

Ruokakarnevaalista ravintoloitsijaksi – Ravintolapäivän innoittamien yrittäjien näkemyksiä tapahtumasta

Tommi Simpanen

Opinnäytetyö

Hotelli- ja ravintola-alan koulu-
tushjelma

29.11.2015



Tekijä(t) Tommi Simpanen	
Koulutusohjelma Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Ruokakarnevaalista ravintoloitsijaksi – Ravintolapäivän innoittamien yrittäjien näkemyksiä tapahtumasta	Sivu- ja liitesivumäärä 35 + 1
<p>Pop up -tapahtumat ovat näkyvä osa 2000-lukulaista yhteisöllistä tekemistä. Näistä tapahtumista tunnetuin on vuonna 2011 Suomesta lähtenyt, nykyään neljä kertaa vuosittain järjestettävä Ravintolapäivä. Ravintolapäivä on ruokakarnevaali, jolloin kuka tahansa voi avata ravintolan yhdeksi päiväksi ilman lupa- tai hakemusmenettelyä. Ravintolapäivä on maailmanlaajuisesti levinnyt tapahtuma, johon on osallistunut kymmeniä tuhansia yhden päivän ravintoloitsijoita ympäri maailman. Kävijöitä Ravintolapäivän tapahtumissa on ollut arviolta yli kaksi miljoonaa.</p> <p>Opinnäytetyössä tutkitaan Ravintolapäivästä ponnistaneiden yrittäjien kokemuksia Ravintolapäivän vaikutuksesta liiketoiminnan perustamiseen, sen positiivisia ja negatiivisia puolia sekä tapahtuman vaikutusta suomalaiseen ruokakulttuuriin. Kymmenestä tietooni tulleet Ravintolapäivästä aloittaneesta yrittäjästä tutkimukseen osallistui yhdeksän, kahdeksasta eri yrityksestä. Haastateltavissa oli sekä kivijalkaravintoloitsijoita että ruokapyöräyrittäjiä. Osalla tutkimukseen osallistuneista oli jo ennestään kokemusta ravintola-alalta, osa oli ryhtynyt ruokayrittäjiksi muilta aloilta. Työssä selvitetään yrittäjien näkemyksiä Ravintolapäivän positiivisista ja negatiivisista vaikutuksista, liiketoiminnan aloittamisesta sekä yrittäjien tulevaisuudennäkymistä. Opinnäytetyö on toteutettu laadullisena tutkimuksena vuonna 2015 kesä- ja marraskuun välisenä aikana teemahaastatteluita apuna käyttäen.</p> <p>Ravintolapäivä nähtiin kaikkien yrittäjien toimesta erinomaisena koealustana erilaisten ruokakonseptien kokeilemiseen sen edullisuuden ja helposti lähestyttävän luonteen takia. Vaikka lähes kaikki haastateltavat löysivät tapahtumasta jotain kritisoitavaa, korostui vastauksissa Ravintolapäivän merkitys suomalaisen ruoka- ja ravintolakulttuurin edistäjänä. Ravintolapäivää voidaankin suositella ruoka-alan yrittäjyydestä kiinnostuneille - niin ravintola-alan taustan omaaville kuin muiltakin aloilta siirtyville - oman konseptin kokeilemisen apuvälineenä.</p>	
Asiasanat Ravintolapäivä, ravintolan perustaminen, ravintola-ala, katuruoka, ravintolat	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Pop up	3
2.1	Pop up -ravintolat.....	3
2.2	Katuruuan ja kioskien historia Helsingissä	6
2.3	Katuruokakulttuuri Helsingissä vuonna 2015.....	8
3	Ravintolapäivä.....	11
3.1	Ravintolapäivän taustaa.....	11
3.2	Ravintolapäivä lainsäädännöllisestä näkökulmasta.....	14
4	Haastattelututkimus Ravintolapäivästä innostuneille yrittäjille.....	16
4.1	Teemahaastattelu	16
4.2	Työn tutkimustapa ja sen toteutus.....	17
4.3	Työn teemoittelu ja analyysi	19
5	Tutkimustulokset	21
5.1	Matalan kynnyksen kokeiluja.....	21
5.2	Risuja ruusujen lisäksi.....	23
5.3	Byrokratia - ja onko sitä.....	24
5.4	Yrittäjien tulevaisuudennäkymät.....	25
5.5	Johtopäätökset.....	26
6	Pohdinta.....	28
	Lähteet	32
	Liite 1 Haastattelurunko	36

1 Johdanto

Opinnäytetyöni tavoitteena on tutkia sitä, kuinka Ravintolapäivä on innoittanut eri ihmisiä avaamaan oman pysyvän ravintolan tai ruoka-alan yrityksen. Halusin tutkia sitä, kuinka merkityksellisenä Ravintolapäivästä ponnistaneet yrittäjät näkivät kyseisen tapahtuman vaikutuksen oman yrityksensä perustamiselle, sekä mitä he kokivat tapahtuman positiiviseksi ja negatiiviseksi puoliksi. Vuonna 2011 Suomessa perustettu Ravintolapäivä on ruokakarnevaali, jolloin kuka tahansa voi päivän ajaksi avata oman ravintolan ilman lupahakemuksia tai ilmoitusmenettelyä. Ravintolapäivä on lyhyessä ajassa tuonut oman vahvan lisänsä suomalaiseen ruokakulttuuriin. Sen myötä ravintolan perustaminen nähdään helpommin lähestyttävänä projektina kuin vielä joitakin vuosia sitten.

Työni alkaa teoriaosuudella, jossa avaan pop up –käsitettä ravintola-alalla, historiaa ja nykytilaa. Pop up –ravintolat ovat nuori, vasta 2000-luvulla vakiintunut ilmiö. Niillä tarkoitetaan ravintolaa, joka aukeaa ainoastaan määräajaksi. Pop up –ravintoloiden avaamiselle on monia syitä: niillä halutaan kokeilla uusia liikeideoita, tehdä jo olemassa oleville ravintoloille kasvojenkohotusta tai tehdä väliaikaista bisnestä mielenkiintoisissa, uusissa ympäristöissä.

Koska yli puolet työhöni haastateltavista yrittäjistä toimii katuruokayrittäjinä, halusin työnsäni avata helsinkiläisen kioski- ja katuruokakulttuurin syntyä. Kioskikulttuuri Helsingissä juontaa juurensa 1800-luvun alkuajoille. Jo ennen kiinteiden kioskien syntymistä toimi kaupungissa useita kierteleviä kaupustelijoita, jotka muiden tuotteidensa ohessa möivät erilaisia ruokatarvikkeita, kuten hedelmiä ja makeisia. Kioskien kulta-aika sijoittui 1940–1950-luvuille, jolloin niitä rakennettiin kaupunkiin runsain mitoin olympialaisia varten. 2010-luvulla katuruuan suosio on taas voimistunut, ja kaupungissa on aloittanut lukuisia erilaisilla konsepteilla toimivia yrittäjiä, joista osa toimii kiinteiden kioskien tai ravintoloiden sijasta ruokapyörien ja -rekkojen avulla.

Työssä kerrotaan Ravintolapäivän synnystä ja nykyhetkestä. Ravintolapäivästä on tullut yksi suosituimmista pop up -tapahtumista niin Suomessa kuin maailmallakin. Arviolta yli kaksi miljoonaa ihmistä on vierailut yli 15 000:ssa Ravintolapäivän ravintolassa. Neljä kertaa vuodessa järjestettävä tapahtuma on kerännyt osakseen paljon kiitosta sekä lukuisia palkintoja. Ravintolapäivä on nähty uudenlaisen yhteisöllisyyden ja yhdessä tekemisen sanansaattajana ja se on inspiroinut ja synnyttänyt muitakin yhteisöllisiä tapahtumia, kuten Siivouspäivän.

Tutkimus suoritettiin laadullisena tutkimuksena vuoden 2015 kesän ja talven välillä teema-haastatteluita apuna käyttäen. Tutkimusta varten haastattelin Ravintolapäivästä ponnistaneita yrittäjiä. Haastattelin kahdeksasta eri yrityksestä yhdeksää eri yrittäjää, jotka ovat ennen liiketoiminnan aloittamista kokeilleet konseptiaan Ravintolapäivässä. Pysin mahdollisimman kattavaan ja monipuoliseen aineistoon haastattelemalla niin ravintola-alan taustan omaavia kuin myös muilta aloilta siirtyneitä yrittäjiä. Osa haastateltavista on avannut perinteisen, fyysisen ravintolan, osa taas on perustanut tällä hetkellä trendikkään liikkuvan ruokapyörän tai muun liikuteltavan ruuanmyyntipisteen. Haastatteluissa yrittäjien taustoja ja ajatuksia käytiin läpi laajasti ja tutkimusaineistosta nousi neljä teemaa: Ravintolapäivän positiiviset ja negatiiviset vaikutukset yrityksen perustamiseen ja suomalaiseen ravintolakulttuuriin, liiketoiminnan aloittamiseen liittyvä byrokratia ja yrittäjien tulevaisuuden suunnitelmat. Näiden teemojen käsittelyn jälkeen esittelen haastatteluista tekemäni johtopäätökset. Työ päättyy pohdintaan, jossa arvioin työstä saatuja tuloksia, työn uskottavuutta, opinnäytetyötä prosessina sekä omaa oppimistani.

2 Pop up

Pop up -termi tulee tietotekniikan ilmaisusta, ponnahdusikkunasta, joka ilmestyy varoittamatta käyttäjän ruudulle. Pop up -termi on vakiintunut suomen kieleen, eikä täällä puhuta ”ponnahdusravintoloista”. Aikaisemmin on puhuttu tilapäis- tai väliaikaisravintoloista, ja termi on ollut käytössä esimerkiksi tilapäismajoituksen tai tilapäislehtien, kuten vappulehtien, muodossa. (Nuutinen 2011, 28.)

Pop up -ravintolat saivat alkunsa vuonna 2009 Lontoossa. Helsingin Sanomat kirjoitti tuolloin aiheesta otsikolla ”Kummallisista pop up -ravintoloista on tullut ilmiö Lontoossa”. Suomeen pop up -ravintolat rantautuivat Ravintolapäivän muodossa vuonna 2011. Tänä päivänä pop up -ravintoloita ei enää nähdä kummallisena ilmiönä, vaan ne ovat saaneet vahvan jalansijan suomalaisessa ravintolakulttuurissa. Vaikka pop up -ilmiö saapuikin Suomeen ravintoloiden muodossa, on se levinnyt sen jälkeen laajemminkin elämän eri osaluille. (Nuutinen 2011, 28-29.)

Yhteiskunnassa on nähtävissä muutos asioiden muuttumisesta tilapäisempään suuntaan monellakin saralla. Jo pelkästään ravintola-alalla vuokratyöpaikat, määräaikaiset työsuhteet ja niin sanotut nollatuntisopimukset ovat tulleet osaksi monien työntekijöiden arkea. Tämä kertoo suuremmasta ilmiöstä, jossa asioiden jatkuvuudesta ei ole samanlaista varmuutta kuin vielä joitakin vuosia sitten. Läpi 2010-luvun jatkunut taloudellinen taantuma on luonut epävarmuutta niin työmarkkinoille kuin muuallekin yhteiskuntaan. Taloudellinen epävarmuus on synnyttänyt pop up -ilmiön, joka ravintola-alan lisäksi on nähtävissä monissa muissakin liike-elämän konsepteissa. Pop up -liikkeitä on ravintoloiden lisäksi syntynyt muun muassa kaupan, taidenäyttelyiden ja kampaamojen muodoissa. Pop up -kulttuuri nähdään mahdollisuutena perustaa oman näköisensä yritys vain määräajaksi. Tällöin yrittäjä voi kokeilla oman konseptinsa toimivuutta käytännössä ilman suuria alkuinvestointeja tai -panostuksia

2.1 Pop up -ravintolat

Pop up -ravintola on ravintola, joka aukeaa vain tilapäiseksi ajaksi, yleensä johonkin jo valmiiksi olemassa olevaan kohteeseen. Perinteisistä ravintoloista nämä ravintolat eroavat sillä, ettei niitä ole tarkoitettukaan pysyviksi ja jatkuviksi, vaan ne ovat olemassa ainoastaan joitakin päiviä, viikkoja tai kuukausia. Pop up -ravintoloille ominaista on niiden sijainti epätavallisemmissa paikoissa, esimerkiksi hylätyssä teollisuustilassa, ladossa tai ravintoloitsijan kotona. Koska toiminnasta ei ole tarkoituskaan tehdä pysyvää, on kynnys ravintolan perustamiselle usein pienempi kuin pysyvän ravintolan. Perustamiskustannukset pop

up -ravintolalle ovat pienemmät kuin perinteiselle ravintolalle. Tämän vuoksi ihmiset, joilla ei ole välttämättä ravintola-alan taustaa, uskaltavat lähtemään ravintolabisnekseen mukaan pop up -ravintolan muodossa. Joskus menestyneimpien pop up -ravintoloiden ravintoloitsijat uskaltavat ravintolansa menestyksen myötä lähteä ravintola-alalle pysyvämmiin. (Social Republic 2015.)

