajoista 60-luvulta saakka.

Ulkoisesti katsottuna Bar & Cafe Perätupa muistuttaa suuresti vanhanaikaista lähiöravintolaa biljardiklubeineen ja tikan- ja kortinpeluineen. Sama näkyy myös keskiohuen menekkiä katsottaessa. Suurin osa asiakkaista on miehiä ja keskiikäisiä, kuten on aina ollut yleistä. Muutoksia on kuitenkin tapahtunut. Nuorisokäy yhä enemmän ja naisten määrä on lisääntynyt huomattavasti. Miehet myös käyvät usein puolisojensa kanssa.

Perätuvan asiakkaat todella pitävät paikkaa toisena olohuoneena sen kotoa löytyvän lisäksi. Tällainen kutsumanimi lähiöravintoloille on ollut tuttua jo vuosikymmenien takaa ja täällä se pitää yhä hyvin paikkansa. Tämä selvisi hyvin avoimesta palautteesta. Lähiöravintoloille tyypillinen huono maine ei kuitenkaan ole nykyään tähän paikkaan kantautunut. Suomen paras baari-kilpailun voitto takasi sen, että maine luultavasti tulee pysymään hyvänä pitkään, vaikka baaria ei olisikaan. Tämäkin asia on asiakkaiden kertomien mukaan kuitenkin muuttunut matkan varrella, ja myös Perätupaa on pidetty ”pahana paikkana”.

Tutkimuksen kannalta epäoleellista, mutta omaan mielenkiintoon vaikuttavaa olikin asiakkaiden kanssa rupattelu ja heidän tarinoidensa kuunteleminen. Iäkäämmillä miesasiakkailla oli paljon kerrottavaa ja hyviä muistoja baari Perätu-

vasta. Heidän lämpimästä äänestään oli helppo hahmottaa, miten tärkeä baari on kyläläisille. Pienellä paikkakunnalla jossa palvelut ovat hyvin vähäiset, on ravintolan merkitys suuri. Tämä on selvästi pitänyt paikkaansa jo vuosikymmenien ajan.

8 TUTKIMUKSEN ONNISTUMINEN

Tutkimus oli suurimmilta osiltaan onnistunut, sillä se pystyi vastaamaan alussa asetettuun tutkimusongelmaan ja -kysymyksiin. Bar & Cafe Perätuvasta saatiin omistajia hyödyttävää tietoa ja saatiin selvitettyä syitä miksi kyläläiset haluavat asioida liikkeessä.

Teoriaosuuden tuottaminen oli hankalampaa varsinkin lähteiden keräämisen osalta. Suurin osa asiaa koskevista lähteistä on 30 vuotta vanhoja ja uudempaa tietoa täytyi soveltaa enemmän internetistä ja muista lähteistä. Vanhakin tieto on kuitenkin osaltaan pätevää ja siksi kuitenkin hyvin hyödynnettävissä.

Tutkimusta jälkikäteen tarkasteltuna uskon, että se on luotettava ja paikkansapitävä, eli reliaabeli. Kyselylomakkeeseen tekisin kuitenkin pieniä muutoksia, esimerkiksi kysymykset 8 ja 9, jotka koskevat asiointiaikoja Bar & Cafe Perätuvassa, tuottivat vastaajille ongelmia. Näissä kysymyksissä vaihtoehtoja oli ehkä vähän liikaa, eivätkä kaikki jaksaneet keskittyneesti lukea niitä loppuun asti. Nämä kysymykset olisi täytynyt jakaa useammaksi kysymykseksi tai helpottaa jotenkin kysymysten ymmärrettävyyttä. Kysymykseen numero 12, joka käsitteli Perätuvan vaikutuksia vastaajan sosiaaliseen elämään, olisin myös halunnut lisätä lisää vaihtoehtoja, varsinkin enemmän negatiiviseen suuntaan viittaavia valintoja. Yhdessäkään kysymyksessä ei kuitenkaan ollut paljoa vastaamattomia, joten uskon että lähes kaikki ovat kuitenkin ymmärtäneet kysymykset. Tutkimuksen validiteetti kuitenkin laskee näiden ongelmien myötä.