Pop up -ravintoloista on tullut monille keittiömestareille tapa kokeilla uusia ja villimpiä ideoita, joita he eivät omissa ravintoloissaan halua tai uskalla muuten kokeilla. Monet maailman tunnetuimmista keittiömestareista ovat avanneet väliaikaisia ravintoloita. Amerikkalainen keittiömestari Thomas Keller avasi pop up -ravintola Ad Libin siksi aikaa, kun hänen maailmankuulu ravintolansa French Laundry oli remontissa. (Bite Club Eats 2015.) Pop up -ravintoloita on avattu yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa, kuten englantilaisen huipukeittiömestari Pierre Koffmannin ja kuuluisan englantilaisen tavaratalon Selfridgesin katalle avattu pop up -ravintola (Strand 2010).

Epävarma taloudellinen tilanne on saanut ravintolayrittäjiä lähtemään pop up -yrittäjiksi. Tavallista ravintolaa huomattavasti alhaisemmat perustamiskustannukset sekä pienempi taloudellinen riski on houkuttanut alalle yrittäjiä, jotka näkevät kivijalkaravintolalle vaihtoehdona keskittyä ainoastaan tilapäisiin ravintoloihin. Osa yrittäjistä kokee pop up -ravintoloiden mahdollistavan kokeellisemman ja rohkeamman ruuanlaiton perinteisiin ravintoloihin verrattuna. Jotkin yrittäjät pyörittävät pop up -ravintoloitaan myös päivätyönsä ohessa, esimerkiksi yhtenä iltana viikossa. Näiden ravintoloiden hyvänä puolena nähdään se, että mikäli ravintola ei valitulla sijainnilla tai konseptilla menesty, voidaan se helposti siirtää toiseen paikkaan tai aloittaa uudella liikeidealla. (Jennings 2009, 1, 6, 38-39.)

Pop up -ravintoloiden kautta yrittäjillä on mahdollisuus uudistaa yrityksensä ilmettä, hankkia uusia asiakkaita ja luoda täysin uusia konsepteja. Nämä ravintolat mahdollistavat nuorten nousevien kykyjen esiintulon edullisella ja suhteellisen vähäriskisellä tavalla. Tällainen konsepti ei aina tarkoita edullista illalliskokemusta, sillä esimerkiksi Yhdysvalloissa jotkin pop up -ravintolat vaativat vuosittaisen jäsenmaksun, joka vaihtelee 125–175 dollariin (noin 100–150 euroa) välillä ja tämän lisäksi ne veloittavat 50–85 dollaria (noin 40–70 euroa) aterialta. Tällaiset korkean hintatason väliaikaiset ravintolat sijaitsevat yleensä erikoisissa paikoissa, kuten vanhassa kalkkikaivoksessa tai nostokurjen huipulla, ja ne voivat sijainnillaan hinnoitella itsensä arvokkaampaan hintaluokkaan. (Baras 2015, D4.)

Useina vuosina maailman parhaaksi ravintolaksi valittu tanskalainen Noma siirsi koko ravintolansa toiminnan ja 70 henkilökunnan jäsentä kuudeksi viikoksi Japaniin Mandarin

Oriental Tokion-hotelliin avattuun pop up -ravintolaan. Ravintola otti kuudelle viikolle 3456 varausta, 60 000 asiakasta jäi varausjonoon. (Business Insider 2015.)



Kuva 1. The Secret Garden (Murphy 2014)

Irlantiin, Dubliniin avautui keväällä 2014 pop up -ravintola viideksi päiväksi. Ravintola varattiin täyteen kaikiksi päiviksi sekä lounaalle että illalliselle. Ravintola markkinoitiin ”salaisuudella”, joka paljastettiin vasta ravintolan toiseksi viimeisenä päivänä. Salaisuudeksi paljastui, että koko ravintola oli vähittäiskauppaketju LIDLin käsialaa, ja kaikki ravintolassa tarjotut tuotteet olivat LIDLin valikoimista. (The Secret Garden 2014.)

Useat suomalaiset keittiömestarit ovat avanneet pop up -ravintoloita, niin Suomeen kuin ulkomaille. Keittiömestari ja ravintoloitsija Hans Välimäki avasi pop up -ravintolansa, Pop Sushi & Noodle Barin viiden päivän ajaksi Tampereella helmikuussa 2015. Välimäki halusi testauttaa konseptiaan väliaikaisen ravintolan muodossa. Mikäli asiakkaita olisi riittävästi, olisi yhtenä vaihtoehtona avata ravintola pysyvämmiin, ainakin lounasajaksi. (Aamulehti 2015.)

Ravintoloitsija ja keittiömestari Antto Melasniemellä on ollut useampikin pop up -ravintola ulkomailla. Vuonna 2010 Melasniemi järjesti yhdessä Suomen Lontoon instituutin kanssa HEL YES!-ravintolan ja taidenäyttelyn London Design Festivalin yhteydessä. Ravintolassa

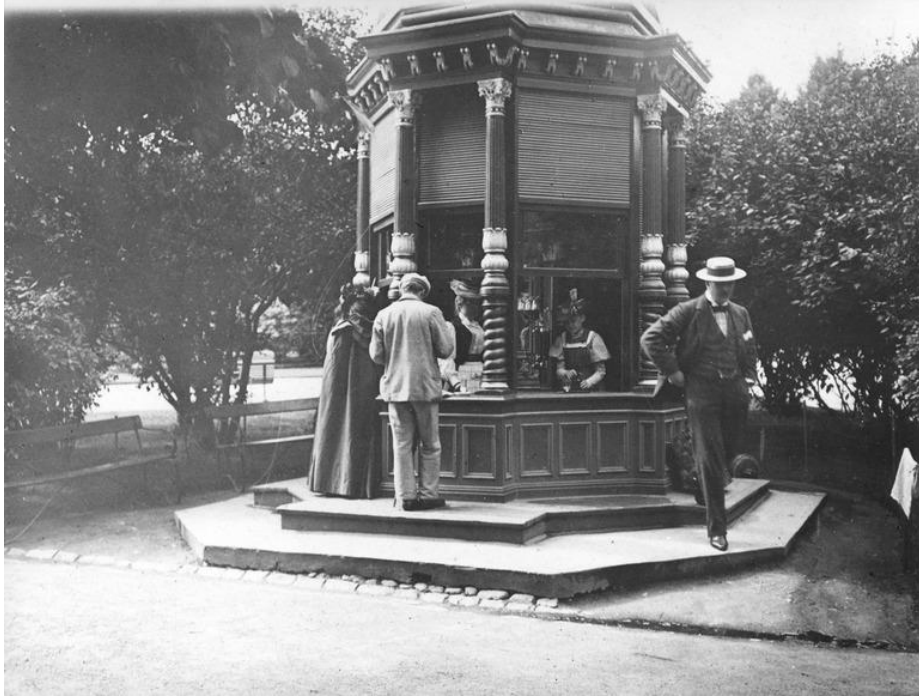
järjestettiin näyttelyn lisäksi keskustelutilaisuuksia. Vanhaan tehdastilaan rakennettu tilapäinen ravintola ja taidenäyttely olivat valtava menestys, taidenäyttelyä kävi katsomassa kolmen aukioloviikon aikana 5000 vierasta, joista 3000 ruokailijaa. Ravintolan paikat olivat loppuunvarattuja ensimmäisestä päivästä alkaen. (Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2010.) Suuren suosion siivittämänä HEL YES! järjestettiin Helsingissä kahden viikon ajan alkuvuodesta 2011 (The Finnish Institute In London 2011). Joulukuussa 2014 Melasniemi avasi Lontooseen kuukauden ajaksi väliaikaisen ravintola Tenün, jossa tarjottiin karjalais-ten perinneruokien lisäksi suomalaista giniä. Melasniemen mukaan tällaiset tilapäiset ravintolahankkeet eivät ole ikinä taloudellisesti kannattavia, vaan ravintolan avaamiseen motivoi suomalaisen ruuan tekeminen tunnetuksi maailmalla sekä uusien, rohkeiden asioiden kokeileminen. (Sipilä 2014.)

2.2 Katuruuan ja kioskien historia Helsingissä

1800-luvulta pohjaava kioski- ja katumyyntikulttuuri on toiminut ponnahduslautana 2010-luvulla suureen suosioon kasvaneelle katuruokakulttuurille.

Helsinkiin on perustettu kioskeja jo 1800-luvun alkupuolelta lähtien. Vuonna 1840 aukesi nykyisen ravintola Kappelin kohdalle kondiittori Jerngrenin kivirakenteinen kioski. Kioskit ovat noudattaneet aikansa arkkitehtuuria, niitä on rakennettu niin jugendin, funktionalismin kuin modernisminkin hengessä. Erilaiset kioskit ovat aina toimineet kohtaamispaikkoina ja olleet iso osa kaupungin julkikuvaa. (Mäkinen 2003.)

Kaupungin kahtiajakautuminen porvaris- ja työläiskaupunginisiin näkyi 1800-luvulla ja 1900-luvun alkupuolella kioskien erilaisissa ulkomuodoissa. Siinä missä porvarillisiin kivi-kaupunginisiin kioskit suunniteltiin arkkitehtien toimesta, nousi työläiskaupunginisiin kioskeja ja kahvikoujuja ilman sen suurempaa suunnittelua. (Mäkinen 2003.)



Kuva 2. Kioski Runebergin esplanadilla 1890-luvulla (Helsingin taidemuseo)

Suuri osa kaupungin kaupasta tapahtui 1800-luvulla katukauppana. Kiertelevät kauppiat möivät kannettavista laukuista tai kärryistä hedelmiä, makeisia, tupakkaa ja muita hyödykkeitä. Venäläiset kauppiat aloittivat jäätelönmyynnin ensin Esplanadilla, mutta muuttivat toimintansa kiertäväksi kärrykaupaksi. Myyntikärryissä oli sahajauhoilla, jäällä ja suolalla täytetty sinkkilaatikko, josta myyntiin perinteisesti neljää eri makuista jäätelöä, vaniljaa, suklaata, mansikkaa ja sitruunaa. (Mäkinen 2003.)

Pelko kulkutautien leviämisestä sai kaupungin tiukentamaan katumyynnin määräyksiä. Vuonna 1919 kaupunginvaltuusto hyväksyi määräykset, jotka koskivat kaduilla tapahtuvan ruuan ja juoman myyntiä. Määräyksissä asetettiin esim. minimipinta-ala kioskeille, joista ruuanmyyntiä harjoitettiin. Ennen toista maailmansotaa Helsingissä toimi jo 40 noin makkaramyyntikioskia, 44 virvoitusjuomakioskia, 5 hedelmien myyntipaikkaa ja noin 30 jäätelökioskia. (Mäkinen 2003.)



Kuva 3. Vuonna 1937 suunniteltu funkkistyylinen lippakioski Helsingin Töölössä toimii nykyään Salmiakikioskina (Hugovk 2014)

Ensimmäisen kerran kioskin funktiota varsinaisena työtilana ajateltiin vuonna 1937 suunniteltujen lippakioskien myötä. Niissä laitteille ja tavaroille oli jo valmiiksi arkkitehdin puolesta mietitty sijoittelu. Vielä tänä päivänä Helsingissä on 19 lippakioskia. Helsingille myönnettiin olympialaiset vuodelle 1940. Tämän johdosta kaupunki tarvitsi runsaasti lisää myyntitilaa, joten kioskeja rakennettiin ahkerasti. Sodan takia olympialaiset kuitenkin peruuntuivat, mutta vuoden 1952 olympialaisia varten kioskeja jouduttiin kuitenkin rakentamaan vielä lisää. 1960-luvulla käyttöön otettiin kevytrakenteinen kioskityyppi jossa tilat oli mitoitettu minimiin eikä niissä ollut mitään ylimääräistä. Nämä kioskit toimivat ympäri kaupunkia lähinnä lehdenmyyntikioskeina sekä nakkikioskeina, ”*snagareina*”. Helsinki oli kulttuuripääkaupunki vuonna 2000 ja sen kunniaksi vanhoja rumina pidettyjä modernistisia kuutiokioskeja purettiin ja ne korvattiin nykyaikaisilla, WC:eillä ja ilmastoinnilla varustetuilla kioskeilla. Kuten koko historian ajan, oli tällöinkin tarkoituksena kaunistaa kaupunkikuvaa ja parantaa hygienia- ja puhtausolosuhteita. (Mäkinen 2003.)

2.3 Katuruokakulttuuri Helsingissä vuonna 2015

Katuruokakulttuuri on vahvistunut Helsingissä huomattavasti 2010-luvulla. Kuluttajat ovat alkaneet vaatia muillakin ruokakaupan osa-alueilla yhä parempaa laatua ja tämä heijastuu katuruuan trendeissä. Kun grillikioskiruoka aikaisemmin miellettiin pelkästään rasvaiseksi vatsantäytteeksi, haluavat asiakkaat nykyään raikkaita, tähän päivään päivitettyjä makuja. Käytettävät raaka-aineet ovat tuoreita ja laadukkaita, ja ruualta haetaan ylellisyyttä. Ranskalaiset perunat voidaan maustaa suolan sijasta tryffelillä, hampurilaisessa perinteisen

jauhelihapihvin saattaa korvata pitkään haudutettu porsaanliha tai hummeri ja hodarissa perinteisen nakin korvaa chorizo-makkara (Viini-lehti 2014).

Useat yrittäjät ovat Helsingissä avanneet katuruokapisteensä lisäksi perinteisemmän kivi-jalkaravintolan, joissa myytävä ruoka on kuitenkin hyvinkin katuruokatyypistä. Tällaisia ravintoloita ovat mm.

- **Fafa's.** Nykyään viidessä toimipisteessä toimiva Lähi-idän ruokaa tarjoava ravintolaketju. Ketjulla on neljä ravintolaa Helsingissä ja yksi Kööpenhaminassa, lisäksi catering-yritys ja leipomo. Perustettu vuonna 2011. (Fafa's 2015.)
- **Döner Harju.** Kaksi ravintola-alan konkaria perustivat turkkilaista döner-ruokaa tarjoavan ravintolan vuonna 2014. Konseptia testattiin ensin Ravintolapäivässä muutamaan otteeseen. Oikean liiketilan löytyminen kesti vuoden, tänä aikana samat tekijät perustivat Harjun makkaratehtaan. (NYT 2014.)
- **Street Gastro.** Alun perin Senaatintorin kupeeseen avattu premium-leipiä myyvä yritys on laajentunut kolmeen kivijalkapisteeseen, lisäksi yritys tekee catering-toimintaa sekä kaupoissa myytävää ylikypsää lihaa Street Gastro-tuotemerkillä. Perustettu vuonna 2013. (Street Gastro 2015.)
- **Ahorita.** Meksikolaistyyppinen taqueria joka tarjoaa tacoja ja nachoja. Kaksi ravintolaa sijaitsevat Kluuvin ja Jumbon kauppakeskuksissa. Royal ravintolat -ketjun omistuksessa. Tarkoitus laajentaa isommaksi ketjuksi. Perustettu vuonna 2015. (Ahorita 2015.)
- **Chalupa.** Kotipizza-ketjun omistuksessa oleva, meksikolaisia burritoja tarjoava fast casual -ravintola, jonka lisäksi heillä on käytössä ruokarekka. Helsingin Kallion toimipiste avattu vuonna 2015, tarkoitus laajentaa maanlaajuiseksi ketjuksi. (Chalupa 2015.)
- **Piece 'n' Love.** Hiiligrillillä pizzoja valmistava katuruokayritys, joka avasi kesällä 2015 konttiravintolan Helsingin Hernesaaren rantaan. Marraskuussa 2015 avaavat kivijalkaravintolan Uudenmaankadulle. (Piece 'N' Love Pizza 2015.)

Laadukas katuruoka on noussut usean tapahtuman tärkeäksi sivuohjelmaksi tai itse tapahtuman keskiöön. Vuonna 2014 alkanut Street Helsinki-tapahtuma on kolmeen otteeseen kerännyt yhteen ruokarekkayrittäjiä niin Suomesta kuin ulkomailtakin. Vuoden 2015 maaliskuussa Torikortteleissa järjestetty Street Helsinki myi lähes 55 000 ruoka-annosta

kahden päivän aikana 66 eri yrittäjän voimin. (Streat Helsinki 2015.) Suomalaiset huippukeittiömestarit ovat olleet mukana katuruokatapahtumissa, kuten Michelin-tähdellä palkitun Chef & Sommelier ravintolan ravintoloitsija ja keittiömestari Sasu Laukkonen, joka osallistui Streat Helsinki-tapahtumaan maaliskuussa 2014 (Streat Helsinki 2014). Tämä on hyvä osoitus siitä, kuinka katuruoka voidaan nostaa aivan uudelle tasolle niin laadun kuin arvostuksenkin puolesta.



Kuva 4. Perinteiset nakkikioskit ovat saaneet haastajia uusista katuruokaa tarjoavista yrittäjistä (Korhonen 2007)

Monet perinteisemmät festivaalit, kuten Ruisrock, ovat viime vuosina panostaneet erityisen paljon ruokatarjontaan. Ruisrockissa perinteisten festivaaliruokien lisäksi tarjolla oli kesällä 2015 muun muassa paikallisten pientuottajien sekä turkulaisten ravintoloitsijoiden tuotteita. (Lahti 2015). Festivaalivieraat eivät enää nykyään tyydy perinteiseen kebab-pannuun tai makkaraperunoihin, vaan festivaaliruualta odotetaan maistuvuutta, raikkautta ja modernimpaa otetta.

3 Ravintolapäivä

”Ravintolapäivä on uutta ja yllättävää. Se on kaupunkilaisten luomaa kulttuuria kaupunkilaisille. Se ottaa Helsingin haltuun muuttaen puistoja, kadunkulmia, huvimajoja ja olohuoneita ainutkertaisiksi elämyksiksi, joissa pääosassa ovat ruokakulttuuri ja helsinkiläiset”. Näin perusteli Helsingin kulttuuriteko 2011-palkintoa silloinen kansanedustaja ja lautakunnan jäsen, Anni Sinnemäki. (Ravintolapäivä 26.11.2012.)

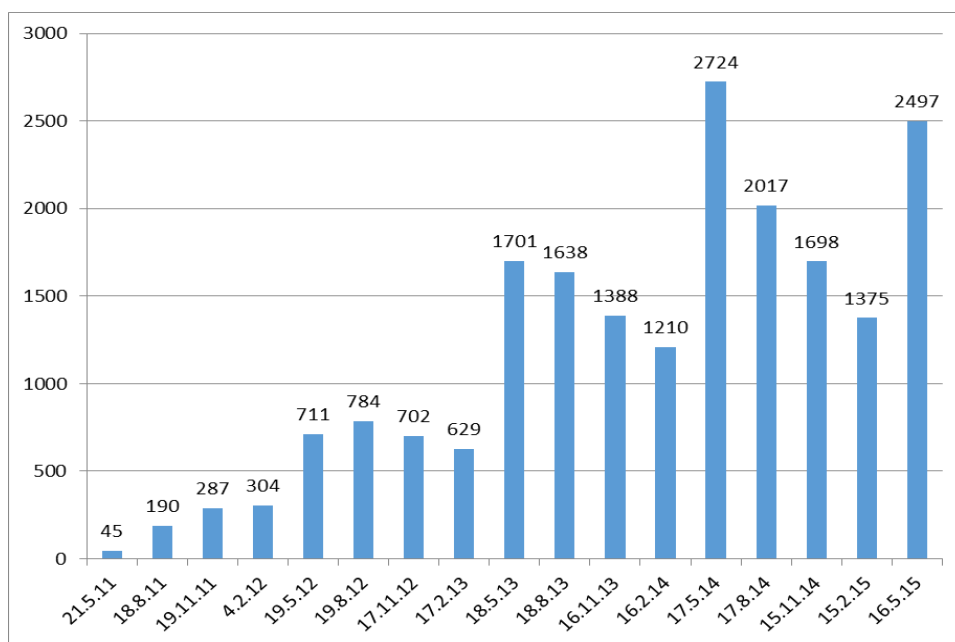
3.1 Ravintolapäivän taustaa

Ravintolapäivä on toukokuussa 2011 ensimmäisen kerran järjestetty, Suomesta lähtenyt tapahtuma, jonka aikana kuka tahansa voi avata oman pop up -ravintolansa yhden päivän ajaksi. Ravintolapäivän idea lähti helsinkiläisten ystäväysten Antti Tuomolan, Olli Sirénin ja Timo Santalan ajatuksesta, että kuka tahansa voisi yhden päivän ajaksi perustaa oman ravintolan ilman yhteiskunnan jäykkää byrokraattista säätelyä. Ravintolapäivä järjestetään vuosittain neljänä päivänä, helmi-, touko-, elo- ja marraskuussa. Kirjotushetkellä Ravintolapäivä on järjestetty 18 kertaa, 71:ssä eri maassa. Ravintoloita näiden päivien aikana on ollut yli 15 000, noin 60 000 eri ravintoloitsijan toimesta. Kävijöitä tapahtumissa on ollut kaiken kaikkiaan arviolta 2,3 miljoonaa. Ravintolapäivä on voittanut lyhyen historiansa aikana lukuisia palkintoja, kuten jo perustamisvuonna saatu opetus- ja kulttuuriministeriön myöntämä Suomi-palkinto, arvoltaan 30 500 euroa. Palkintopuheessa silloinen opetus- ja kulttuuriministeri Paavo Arhinmäki totesi: ”Ravintolapäivä on todennäköisesti vaikuttanut suomalaiseseen ravintolakulttuurin enemmän kuin mikään muu sen jälkeen, kun uusi alkoholilaki säädettiin vuonna 1969 ja olut vapautettiin myyntiin ruokakaupoissa.” (Restaurant Day 2015).

Ravintolapäivän ravintoloitsijoilla on vapaat kädet toteuttaa juuri omannäköisiä ravintoloita ja Ravintolapäivinä onkin nähty mitä erikoisempia ideoita ja konsepteja kuten vauvojen sormiruokaravintola Koura ja Pinsetti (Karhu 2012), koirien herkkuihin erikoistunut ravintola sekä lakitekstiin käärittyjä punajuurileivoksia tarjoava ravintola (Iltasanomat 2013).



Kuva 5. Unkarilaista gulassikeittoa tarjolla Ravintolapäivässä vuoden 2013 helmikuussa (Sivén 2013)



Kuvio 1. Ravintolapäivän ravintoloiden määrät (Restaurant Day)

Kuten kuvista 1 on huomattavissa, on Ravintolapäivän ravintoloiden määrä kasvanut vauhdilla vuoden 2011 toukokuusta vuoden 2015 toukokuuhun. Piikki ravintoloiden määrässä sijoittuu touko- ja elokuulle, tämä onkin ymmärrettävää, sillä pop up -ravintolan pitäminen kesäkuukausina on helpompaa jo pelkästään sääolosuhteiden takia.



Kuva 6. Yksi suosituksi tulleista tavoista myydä ruokaa Ravintolapäivänä on suoraan asuntojen ikkunoista (Tulenheimo 2011)

Matkailu- ja ravintola-alan järjestön Maran tekemän kyselyn mukaan kaupunkien keskuksissa toimivista ravintoloista kolmannes näki Ravintolapäivän vaikuttavan negatiivisesti myyntiinsä, vähentäen myyntiä yli kymmenellä prosentilla. Suurin vaikutus Ravintolapäivällä on ruokaravintoloiden myyntiin. Yksittäisten ravintoloiden myynti laskee tutkimuksen mukaan jopa puoleen Ravintolapäivänä. Yli puolet tutkimukseen vastanneista yrittäjistä näki Ravintolapäivän kaiken kaikkiaan positiivisena ilmiönä sen ravintolakulttuuria edistävän ja sääätelyä vähentävän luonteen takia, joskin Ravintolapäivän nähtiin antavan väärin kuvaa ravintolaruuan hinnasta ja kulurakenteesta. (Tienhaara 2014.) Haastattelututkimuksessani nämä kaikki kohdat löytyivät haastateltavien vastauksista, sillä vaikka jotkut yrittäjistä näkivät Ravintolapäivän jossain määrin verottavan heidän myyntiään, nähtiin se kuitenkin kokonaisuudessaan positiivisena ja ulkona syömisen kulttuuria kasvattavana tapahtumana. Yksi haastateltavista mainitsi ongelmaksi sen, kuinka Ravintolapäivä saattaa luoda virheellisen kuvan ravintolassa myytävän ruuan hinnoittelusta.