Ongelmia tuotti myös aineiston keruu-aika, sillä kolme päivää on suhteellisen lyhyt aika. Otanta oli kuitenkin mielestäni tarpeeksi laaja baarin asiakaskuntaan nähden. Ilmoitus baarin lopullisesta sulkeutumisesta tuli äkkiä ja pidemmän ajan kanssa olisi voitu enemmän keskittyä kyselylomakkeeseen ja kerätä aineistoa pidempi aika. Lomakkeissakin olisi näin ollen puhunut enemmän myös laatu kuin määrä. Myös haastattelut olisivat voineet avata tutkimusta vielä uuteen ulottuvuuteen, mutta tähän ei ehditty panostamaan. Uskon, että tutkimus on kuitenkin reliaabeli, sillä se olisi täysin toistettavissa jonkun muun toimesta ja aineisto on käyty läpi ajan kanssa hitaasti ja tarkasti.

Baarissa suoritettussa tutkimuksessa tulee myös pohtia vastaajien humalatilaa, joka voi omalta osaltaan vaikuttaa vastauksiin. Tutkimuksen tekijänä en usko, että tällä olisi ollut kuitenkaan suuria vaikutuksia, sillä jaoin lomakkeita ainoastaan päivä- ja alkuilt-aikaan. Pysin myös olemaan tarkkana siitä, ovatko vastaajat siinä kunnossa, että pystyvät antamaan validia tietoa. Osasta ihmisiä tämä on mahdotonta nähdä ulospäin, joten vastaajien humalatila täytyy ottaa huomioon tutkimusta tarkasteltaessa. Tutkimusta tehdessäni pyrin olemaan avarakatseinen enkä antanut omien mielipiteiden vaikuttaa, että tutkimus pysyisi mahdollisimman objektiivisena.

LÄHTEET

- Lähdetluoma, M. 2013. Kyläbaarin kutsu houkuttelee. Viitattu 11.10.2015.
http://yle.fi/uutiset/kylabaarin_kutsu_houkuttelee/6507004
- Newsbrokers Oy. 2013. Onnellisten kapakka. Viitattu 11.10.2015.
<http://www.sinebrychoff.fi/SiteCollectionDocuments/Tutkimuksia/2013-09-17-Onnellisten-Kapakka.pdf>
- MaRa ry. 2014. Alkoholiveron tuotto jäi 93 miljoonaa euroa budjetoidusta. Viitattu 11.10.2015. <http://mara.fi/mara-alkoholiveron-tuotto-jai-93-miljoonaa-eu>
- Hyttinen, K. 2014. Ravintola-alan ahdinko syvenee. Viitattu 11.10.2015.
<http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/ravintola-alan-ahdinko-syvenee-karaake-pitaa-pintansa-topless-tytoittakin/4556386>
- Baarista baariin–lyhytelokuva. 1992. M.A. Numminen ja muut keskiolutbaarien viiksekkäät ystävät. Viitattu 6.3.2014.
http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/ma_numminen_ja_muut_keskiolutbaarien_viiksekkat_ystavat_91876.html#media=91912
- Kuuhun ja takaisin – keskioluen tarina. 2004. Viitattu 6.3.2014.
http://yle.fi/elavaarkisto/artikkelit/kuuhun_ja_takaisin_keskioluen_tarina_93859.html#media=93865
- Terveyden ja hyvinvoinnin laitos. 2014. Alkoholilainsäädännön kehitys. Viitattu 6.3.2014.
http://www.thl.fi/fi_FI/web/neuvoa-antavat-fi/alkoholilainsaadannon-kehitys
- Sillanpää, M. 2002. Säännöstelty huvi. Suomalainen ravintola 1900-luvulla. Keuruu. Otava.
- Sulkunen, P., Alasuutari, P., Nätkin, R. & Kinnunen, M. 1985. Lähiöravintola. Keuruu. Otava.