Maran toimitusjohtaja Timo Lappi esitti, että Ravintolapäivä siirrettäisiin tapahtumaan vakituisesti sunnuntaisin, kun suurin osa ravintoloista on muutenkin kiinni. Tällöin Ravintolapäivä vaikuttaisi mahdollisimman harvojen ravintoloiden myyntiin negatiivisesti. Ravintolapäivän perustaja Timo Santala kuitenkin muistutti, että Ravintolapäivä on kansainvälinen tapahtuma, eikä sen järjestämistä voida katsoa pelkästään siltä kantilta, miten se vaikuttaa suomalaisten ravintoloiden myyntiin. Santala on myös sitä mieltä, että mikäli Ravintolapäivänä tapahtuva amatöörien kokkailu vähentää ravintoloiden myyntiä, tulisi ravintoloiden pikemminkin kiinnittää enemmän huomiota oman tuotteen hintaan ja laatuun Ravintolapäivän ravintoloiden syyttelyn sijasta. (Moisio 2014.)

3.2 Ravintolapäivä lainsäädännöllisestä näkökulmasta

Lainsäädännöllisestä näkökulmasta Ravintolapäivän kaltaiselle pop up -ravintolan pitämiselle ei ole esteitä, yksityinen toimija saa pitää vähäriskistä ravintolaa. Vähäriskisellä tarkoitetaan esimerkiksi keitto- ja pataruokia sekä kypsennettyä kalaa ja lihaa. Raakoja kalaa ja lihatuotteita, kuten tartar-pihvejä tai graavattua kalaa, ei pop up -ravintoloissa tulisi tarjota. Väliaikainen pop up -ravintola, kuten Ravintolapäivän ravintola, ei vaadi elintarvikehuoneistoilmoitusta, joka pidempiaikaisemmissa ravintoloissa on tehtävä. Ravintolapäivän ravintoloita koskevat samat elintarvikelain vaatimukset hygieniasta ja raaka-aineiden käsittelystä kuin tavallisia ravintoloita. Pop up -ravintoloitsija on vastuussa tarjoamistaan tuotteista ja niiden turvallisuudesta, aivan kuten ravintoloitsijat yleensä. Vaikka pop up -ravintolat eivät ole säännöllisten elintarviketarkastusten ja -valvonnan piirissä, saatetaan niihin silti tehdä pistotarkastuksia.

Ravintolapäivän alkuaikoina oli epäselvyyttä siitä, minkälaiset lainsäädännölliset koskevat tämän tyyppisten tapahtumien alkoholitarjoilua. Muutamana ensimmäisenä Ravintolapäivänä osa ravintoloitsijoista tarjosi ruokien kera alkoholijuomia. Poliisihallitus sekä sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira puuttuivat tähän kieltäen alkoholin myynnin ja tarjoilun rangaistusvaatimuksen uhalla. (Manninen 2013.) Alkoholin myynti olisi mahdollista hakemalla anniskelulupa aluehallintavirastolta, mutta vaivalloisen ja kalliin prosessin takia tähän ei ole juurikaan lähdetty. Anniskelulupaa varten ravintoloitsijalla pitäisi olla mm. Y-tunnus sekä toiminnan pitäisi olla ammattimaista. (Kaleva 2011.)

Helsingissä Rakennusvirasto on ohjeistanut Ravintolapäivän ravintoloitsijoita oikean myyntipaikan valitsemisessa. Myyntipaikan tulisi sijaita kovalla pinnalla, kuten asfaltilla taikka kivetyksellä. Nurmipinnalla ravintolan pitäminen ei ole sallittua. Ravintoloitsijoiden tulisi huolehtia siitä, että yleinen liikenne ja jalankulku eivät häiriinny ravintolan takia. Jätehuollosta tulisi huolehtia niin, että kaikki tapahtumasta kertyneet roskat siivottaisiin pois ja

alue pidettäisiin siistinä. Jotkin paikat, kuten Senaatintori, on kokonaan tapahtumalta kiellettyä aluetta. (Rakennusvirasto 2015.)

Ravintolapäivä on saanut kehujen lisäksi osakseen kritiikkiä. Yksi kriitikoista on Hans Välimäki, yksi Suomen tunnetuimmista ja arvostetuimmista keittiömestareista. Vaikka Välimäen mielestä onkin hienoa, että tällaisia tapahtumia järjestetään, hän kokee ongelmallisenä sen, etteivät amatöörikokit tunne tarpeeksi hyvin ruokien säilytys- ja hygienianäkökohtia. (Länsiväylä 2014.) Perussuomalaisten kansanedustaja Maria Tolppanen taas syytti Ravintolapäivää harmaan talouden suosimisesta ja edistämisestä. Välimäen tavoin Tolppanen oli huolestunut Ravintolapäivän aiheuttamista mahdollisista ruokamyrkytystapauksista. (Sutinen 2012.) Vaikka Helsingin ympäristökeskukseen ilmoitetaan ruokamyrkytyspäilyjä lähes päivittäin, ei Ravintolapäivän johdosta ole kaupunginepidemiologi Hannele Kotilaisen mukaan tehty ainuttakaan ilmoitusta (Kontkanen 2015).

4 Haastattelututkimus Ravintolapäivästä innostuneille yrittäjille

”Lähtökohtana kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa on todellisen elämän kuvaaminen. Tähän sisältyy ajatus, että todellisuus on moninainen.” (Hirsjärvi ym. 2007, 157.)

Kvalitatiivisessa eli laadullisessa tutkimuksessa haetaan tietoa pienestä, yksityiskohtaisesta joukosta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ei olla niinkään kiinnostuneita tiedon määrästä vaan sen laadusta. Lähtökohtana on tutkittavan kohteen tiedon kartoittaminen mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Kvalitatiivisen tutkimuksen tähtäimenä on pikemminkin uusien tosiasioiden löytäminen kuin jo olemassa olevien totuusväittämien todentaminen. (Hirsjärvi ym. 2007, 157.)

4.1 Teemahaastattelu

Yksi käytetyimpiä kvalitatiivisen tutkimuksen keinoja on haastattelu ja etenkin vapaamuotoisten haastattelujen käyttö on lisääntynyt. Joustavuutensa puolesta haastattelut ovat moniin eri tutkimustarkoituksiin sopivia tutkimuksen muotoja. Haastattelujen tarkoituksena on kartoittaa alueita, joista meillä on ennestään vain vähän tietoa, selventää vastauksia sekä syventää tietoa tutkittavasta aiheesta. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 34-35.) Haastattelu on perinteisesti jaettu kolmeen eri kategoriaan: lomakehaastattelu eli strukturoitu haastattelu, avoin eli strukturoimaton haastattelu sekä teema- eli puolistrukturoitu haastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 43-47.)

Strukturoidun ja strukturoimattoman haastattelun välimuoto on puolistrukturoitu eli teemahaastattelu, jossa selvitetään haastateltavan ajatuksia puoliavoimella haastattelurungolla. Teemahaastattelu keskittyy tiettyihin teemoihin, joita haastattelija ja haastateltava keskustelunomaisesti käyvät läpi. Kysymysten muoto ja järjestys ovat haastattelijan tiedossa, mutta haastattelun tarkka rakenne puuttuu. Sen sijaan haastattelun yksi keskeisimmistä tekijöistä, eli teema-alueet, ovat kaikille haastateltaville samat. Teemahaastattelu ei ole pelkästään kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen muoto, vaan sitä käytetään apuna myös kvantitatiivisessa eli määrällisessä tutkimuksessa. Haastattelukertojen määrä ei ole teemahaastattelussa määritelty, eikä se kuinka syvällisesti aiheeseen tutkija ja haastateltava voivat haastatteluissaan paneutua. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 47-78.)

Käytin teemahaastattelua tutkimuksen keinona, sillä mielestäni sen puoliavoin muoto mahdollisti parhaan tiedonsaannin työhöni liittyen. Jos olisin toteuttanut tutkimuksen strukturoitujen haastattelujen muodossa, olisi saatu tieto jäänyt kapea-alaisemmaksi eikä olisi

haastattelujen kautta saanut tarpeellisia painotuksia ja ideoita siitä, mihin suuntaan työn vieminen olisi viisainta. Strukturoituja haastatteluja varten minulla olisi pitänyt olla enemmän taustatietoja aiheeseen liittyen, mutta koska tutkimusta pop up -ilmiöstä tai Ravintolapäivästä ei ole juurikaan tehty, ei tällaisen taustatiedon kerääminen ollut mahdollista. Avoimilla haastatteluilla saatu tieto olisi taas ollut liian laaja-alaista ja sen analysoiminen ja jäsentely käytettävään muotoon olisi ollut työlästä. Strukturoimattoman haastattelun avulla en olisi välttämättä saanut kerättyä kaikkea haluaamani tietoa haasteltavilta, sillä avoimet haastattelut eivät yleensä pysy rakenteessa ja keskustelu on polveilevaa (Hirsjärvi & Hurme 2010, 46).

4.2 Työn tutkimustapa ja sen toteutus

Alkuperäisen suunnitelman mukaan minun oli tarkoitus käyttää opinnäytetyössäni sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Sen lisäksi, että halusin tutkia jo olemassaolevia, Ravintolapäivän pohjalta lähteneitä yrittäjiä, oli minun tarkoitus tutkia elokuussa 2015 Ravintolapäivään osallistuneiden ravintoloitsijoiden mahdollista halukkuutta perustaa oma ravintola tai muu ravitsemusalan yritys tulevaisuudessa. Olin suunnitellut toteuttavani Webproppol-kyselyn, jonka olisin lähettänyt mahdollisimman monille Ravintolapäivän osallistujille. Tämän lisäksi suunnitelmassani oli haastatella ehkä kolmea jo yrityksen perustanutta ihmistä. Nämä suunnitelmat kaatuivat tiedonkeräämisen vaikeuteen, sillä en onnistunut saamaan elokuun Ravintolapäivän osallistujien yhteystietoja, vaan olisin joutunut keräämään ne yksitellen Ravintolapäivän internetsivujen Maplantis-sovelluksesta. Näin tämän liian työläänä ja aikaa vievänä prosessina, joten päätin keskittyä työssäni ainoistaan jo yrityksen perustaneisiin, Ravintolapäivästä ponnistaneisiin yrittäjiin.

Aloittaessani tekemään työtä minulla oli jo tiedossa muutama Ravintolapäivästä innostunut yrittäjä. Tarvitsin työhöni lisää osallistujia, joten etsin tietoa näistä yrittäjistä internetistä ja lehtiartikkeleista. Asiaa tutkittuani löysin kymmenen Ravintolapäivästä lähtenyttä yrittäjää ja päätin pyrkiä haastattelemaan mahdollisimman montaa heistä työtäni varten. En asettanut haastateltaville muita kriteereitä, kuin että he näkivät yrityksensä lähteneen joltain osin Ravintolapäivän pohjalta. Työtä varten tärkeintä oli saada mahdollisimman kattava aineisto. Yrittäjien erilaiset ruokakonseptit ja kokemuspohjat olivat mielestäni työn monipuolisuutta tukevia tekijöitä. Kymmenestä yrittäjästä haastattelin työtäni varten yhdeksää, yhteen en saanut yhteyttä. Sain työhöni siis mukaan 90 prosenttia tiedossani olleista Ravintolapäivästä lähteneistä yrittäjistä ja mielestäni tämä oli työn onnistumisen kannalta hyvä saavutus. On kuitenkin mahdollista, että muitakin kyseisestä tapahtumasta innostuneita yrittäjiä on, sillä mitään kattavaa listausta ei näistä yrittäjistä löydy.

Halusin selvittää Ravintolapäivästä lähteneiden yrittäjien taustoja, motiiveita, Ravintolapäivän vaikutusta heidän liiketoimintaansa sekä näkemyksiä niin nykytilanteesta kuin tulevaisuudesta. Suunnittelin haastattelujen pääkulun ja linjaukset, mutta koska halusin mahdollisuuden lisätä työhöni haastateltavien tärkeiksi kokemia aiheita, päätin käyttää teemahaastattelua tutkimukseni työvälineenä. Teemahaastattelujen avulla minulle olisi omien kysymysten lisäksi mahdollisuus tarkastella yrittäjien tärkeiksi näkemiä asioita. Aloitin taustatyön etsimällä internetin hakukoneista tietoa Ravintolapäivästä, sen osallistujista ja etenkin niistä yrittäjistä jotka ovat perustaneet pysyvän konseptin Ravintolapäivän kokemuksensa pohjalta. Tietoa yrittäjistä oli melko helppo löytää erilaisten media- ja lehtiartikkeleiden kautta. Lähestyin yrittäjiä sähköpostitse sekä Facebookin kautta ja sain yhteyden lähes jokaiseen, jonka halusin työhöni mukaan. Haastateltavat olivat ilahduttavan myönteisiä työlle ja jokainen pyydetyistä suostui mukaan tutkimukseeni. Haastattelut järjestettiin ajanjaksolla 24.8.- 18.11.2015. Muutamien kanssa oli pieniä hankaluuksia saada sovitettua aikataulut yhteen, mutta loppujen lopuksi kaikkien kanssa saatiin haastattelu-aika järjestettyä.

Tavoitteenani oli saada työhön mukaan yrittäjiä mahdollisimman monipuolisilla taustoilla ja tässä onnistuin mielestäni kohtuullisen hyvin. Mukana oli sekä ruokapyöräyrittäjiä että kivijalkaravintoloitsijoita. Osalla haastateltavista oli jo ennen ravintolan avaamista vankka ravintola-alan tausta, kun osa taas oli siirtynyt ravintoloitsijoiksi muilta aloilta. Helsingin ulkopuolelta sain mukaan yhden yrittäjän, joka hänkin tosin toimii pääkaupunkiseudulla. Olisin mieluummin ottanut mukaan yrittäjiä kauempaa pääkaupunkiseutua, mutta yrittäjien vähyyden sekä omien aikataulullisten haasteiden vuoksi tämä ei ollut mahdollista. Kahdeksan haastattelua tehtyäni koin, että aineistoa työlle oli tarpeeksi, ja koska aikataulut työn kanssa alkoivat tulemaan vastaan, päätin kahdeksan haastateltavan riittävän onnistuneen työn tekemiseen. Haastatelluista yrittäjistä kolme toimii ruokapyöräyrittäjinä, viidellä on kivijalkaravintola. Kahdella työhön osallistuneista kivijalkaravintoloitsijasta on lisäksi liikkuvat ruuanmyyntipisteet. Viimeisenä päivänä ennen työni palautusta minuun oli yhteydessä yksi ruokapyöräyrittäjä, jota olin yrittänyt tavoitella tuloksetta noin kuukautta aikaisemmin. Saimme sovittua haastattelun vielä seuraavalle päivälle. Tämä aiheutti kiirettä työn viimeistelyssä, mutta koin että lisämateriaali rikastuttaisi työtä. Päätin sisällyttää vielä viimeisen haastattelun työhöni. Loppujen lopuksi olin päätökseen tyytyväinen, vaikka se aiheuttikin aikamoista painetta viimeisenä päivänä.

Haastattelut järjestettiin puistossa, kahvilassa, haastateltavien ravintoloissa ja työhuoneilla. Pysin olemaan aikatauluissani ja liikkumisessani mahdollisimman joustava, jotta haastateltaville olisi koitunut mahdollisimman vähän vaivaa haastatteluista. Vaikka haas-

tattelurunko oli jokaiselle haastateltavalle sama, vaihteli haastatteluiden pituus seitsemästä ja puolesta minuutista aina neljäänkymmeneenviiteen minuuttiin. En pyrkinyt pitämään haastattelua missään tiukoissa raameissa, vaan opinnäytetyöhön liittyvien teemojen lisäksi tuli monien kanssa keskusteltua asioista hyvin laaja-alaisesti. Teemahaastatteluille on tyypillistä, että haastattelija ohjaa omilla aihe- ja sanavalinnoillaan haastateltavien vastauksia, eikä haastattelijan olekaan tarpeen yrittää häivyttää itseään ja omia mielipiteitään haastattelusta kokonaan pois, sillä jo tutkimusta suunnitellessaan tutkija tekee omia valintojaan tutkimuksen suhteen (Hirsjärvi & Hurme 2010, 145-146).

Litteroin haastattelut käsin tietokoneelle, ja tämä oli yksi työn aikaa vievimmistä osuista. Litterointi on monien mielestä koko tutkimuksen haastavin, aikaa vievin ja sitkeyttä vaativin osuus (Hirsjärvi & Hurme 2010, 140). Tähän olin onneksi osannut henkisesti sekä ajallisesti valmistautua, sillä asiasta oli varoitettu jo opinnäytetyöseminaarissa. Pääsääntöisesti litteroin haastattelut muutaman päivän sisään haastatteluista. Litteroin haastattelut sanasta sanaan, mutta osan aihepiiriin ulkopuolelle menevistä keskustelun rönsyilyistä jätin pois ajankäytöllisistä syistä. Materiaalien purkaminen ja analysointi tulisi tehdä mahdollisimman nopeasti haastattelujen jälkeen, sillä tuoreessa muistissa olevat kokemukset auttavat materiaalin täydentämisessä ja selventämisessä (Hirsjärvi & Hurme 2010, 139–140).

Osaa litteroinnista vaikeutti haastattelujen taustalla kuuluva hälinä, meteli sekä haastattelutilojen kaikuisuus, ja totesinkin, että puhelimeen ilmaiseksi saatava nauhuriohjelma ei välttämättä ole paras mahdollinen työkalu tällaisen työn toteuttamiseen, tai ainakin haastattelutilaksi tulisi valita akustisesti mahdollisimman sopiva tila. Haastatteluja tulisi harjoitella etukäteen, jotta haastattelutilanteen viemästä ajasta olisi realistinen kuva ja teknisten apuvälineiden käyttöön olisi perehdyttävä ennen ensimmäistä haastattelutilannetta (Eskola & Suoranta 1998, 90).

4.3 Työn teemoittelu ja analyysi

Haastattelujen purkamisen ja analysoinnin helpottamiseksi päätin erottaa haastatteluista eri aihealueet toisistaan ja merkitä ne litterointiin erivärisillä tekstien taustaväreillä. Tämän avulla minun oli helppo palata eri haastateltavien eri aiheisiin tekstiä ja tuloksia analysoitaessa. Valitsin haastatteluista ne toistuvat teemat, jotka useimmiten nousivat pinnalle ja jotka koin työelämälähtöisimmiksi. Haastatteluiden osuudet, jotka eivät suoranaisesti liittyneet mihinkään työn aihealueisiin, jätin taustavärittämättä. Vaikka haastattelurunko sekä valitut teemat pysyivät samoina koko tutkimuksen ajan, syntyi muutamien ensimmäisten haastatteluiden aikana selkeämpi näkemys siitä, mihin asioihin haluaisin työssäni erityi-

sesti perehtyä ja keskittyä. Teemahaastattelun käyttö tutkimusmenetelmänä oli tässä mielessä onnistunut valinta, sillä se antoi mahdollisuuden vapaampaan keskusteluun, jonka kautta syntyi käsitys siitä, mitkä ovat haastateltavien mielestä ajankohtaisimpia ja tärkeimpiä teemoja työn aihepiirissä. Haastattelurunko löytyy opinnäytetyön liitteenä (Liite 1). Haastattelut suoritin niin, että esittelin ensin itseni ja työni aiheen. Sen jälkeen haastattelu eteni seuraavasti:

- Yrittäjän kuvailu itsestään ja liiketoiminnastaan
- Mistä ajatus Ravintolapäivään osallistumisesta lähti, milloin osallistunut ensimmäisen kerran ja kuinka useasti osallistunut
- Yrittäjän näkemykset Ravintolapäivän positiivisista puolista
- Yrittäjän näkemykset Ravintolapäivän negatiivisista puolista
- Millaiseksi yrittäjä on kokenut byrokratian ja muut haasteet liiketoimintaa aloittaessaan
- Onko liiketoiminta ollut kannattavaa ja työllistääkö yrittäjä nykyään itsensä lisäksi muita
- Yrittäjän tulevaisuudensuunnitelmat sekä pohdinnat alan tulevaisuudennäkymistä
- Tunteeko haastateltava muita Ravintolapäivän pohjalta ponnistaneita yrittäjiä

5 Tutkimustulokset

Haastattelututkimuksessa oli mukana yhdeksän yrittäjää kahdeksasta eri yrityksestä. Haastateltavista viisi oli miehiä, neljä naisia. Neljä haastateltavista harjoittaa liiketoimintaa ruokapyörällä, viisi toimii kivijalkaravintoloitsijoina. Yhdellä kivijalkaravintoloitsijalla on pysyvän ravintolatilán lisäksi ruuan myyntiin tarkoitettu auto. Kaksi yrittäjästä pyörittää ravintolansa lisäksi toista ruoka-alan yritystä, johon kokeilut tehtiin myös Ravintolapäivänä. Kaikki yrittäjät olivat osallistuneet vähintään kerran Ravintolapäivään ennen nykyisen liiketoiminnan aloittamista, osallistumiskerrat vaihtelivat yhdestä kahdeksaan. Yrittäjät osallistuivat ensimmäisen kerran Ravintolapäivään vuosien 2011 ja 2015 välillä. Nykyään yritykset työllistivät yhdestä henkilöstä yli kahteenkymmeneen henkilöä.

Haastattelukysymyksistä ja niiden tuottamista vastauksista nousi esiin neljä teemaa, joita lähdin työssäni tutkimaan:

- I. Yrittäjän näkemykset Ravintolapäivän positiivisista puolista
- II. Yrittäjän näkemykset Ravintolapäivän negatiivisista puolista
- III. Yrittäjän kokema byrokratia ja haasteet yrityksen perustamisessa
- IV. Oman yrityksen sekä ravintola-alan tulevaisuudennäkymät

5.1 Matalan kynnyksen kokeiluja

”No siis näin voisi sanoa, että meidän yritystä ei välttämättä olisi, jos ei olisi Ravintolapäivää. Eli jos sinne ei olisi päässyt kokeilemaan, niin ei varmasti olisi syntynyt koko hommaa.”

Kaikki haastateltavat mainitsivat Ravintolapäivän hyväksi puoleksi sen, että erilaisia konsepteja ja kokeiluja on mahdollista toteuttaa pienellä pääomalla sekä vaivalla.

Varsinkin kivijalkaravintolan perustaminen on hyvin aikaa sekä rahaa vievä projekti, joten sellaista perustettaessa pitää yrittäjällä olla jo varmuutta sekä itseluottamusta oman näkemysensä toteuttamiseen. Usean haastateltavan mukaan vasta Ravintolapäivänä nähty suosio omaa tuotetta kohtaan antoi rohkeuden ruveta toteuttamaan omaa liikeideaansa Ravintolapäivän ulkopuolella. Pitkät jonot sekä positiivinen palaute asiakkailta saattavat olla se viimeinen kimmoke oman yrityksen perustamiselle. Vaikka kaikki haastateltavat eivät olleet yhtä mieltä siitä, että Ravintolapäivä olisi välttämättä merkittävin tekijä yrityksen perustamisessa, niin kaikki näkivät Ravintolapäivänä saavutetun suosion ja suuren kysynnän olleen myötävaikuttamassa yrityksen perustamisesta päätettäessä. Ravintolapäivä nähtiin lähes riskittömänä tapana testata uusia ruokaideoita laajemman yleisön parissa.

Yksi yrittäjistä oli sitä mieltä, että Ravintolapäivä ei varsinaisesti synnytä uusia ravintoloita, mutta hän yhtyi näkemykseen, jonka mukaan uusien tuotteiden ja konseptien testaamiseen Ravintolapäivä on oivallinen alusta. Neljällä viidestä kivijalkaravintolan perustaneesta yrittäjästä visio omasta ravintolasta oli jo olemassa ennen Ravintolapäivää, mutta etenkin ruokapyöräyrittäjistä muutaman voidaan todeta saaneensa lopullisen idean yritykseensä vasta Ravintolapäivän myötä.

Osalle yrittäjistä Ravintolapäivä oli tuonut tunnettavuutta, markkinointietua ja –arvoa. Ravintolapäivä koettiin hyväksi tarinaksi, jota kertoa ravintolasta. Koska perinteinen markkinointi saattaa olla yrityksille hyvin kallista, nähtiin Ravintolapäivän tuoma ilmainen julkisuus erittäin tervetulleena tekijänä. Toisaalta muutama yrittäjän mukaan Ravintolapäivän tuoman julkisuuden käänköpuolena on tietynlainen amatöörimäisyyden leima, mutta kaiken kaikkiaan julkisuus nähtiin positiivisena asiana.