- 1. Sukupuoli:** mies
nainen
- 2. Ikä:** _____
- 3. Siviilisääty:** sinkku
seurustelen
avoliitossa
avioliitossa
leski
- 4. Työtilanne:** työssäkäyvä
työtön
opiskelija
eläkeläinen
muu, mikä _____
- 5. Asuinpaikkakunta:** Peräseinäjoki
Seinäjoki
muu lähialueen kunta, mikä _____
muu, mikä _____
entinen peräseinäjokinen
- 6. Kuinka kauan olet käynyt Bar & Cafe Perätuvassa?**
- yli 20 vuotta 20–15 vuotta 15–10 vuotta
10–5 vuotta 5–2 vuotta alle kahden vuoden ajan

**Jos olet käynyt Bar & Cafe Perätuvassa alle kolmen vuoden ajan,
jatka kysymyksestä 9.**

7. Aiempina vuosina baarikahvila on ollut avoinna viikon jokaisena päivänä. Kuinka usein kävit tällöin Bar & Cafe Perätuvassa?

kerran viikossa 2-3 kertaa viikossa 4-6 kertaa viikossa
päivittäin joka toinen viikko harvemmin kuin joka toinen viikko

**8. Milloin yleensä kävit Bar & Cafe Perätuvassa sen ollessa auki joka päivä?
(voit valita monta vaihtoehtoa)**

arkisin ennen klo 16 arkisin klo 16 jälkeen arki-iltaisin
perjantai-iltaisin lauantapäivisin lauantai-iltaisin
sunnuntapäivisin vaihtelevasti kaikkia edellisiä

9. Nykyään baarikahvilan oltua avoinna vain viikonloppuisin, kuinka usein asioit Bar & Cafe Perätuvassa? (voit valita monta vaihtoehtoa)

joka viikko perjantai- ja lauantai-iltaisin joka perjantapäivä
joka viikko perjantai- tai lauantai-iltaisin
joka sunnuntai joka lauantapäivä
joka toinen viikko perjantai- ja/tai lauantai-iltaisin
joka toinen perjantapäivä joka toinen sunnuntai
joka toinen lauantapäivä
pari kertaa kuussa kerran kuussa
harvemmin

10. Kenen kanssa tavallisesti tulet Bar & Cafe Perätupaan?

yksin ystävien kanssa puolison/kumppanin kanssa

11. Numeroi kolme tärkeintä syytäsi käydä Bar & Cafe Perätuvassa?**(1 = tärkein, 3 = 3. tärkein)**

- haen seuraa
- siellä on aina tuttuja
- ainoa ravintola paikkakunnalla talvisin
- käyn tapaamassa kavereita
- käyn aloittelemassa iltaa
- pelaan biljardia/dartsia
- laulan karaokea
- käyn katsomassa bändejä
- katson urheilua tv:stä
- henkilökunta on mukavaa
- hinnat ovat edulliset
- ilmapiiri on miellyttävä
- humaltuminen
- käyn syömässä
- muu, mikä _____

12. Miten Bar & Cafe Perätupa on vaikuttanut sosiaaliseen elämääsi? (voit valita monta vaihtoehtoa)

- olen tutustunut uusiin ihmisiin
- olen järjestänyt juhlat/tilaisuuden siellä
- olen löytänyt puolisoni sieltä
- olen viettänyt parhaimpia hetkiäni ystäväni kanssa
- olen tehnyt hyviä kauppia siellä (esim. autokaupat)
- olen ollut osana porukkaa, esimerkiksi biljardiklubi tai korttikerho
- olen sosiaalisempi
- olen riitaantunut ihmisten kanssa
- muu, mikä _____

13. Uskotko että Bar & Cafe Perätuvan sulkeutuminen tulee vaikuttamaan sosiaaliseen elämääsi?

ei ollenkaan jonkin verran kyllä, paljon

Omia kommentteja Bar & Cafe Perätupaan liittyen:

Kiitos vastauksestasi!