Kaikki yrittäjät olivat jääneet kutakuinkin siihen konseptiin, millä olivat ensimmäisen kerran Ravintolapäivään osallistuneet, joskin pientä hioutumista oli saattanut tapahtua. Kahdella ruokapyöräyrittäjästä lopullinen tuote oli hioutunut lopulliseen muotoonsa muutaman Ravintolapäivän osallistumiskerran jälkeen, eikä itse pyörääkään ollut olemassa vielä olemassa ensimmäisillä kerroilla. Kahdella muulla ruokapyöräyrittäjällä pyörä oli käytössä heti ensimmäisessä Ravintolapäivän kokeilussa. Kaksi tutkimukseen osallistuneista yrittäjistä kokeilivat Ravintolapäivässä toista ruokakonseptia ja tästä muodostui heille toinen pysyvä liiketoiminta ravintolan lisäksi. Yksi haastateltavista oli osallistumassa haastatteluhetkestä muutaman päivän kuluttua järjestettävään Ravintolapäivään, missä hän aikoi kokeilla uudenlaista ruokakonseptia, joka mahdollisesti jäisi pysyväksi osaksi jatkuvaa liiketoimintaa.

Ravintolapäivä nähtiin haastateltavien keskuudessa kokonaisvaltaista ruokakulttuuria sekä ulkona syömisen kulttuuria rikastuttavana tekijänä. Yksi haastateltavista totesi Ravintolapäivän tuovan katuruuan aivan uudella tavalla näkyville Helsingissä, mikä madaltaa kynnystä katuruuan syömiselle myös muina päivinä. Vanhemmat ihmiset, jotka saattaisivat muuten vierastaa eksoottisempia ruokalajeja, ovat avoimempia kokeilemaan uusia makuja Ravintolapäivässä. Varsinkin isojen kaupunkien ulkopuolella maakunnissa ulkona ravintoloissa syöminen saattaa olla yhä monille ihmisille jossain määrin vierasta ja jopa ujoistuttavaa. Helsingin ulkopuolella toimivan ravintoloitsijoiden mielestä Ravintolapäivä saakin pienempien paikkakuntien ihmiset ulos syömään sekä tutustumaan toisiinsa aivan uudella tavalla. Pienemmän paikkakunnan ravintoloitsijat itse sanoivat tutustuneensa kunnolla paikkakunnan asukkaisiin vasta järjestämiensä Ravintolapäivien myötä. Ravintola-

päivän luoma uudenlainen yhteisöllisyys tuli esiin useammassa haastattelussa. Ravintolapäivää on kutsuttu jopa ”klassiseksi esimerkiksi voimaannuttavasta yhteisöllisyydestä” Suomen itsenäisyyden juhlarahaston Sitran julkaisussa (Sitra 2015).

”Mä en ainakaan näe siinä Ravintolapäivässä mitään haittaa, mun mielestä se on pelkästään hyvä kun sä pystyt niin pienellä kynnyksellä kokeilemaan sitä sun ideaa siellä ja saat suoraan palautetta ihmisiltä.”

5.2 Risuja ruusujen lisäksi

”Tätä nykyistä liiketoimintaa ajatellen, niin kyllä me kannetaan aika paljon sitä Ravintolapäivän leimaa. Eli ihmiset luulevat että me ollaan jotenkin kotikutoisia, vaikka mun mies on ihan oikea ravintola-alan ammattilainen.”

Useiden positiivisten puolten lisäksi Ravintolapäivällä nähtiin olevan myös negatiivisia vaikutuksia. Kaksi haastateltavista mainitsi amatöörimäisyyden stigman, joka jää siitä, että ravintola on perustettu Ravintolapäivän pohjalta. Toinen yrittäjistä näki tämän haitallisena ja jossain määrin epäoikeutettuna, sillä vaikka yrityksen toisella on vuosikausien kokemus kokin työstä, niin silti suhtautuminen ravintolaa kohtaan saattaa olla vähättelevää, vain koska yrityksen maine pohjautuu osin Ravintolapäivään. Toisaalta Ravintolapäivän aiheuttama amatöörimäisyyden leima nähtiin asiaksi, joka hämärtyy yrityksen jatkaessa toimintaansa pidempään.

Yksi haastateltavista oli sitä mieltä, että Ravintolapäivä saattaa hämärtää kuluttajien käsitystä siitä, mitä ruuan ravintolassa kuuluisi maksaa; Ravintolapäivän henkeen kuuluu ruokien valmistaminen omakustannehintaan, joten jos asiakas on saanut loistavan annoksen kymmenellä eurolla Ravintolapäivänä, on hänen vaikea nähdä miksi ravintolassa tuosta samasta annoksesta pitäisi ravintolassa maksaa 27 euroa. Kuluttajille - ja myös monille ravintola-alalla työskenteleville - raaka-aineiden, vuokrien, työn sekä lisäkustannusten kalteus Suomessa saattaa tulla usein yllätyksenä.

Vaikka haastateltavien mukaan Ravintolapäivä lisääkin katuruuan näkyvyyttä ja uskallusta lähteä kokeilemaan rohkeampia ideoita sekä edistää ulkona syömisen kulttuuria, niin yksi haastateltavista näki ongelmallisena sen että katuruuan myyminen keskittyy liiaksi näihin yksittäisiin päiviin, toisin sanottuna ihmiset eivät osaa mieltää, että katuruokamyynti voisi olla luonnollinen osa ravintolakulttuuria ympäri vuoden. Yksittäisiä pienempiä, lähinnä teknisiä ongelmia tuli esille, kuten huonosti toimiva mobiililaitesovellus, jolla ei pysty etsimään ravintoloita niiden tyylin ja teeman mukaan, vaan ainoastaan sijainnin perusteella.

Erään haastateltavan mielestä Ravintolapäivän suosio saattaa aiheuttaa tekijöissään epärealistisia odotuksia, eli vaikka suosio varsinaisena päivänä olisi suurta, niin se ei tarkoita, että yritys menestyisi ruokakarnevaalin ulkopuolella. Ravintolapäivänä ihmiset ovat lähteneet varta vasten ulos syömään ja vaikka kilpailua eri Ravintolapäivä-ravintoloiden välillä on, niin asiakkaita riittää yleisesti ottaen paremmin kuin tavallisina arkipäivinä. Ravintolalalla jo aikaisemmin työskennelleiden yrittäjien haastatteluissa korostui Ravintolapäivän tyyppisten pop up -tapahtumien ja varsinaisen ravintolan pyörittämisen eroavaisuudet työn määrässä ja arjen työn pyörittämisessä. Se, että Ravintolapäivänä pystytään toteuttamaan kahdellekymmenelle ystävälle maukas ja toimiva illallinen, ei vielä tarkoita, että rahat jokapäiväisen ravintolabisneksen pyörittämiseen riittäisivät.

Haastateltavilla oli eriäviä näkemyksiä siitä, missä suhteessa Ravintolapäivä vaikuttaa varsinaisten ravintoloiden myynteihin. Eräs haastateltavista sanoi, että heidän ravintolassaan Ravintolapäivä näkyy aina positiivisena piikkinä myynnissä, kun taas toinen yrittäjä epäili päivän jossain määrin verottavan heidän normaaleja myyntejään. Yksi ruokapyöräyrittäjästä epäili Ravintolapäivän vaikuttavan kivijalkaravintoloiden myynteihin negatiivisesti, mutta ehdotti, että nämä ravintoloitsijat voisivat hyödyntää Ravintolapäivää markkinoinnissaan järjestämällä päivään liittyviä tempauksia. Ravintolapäivä nähtiin ravintolakulttuuria rikastuttavana tekijänä ja kannustavan ihmisiä syömään enemmän ulkona muinakin päivinä, joten sen voidaan sanoa hyödyttävän koko ravintola-alaa pitkällä tähtäimellä.

”Se, että meitä yritetään vähän potkia persille, ja yritetään saada lähtemään synkimässäkin talvipakkasessa Ravintolapäivään katsomaan toisia ihmisiä ja syömään toisten nurkkiin, niin siitä ei voi olla mitään muuta kuin hyötyä kaikkien ravintoloiden pyörittäjille.”

5.3 Byrokratia - ja onko sitä

”No aika vaikealta kyllä kaikki tuntuu, ei se helppoa ole ja aika paljon kassaa ja rahaa vaaditaan. Jos olisi ollut pelkästään mobiilimyymälä, niin se olisi ollut ihan ilmoitusluontoista.”

Selvin ero perinteisten kivijalkaravintoloiden ja liikkuvien ruokapyörrien välillä avaamisprosessissa on vaadittavan byrokratian ja rahan määrä. Haastatteluissa ilmeni, että pysyvän ravintolan avaaminen vaatii huomattavasti enemmän sekä pääomaa että paneutumista erilaisiin lupakäytäntöihin ja paperitöihin. Eri yrittäjät kokivat vaadittavan työn määrän hyvin eri tavoin. Kaikki ruokapyöräyrittäjät korostivat sitä kuinka helpoksi asiat on nykyään

kaupungin ja eri instanssien johdosta tehty, kun taas kivijalkaravintolat joutuvat yhä painimaan raskaan byrokratiakoneiston kanssa. Ruokapyöräyrittäjille luviksi riittävät pelkästään ilmoitukset Ympäristökeskukselle ja elintarviketurvallisuusvirasto Eviralle, kun taas kiinteät ravintolat joutuvat tekemään lukuisia ilmoituksia ja selvityksiä eri viranomaisten kanssa. Koska koko ruokapyöräilmiö on vielä niin tuore, ei esimerkiksi Evira ole vielä juuri kenenyt muuttamaan omia lupakäytäntöjään näitä vastaavaksi.

Liikkuvien ruokamyymien lupakäytäntöjen helpottuminen nähtiin positiivisena asiana kivijalkaravintoloitsijan mielestä, sillä hänen mukaansa muutoksen on lähdeittävä jostain, ja on ymmärrettävää, että byrokratia helpottuu ensin kevyemmän liiketoiminnan päästä. Byrokratian kevenemisen toive tuli esille kaikkien kivijalkaravintoloitsijoiden haastatteluista, joskaan kukaan ei nähnyt sitä ylitsepääsemättömänä esteensä liiketoiminnan aloittamiselle. Toiselta alalta ravintola-alalle siirtynyt yrittäjä näki asian niin, että jos he täysin untuvikoina selvisivät lupamenettelyistä, niin kenellekään ravintola-alan koulutusta ja taustaa omaavalle byrokratian ja lupamenettelyiden ei pitäisi olla liian työläitä.

Edelleen melko raskas lupakäytäntö ja tiukat ehdot kivijalkaravintoloita kohtaan nähtiin jossain määrin outona. Etenkin ravintola-alalla jo työskennelleille ja ravintola-alan koulutuksen saaneille hygieniamääräykset ja elintarvikkeita koskeva tietous pitäisi lähtökohtaisesti olla tarpeeksi korkealla tasolla.

”Mä luulen, että jos me nykyään haluttaisiin mennä kokeilemaan tota meidän juttua, me mentäisiin johonkin kadunkulmaan myymään kahdella kolmella eurolla ja ketään ei kiinnostaisi. Mutta ehkä pari kolme vuotta sitten se olisi saattanut vielä olla sellainen juttu, että mitä te täällä teette ja onko teillä luvat.”

5.4 Yrittäjien tulevaisuudennäkymät

”Ensin ei ollut mitään pitkän kaavan suunnitelmia, mutta nyt, kun ihmisiltä on tullut tosi paljon positiivista palautetta, niin ollaan vähän suunniteltu, että jos saataisiin johonkin kauppoihin myyntiin, ja kahviloiltakin on tullut kyselyitä.”

Kaikki tutkimukseen osallistuneet yrittäjät halusivat jatkaa oman konseptinsa parissa tulevaisuudessa. Merkillepantavaa oli, että vaikka kaikki tutkimuksen ravintolat ja yritykset ovat lähteneet väliaikaisesta pop up -tapahtumasta, olivat kaikki haastateltavat halukkaita laajentamaan ja viemään liiketoimintaansa eteenpäin tulevaisuudessa. Halukkuutta uusien työntekijöiden palkkaamiseen oli useammalla yrittäjällä.

Ruokapyöräyrittäjät näkivät mahdollisuuksina lisätä ruokapyörätoimintaa, perustaa kiinteä ravintola tuotteensa ympärille tai brändätä oma tuotteensa ja alkaa myymään sitä yhteistyössä kauppojen ja ravintoloiden kanssa. Kivijalkaravintoloitsijat olivat kaikki vähintään varovaisen toiveikkaita liiketoimintansa laajentamisesta. Mahdollisuuksiksi nähtiin oman tuotteen ja konseptin monistaminen, jo olemassaolevan liiketilan laajentaminen, liiketoiminnan siirtäminen toiseen sijaintiin sekä kiertävän ruokamyynnin lisääminen. Vaikka kaikki haastateltavista yhtä lukuun ottamatta toimivat tällä hetkellä lähinnä Helsingin kantakaupungissa tai sen välittömässä läheisyydessä, niin haluttiin toimintaa laajentaa myös kantakaupungin ulkopuolelle, esimerkiksi Itä-Helsinkiin.

Suomalaisen ruokakulttuurin edistyminen, ulkona ravintoloissa ja katuruokaloissa syöminen sekä yleinen kiinnostus ruokaa kohtiin nähtiin yhä kasvavana trendinä. Vaikka kaikki nämä tekijät ovat viime vuosina ottaneet suuria harppauksia eteenpäin, niin tilaa nähtiin olevan yhä laajenevalle ja monipuolisemmalle tarjonnalle.

Yksikään haastateltavista ei katunut päätöstään oman yrityksensä perustamisesta, vaan jokainen oli tyytyväinen omaan liikeideaansa ja sen saamaan vastaanottoon. Kaikki yrittäjät halusivat jatkaa alalla ja kehittää omaa yritystään tulevaisuudessa.

”Kyllähän se on se minkä takia me näitä tehdään, että tykätään säätää ja tykätään, että on näitä projekteja. Mutta tottakai se on realiteetti, että kun uutta ravintolaa avataan, niin siinä on kaikki kämpät ja kaikki kiinni. Hauskaa sen pitää olla, mutta kyllä se pitää ottaa helvetin tosissaan.”

5.5 Johtopäätökset

Lähtiessäni tekemään työtä olin melko vakuuttunut että yrittäjät tulisivat löytämään Ravintolapäivästä enemmän positiivisia kuin negatiivisia puolia. Koska kaikkien tutkimukseen osallistuneiden yritykset olivat hyötäneet Ravintolapäivän kokeiluistaan, oli odotettavaa että tapahtumaan suhtautuminen olisi myönteistä. Kaikki tutkimukseen osallistuneet ruokapyöräyrittäjät sekä yksi kivijalkaravintoloitsija koki Ravintolapäivän vaikuttaneen merkittävästi liiketoimintansa syntymiseen. Neljä kivijalkaravintoloitsijaa oli sitä mieltä, että he olisivat perustaneet ravintolansa ilman Ravintolapäivän kokeiluita, mutta hekin näkivät tapahtumassa saadun suosion ja positiivisen palautteen olleen edesauttamassa ja rohkaissamassa ravintolansa synnyssä. Kivijalkaravintolan perustaminen vaatii ruokapyörään verrattuna huomattavasti suurempia panostuksia niin rahallisesti kuin ajallisestikin, joten ravintolan perustamista joudutaan suunnittelemaan pidemmällä aikavälillä. Tämän vuoksi on

ymmärrettävää, että ruokapyörän tyyppinen kevyempi liiketoiminta voidaan perustaa impulsiivisemmin Ravintolapäivästä saadun suosion myötä.

Ravintolapäivän positiivisten puolien sijasta minua kiinnosti enemmän yrittäjien kokemat Ravintolapäivän negatiiviset puolet. Positiiviset puolet olivat helpommin ennustettavissa, kun taas yrittäjien kokemista negatiivisista puolista minulla ei ollut juurikaan mielikuvaa ennen työn tekemistä. Ravintolapäivän aiheuttama amatöörimäisyyden leima, asiakkaan käsityksen hämärtyminen ravintolaruuan hinnasta sekä Ravintolapäivän suosion aiheuttamat epärealistiset odotukset omaa liiketoimintaa kohtaan olivat haastatteluissa eniten pinnalle nousseet huolenaiheet haastatteluissa. Vaikka kaikki haastateltavat yhtä lukuunottamatta löysivät tapahtumasta negatiivisia puolia, korostuivat kaikissa haastatteluissa kuitenkin positiiviset puolet, jotka nähtiin kaikkien haastateltavien toimesta merkityksellisempänä kuin negatiiviset.

Oman liikeidean kokeileminen pienellä pääomalla ja vaivalla, Ravintolapäivän myötä saatu medianäkyvyys, oman brändin tunnettavuuden lisääntyminen sekä saavutettu itsevarmuus oman tuotteen suosion myötä nähtiin tärkeimpinä positiivisina puolina Ravintolapäivän vaikutuksesta. Tämän lisäksi haastatteluissa korostui Ravintolapäivän vaikutus kokonaisvaltaisen ruoka- ja ravintolakulttuurin kehittymiseen sekä yhteisöllisen tekemisen suosion kasvu.

Ruokapyöräyrittäjät kokivat yrityksen perustamisen byrokratian ja lupakäytännöt huomattavasti helpompana kuin kivijalkaravintoloitsijat. Tämä on ymmärrettävää liiketoiminnan keveyden takia, ja mobiilien ruokamyymäjien lupakäytäntöjä on myös helpotettu huomattavasti viime vuosina. Byrokratian kevenemistä toivottiin kivijalkaravintoloitsijoiden haastatteluissa ja liikkuvien ruokamyymäjien lupakäytäntöjen helpottuminen nähtiin hyvänä alkuna tälle.

6 Pohdinta

Olen itse suuri Ravintolapäivän ystävä ja olen osallistunut tapahtumaan useamman kerran, niin ravintoloitsijana kuin asiakkaanakin. Olin valinnut jo toisen aiheen opinnäytetyöleni, mutta kuultuani, että Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa ei ole tehty yhtään opinnäytetyötä Ravintolapäivään liittyen, päätin vaihtaa aihetta. Mielestäni Ravintolapäivä on kasvanut sekä Suomessa että maailmalla jo sen verran merkittäväksi tapahtumaksi, että sen näkeminen pysyvänä osana ravintola-alaa on oikeutettua. Ravintolapäivän näkeminen työelämälähtöisenä on mielestäni ajankohtaista, siitä kertoo jo useat Ravintolapäivän pohjalta perustetut ravintolat, joista monet olivat tämän työn tutkimuksen kohteina.

Olin yhteydessä Ravintolapäivän organisaatioon ja tiedustelin, jos heillä olisi tarvetta tutkimukselliselle opinnäytetyölle, sillä tässä vaiheessa minulle ei ollut vielä muodostunut selkeää kuvaa työni näkökulmasta. Ravintolapäivän järjestäjät eivät kuitenkaan osanneet osoittaa mitään tiettyä näkökulmaa työlleni, joten päädyin oman pohdinnan kautta siihen, että tutkisin Ravintolapäivän pohjalta aloittaneita yrittäjiä sekä mahdollisia tulevaisuuden yrittäjiä.

Tarkoituksena oli nettikyselyn kautta tutkia elokuussa 2015 järjestetyn Ravintolapäivän osallistujia ja selvittää heidän mahdollista halukkuuttaan ryhtyä ravintoloitsijoiksi tulevaisuudessa. Työni tämä osuus kaatui käytännön hankaluuksiin, sillä yhteystietojen saaminen osoittautui lähes mahdottomaksi urakaksi. Ravintolapäivän organisaatiosta en saanut vastausta kysyessäni mahdollisuudesta yhteystietojen saamiseen. Myöskään haastattelupyyntöihini työtä koskien ei vastattu mitään. Olin hieman pettynyt yhteistyöhaluttomuuteen työni osalta, joskin ymmärrän vapaaehtoistyöllä pyörivän organisaation kiireet sekä resurssien vajavaisuuden.

Päädyin tutkimaan ainoastaan liiketoimintansa Ravintolapäivän pohjalta jo aloittaneita yrittäjiä, ja pian huomasinkin, että tämä oli kaikin puolin hyvä ratkaisu ja tutkittavaa riittäisi tällä näkökulmalla. Jos olisin sisällyttänyt työhöni kvantitatiivisen osuuden satojen nettikyselyiden muodossa, olisi työmäärä saattanut kasvaa liian suureksi. Paritehtäväksi työ olisi varmasti ollut omiaan. Halusin työssäni selvittää, kuinka merkityksellisenä yrittäjät näkivät Ravintolapäivän vaikutuksen oman yrityksensä perustamiseen, ja mitä he kokivat Ravintolapäivän positiivisina ja negatiivisina puolina. Koska halusin omien kysymysteni lisäksi tuoda esille haastateltavien tärkeiksi kokemia asioita, valitsin tutkimuksen keinoksi teemahaastattelun. Teemahaastattelun puoliavoin rakenne vastasi mielestäni parhaiten niitä vaatimuksia mitä tämänkaltaisen työn tekeminen vaatii.

Tutkimusmuotona haastatteluun sisältyy ongelmia. Haastattelut sekä niiden purkaminen ja analysoiminen vievät aikaa, haastatteluista aiheutuu usein kustannuksia tekijälleen ja haastatteluissa sattuu usein virheitä jotka saattavat vääristää haastattelutulosta. Hyvän haastattelun edellytyksenä on haastattelijan kokemus ja taito aiheesta. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 35.)

Perinteisillä reliaaбелиuden ja validiuden käsitteillä on yleensä viitattu kvantitatiiviseen tutkimukseen. Jotta tutkimus olisi reliaaabeli ja validi, tulisi tulokset olla toistettavissa ja kahden eri tutkijan tulisi saada tutkimuksesta samat tulokset. Teemahaastattelun reliaaбелиuden ja validiuden ongelma on, että ihminen on ominaisesti altis ajassa tapahtuville muutoksille. On epätodennäköistä, että kaksi tutkijaa saisivat samasta haastateltavasta samat tulokset eri aikoina, tai että tutkijat ymmärtäisivät haastateltavan sanoman täysin samalla lailla. Kvalitatiivissa tutkimuksessa työn reliaaбелиus kertoo enemmän tutkijan toiminnasta kuin tutkittavasta kohteesta, sekä siitä kuinka tutkija on onnistunut aineistonsa analysoinnissa. Jotta teemahaastatteluiden avulla tehtyä tutkimusta voitaisiin pitää reliaaabelina, pitäisi tulosten mahdollisimman hyvin kuvastaa tutkittavien ajatuksia. Tietojen kerääminen sekä literointi tulisi tehdä onnistuneesti työn luotettavuuden varmistamiseksi. (Hirsjärvi & Hurme 2010, 186-189.)

Kokonaisuutena ajatellen tutkimukseni uskottavuus onnistui mielestäni hyvin, sillä sain mukaan yhdeksän kymmenestä tietooni saamastani Ravintolapäivästä inspiroituneesta yrittäjästä, ja teemahaastatteluissa onnistuin kokoamaan itse merkityksellisenä pitämiäni asioita haastateltavista. Opinnäytetyöni onnistui mielestäni myös työelämälähtöisyydessä, sillä sen kautta uudet yrittäjät saavat toivottavasti kipinän lähteä kokeilemaan erilaisia liikeideoita Ravintolapäivän parissa, ja mahdollisesti uskaltavat tämän innoittamana lähteä perustamaan pidempiaikaisempiakin ravintoloita.

Haastattelukertojen lisääntyessä huomasin kehitystä itsessäni haastattelijana: ensimmäiset pari haastattelua jännittivät sen verran, että en välttämättä saanut kaikkea haluamaani asiaa irti haastateltavista. Työn kannalta hyödyllisiä kysymyksiä ja näkökulmia tuli lisää käytyjen keskusteluiden ja haastatteluiden myötä. Haastatteluja tehdessä huomasin, kuinka omilla aihe- ja sanavalinoilla tulee ohjattua haastateltavien vastauksia.

Vaikka en itse ollut käyttänyt haastattelua tutkimusmuotona aikaisemmin, selviydyin silti urakasta mielestäni melko hyvin. Huomasin, kuinka taitoni haastattelijana kasvoivat jokaisen haastattelun myötä. Tilanteet muuttuivat rennommiksi, ja tunsin saavani haastatelta-

vistani enemmän irti kokemuksen karttuessa. Ensimmäisen seitsemän haastattelun aikana käytin apuna paperia, johon olin koonnut haastattelun pääkysymykset, mutta viimeisten haastatteluiden koittaessa aiheet olivat jääneet jo hyvin mieleeni, ja tunsin itsevarmuutta haastattelua kohtaan, joten toteutin ne ilman mitään muistiinpanoja.

Litteroinnin luotettavuutta lisäisi se, että aineistoa tulkitsisi kaksi eri henkilöä, jotta mahdolliset eroavaisuudet litteroinnissa voitaisiin havaita (Hirsjärvi & Hurme 2010, 185). Suoritin litteroinnin yksin työtä tehdessäni, mutta hieman puutteellisesta tekniikasta huolimatta sain sen mielestäni luotettavasti tehtyä, tosin työn määrää lisäsi se, että jouduin kuuntelemaan useat kohdat haastatteluissa moneen otteeseen jotta sain kirjattua tekstin tarkasti ylös. Kaiken kaikkiaan onnistuin haastatteluissa, litteroinnissa sekä tulosten analysoinnissa mielestäni kohtuullisen hyvin. Minulle jäi tunne, että osa haastatteluista jäi hieman pinnallisiksi, ja olisin voinut lisäkysymyksillä syventää haastateltavista saatavaa tietoa. Työ jäi pituudeltaan alkuperäisestä suunnitelmastani, tähän vaikutti osaltaan aikataululliset haasteet.

Yhdeksi suurimmista haasteista osoittautui aiheesta löytyvän kirjallisuuden vähyyys. Tietoperusta oli kirjoitettava käytännössä ilman kirjallisteita, sillä sekä pop up -kulttuuri että Ravintolapäivä ovat vielä niin nuoria ilmiöitä, ettei kirjallisuutta tai tieteellistä tutkimusta aiheesta ole juurikaan tehty. Ravintolapäivän perustajien haastattelu olisi toiminut hyvänä osana tietoperustaa, mutta valitettavasti en onnistunut haastattelua järjestämään. Onnekseni tietoa Ravintolapäivästä sekä pop up -kulttuurista löytyi kiitettävästi niin internetistä kuin lehdistäkin, joten sain kaikesta huolimatta mielestäni kohtuullisen onnistuneen tietoperustan aikaiseksi. Tutkimuksen uskottavuutta kunnollisten kirjallisten lähteiden puuttuminen kuitenkin jossain määrin verottaa.

Opinnäytetyötä tehdessäni tunsin suurimmaksi saavutukseksi oman tieteellisen tutkimusotteen paranemisen. Haastattelukertojen lisääntyessä tunsin omien kykyjeni haastattelijana paranevan kerta kerralta. Tiedonhakijana taitoni mielestäni paranivat, ehkä osittain juuri tiedon löytymisen hankaluuden takia. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyö oli mielestäni prosessina mielenkiintoinen ja opettava ja sitä varmasti edesauttoi aiheen läheisyys itselle. Työ eteni melko hyvin alkuperäisen aikataulusuunnitelman mukaisesti, joskin viimeisen haastattelun venyminen työn palautuspäivään aiheutti pientä painetta työn loppupäähän. Toisen kerran samanlaiseen prosessiin lähtiessäni selvittäisin ennen työn aiheen valitsemista ja siihen ryhtymistä paremmin jo olemassa olevan tiedon määrän.

Mielestäni kiinnostavana jatkotutkimuksena aiheelle olisi selvittää niiden ravintoloitsijoiden näkemyksiä Ravintolapäivästä, jotka ovat perustaneet yrityksensä ilman kokemuksia Ravintolapäivästä. Kaikki tutkimukseeni haastatellut yrittäjät näkivät Ravintolapäivän ennen

kaikkea uudenlaista ravintola- ja ruokakulttuuria edistävänä tapahtumana, ja olisi mielenkiintoista tietää jakavatko muut ravintola-alan yrittäjät tämän näkemyksen vai koetaanko Ravintolapäivä kenties jopa uhkana omalle liiketoiminnalle.

Ruokapyöräyrittäjien haastatteluissa korostui byrokratian ja lupakäytäntöjen helppous, sekä yrittäjyyden aloittaminen kohtuullisen pienellä pääomalla. Tämän johdosta näkisin ruokapyörän tai muun liikkuvan ruuanmyyntiratkaisun hyvänä vaihtoehtona aloittaa ruokalan yritys, mikäli tämä on halutun konseptin puitteissa mahdollista.

Kaikki opinnäytetyöhön osallistuneet yrittäjät olivat yhtä mieltä siitä, että Ravintolapäivä toimii erinomaisesti oman konseptin kokeilemiseen. Tämän johdosta näkisin, että kaikkien omasta ravintolasta haaveilevien kannattaisi harkita Ravintolapäivään osallistumista omien visioidensa toteuttamista ja kokeilemistä varten.

Lähteet

- Aamulehti 2015. Hans Välimäki avasi pop up -ravintolan Tampereelle. Luettavissa: <http://www.aamulehti.fi/Ruoka/1194958170321/artikkeli/hans+valimaki+avasi+pop+up+ravintolan+tampereelle+asiakasryntays+yllatti+huippukokin.html>. Luettu: 22.7.2015.
- Ahorita 2015. Ahorita. Luettavissa: <http://ahorita.fi/>. Luettu: 18.11.2015.
- Baras, J. 2015. Pop chef. Time, 185, 5, s. D4.
- Bite Club Eats 2015. French Laundry's Thomas Keller Opens Ad Lib Pop-Up. Luettavissa: <http://www.biteclubeats.com/french-laundry-opens-ad-lib-pop/>. Luettu: 18.7.2015.
- Chalupa. Chalupa – Food machete. Luettavissa: <http://chalupa.fi/>. Luettu: 18.11.2015.
- Fafa's. Info. Luettavissa: <http://www.fafas.fi/>. Luettu: 18.11.2015.
- Gerba, J. 2015. I flew to Japan to eat at the world's best restaurant — here's what it was like. Luettavissa: <http://www.businessinsider.com/heres-what-its-like-to-eat-a-16-course-meal-at-noma-japan-2015-3?IR=T>. Luettu: 19.7.2015.
- Eskola, J. & Suoranta, J. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 1998. Vastapaino. Tampere.
- Helsingin kaupunginmuseo. Kioski Runebergin esplanadilla. Katsottavissa: <https://hkm.finna.fi/Record/hkm.HKMS000005%3Akm0023ru>. Katsottu: 20.9.2015.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. Tutkimushaastattelu. 2010. Gaudeamus Helsinki University Press. Helsinki.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. Tutki ja kirjoita. 2007. Tammi. Helsinki.
- Hugovk 3.10.2014. Lippukioski Salmiakkikioski. Katsottavissa: <https://www.flickr.com/photos/hugovk/15633221158>. Katsottu: 17.11.2015.
- Iltasanomat 2012. Poliisi varoittaa Ravintolapäiviä: Alkoholin myynnistä ei selviä rikesakoilla. Luettavissa: <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288469043050.html>. Luettu: 28.7.2015.

Jennings, L. 2009. Nation's Restaurant News, 43, 25. s. 1, 6, 38-39.

Kaleva 2011. Alkoholin anniskelu on Ravintolapäivänäkin luvanvaraista. Luettavissa: <http://www.kaleva.fi/uutiset/oulu/alkoholin-anniskelu-on-ravintolapaivanakin-luvanvaraista/557350/>. Luettu: 18.7.2015.

Karhu, I. 2012. Ravintolapäivän erikoisuus: Sormiruokaa vauvoille!. Luettavissa: http://www.iltalehti.fi/ruoka/2012081915971064_ru.shtml. Luettu: 28.7.2015.

Kontkanen, M. 2015. Katuruoka valtaa taas Helsingin. Luettavissa: <http://suomenkuva-lehti.fi/jutut/kotimaa/katuruoka-valtaa-taas-helsingin/?shared=73460-487dd90b-4>. Luettu: 22.7.2015.

Korhonen, S. 5.5.2007. Snägäri. <https://www.flickr.com/photos/suviko/484395244>.

Kärkkäinen, A. 26.3.2014. Salonkikelpoinen katuruoka. Luettavissa: <https://viini-lehti.fi/blogi/salonkikelpoinen-katuruoka/>. Luettu: 30.7.2015

Lahti, M. 2015. Ruisrock panostaa ruokatarjontaan – yli neljäkymmentä eri ruokamyyjää!. Luettavissa: <http://www.ruokala.net/uutiset/ruisrock-panostaa-ruokatarjontaan-yli-neljakymmenta-eri-ruokamyyjaa/1435279439705>. Luettu: 30.7.2015.

Länsiväylä 2014. Julkkiskokki tylytti Ravintolapäivää. Luettavissa: <http://www.lansivayla.fi/artikkeli/274463-julkkiskokki-tylytti-ravintolapaivaa>. Luettu: 28.7.2015.

Manninen, T. 2013. Ravintolapäivän erikoisuuksia: Tarjoilupyötä koirille ja leivonnaisia lakitekstissä. Luettavissa: <http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1288590919498.html>. Luettu: 28.7.2015.

Moisio, T. 2014. Ravintola-ala: Ravintolapäivä syö ravintoloiden bisnestä. Luettavissa: <http://www.metro.fi/uutiset/a1387808198980>. Luettu: 28.10.2015.

Murphy, W. 9.5.2014. The Secret Garden Dublin - A Pop Up Restaurant In Meeting House Square. Katsottavissa: <https://www.flickr.com/photos/infomatique/14172765594>. Katsottu: 17.11.2015.

Mäkinen, A. 2003. Puistojen koristus ja katutilojen kaunistus – Helsingin kioskien historiaa. Lähteet: <http://www.tieteessatapahtuu.fi/032/makinen.pdf>. Luettu: 29.7.2015.

Nuutinen, L. Pop-up. 2011. Kielikello, 2011, 3, s. 28-29.

NYT. 2014. Luettavissa: <http://nyt.fi/a1305772390214>. Luettu: 18.11.2015.

Ravintolapäivä 26.1.2012. Huhuh, Ravintolapäivä on valittu Kulttuuriteoksi 2011 yhteensä 888 ehdotuksen voimin. Luettavissa: <https://www.facebook.com/ravintolapaiva/posts/373027052713744>. Luettu: 30.7.2015

Restaurant Day 2014. Info. Luettavissa: <http://www.restaurantday.org/info/>. Luettu: 28.7.2015

Piece 'n' Love Pizza. Info. Luettavissa: <http://www.piecenlovepizza.com/>. Luettu: 18.11.2015.

Sipilä, A. 2014. Helsinkiläiskokki perusti Lontooseen pop up -ravintolan, jossa tarjoillaan karjalaisia perinneruokia. Luettavissa: <http://nyt.fi/a1305904187282>. Luettu: 19.7.2015.

Sitra 2015. Sitran trendit: Voimaantuvat yhteisöt haastavat vanhat instituutiot. Luettavissa: <http://www.sitra.fi/artikkelit/megatrendit/sitran-trendit-voimaantuvat-yhteisot-haastavat-vanhat-instituutiot>. Luettu: 28.10.2015.

Sivén, A. 17.2.2013. Unkarilaista gulassikeittoa.

SocialREPUBLIC.net 2015. What is a Pop Up Restaurant?. Luettavissa: <http://socialrepublic.net/articles/title/what-is-a-pop-up-restaurant>. Luettu: 18.7.2015.

Strand, O. 2010. London's Pop Up Restaurants Let Rising Chefs Shine. Luettavissa: http://www.nytimes.com/2010/10/06/dining/06london.html?pagewanted=all&_r=1. Luettu: 28.7.2015.

Streat Helsinki 2014. Streat Helsinki ylitti kaikki odotukset. Luettavissa: <http://streathelsinki.com/streat-helsinki-ylitti-kaikki-odotukset/>. Luettu: 30.7.2015.

Streat Helsinki 2015. Streat Helsinki. Luettavissa: <http://streathelsinki.com/>. Luettu: 30.7.2015.

Street Gastro 2015. Street Gastro. Luettavissa: <http://www.streetgastro.fi/>. Luettu: 18.11.2015.

Suomen kulttuuri- ja tiedeinstituutit 2010. HEL YES! suuri menestys Lontoossa. Luettavissa: <http://www.instituutit.fi/fi/2010/10/27/hel-yes-a-big-success-in-london/>. Luettu: 28.7.2015.

Sutinen, T. 2012. Perussuomalaisten kansanedustaja syytti ravintolapäivää harmaaksi taloudeksi. Luettavissa: <http://www.hs.fi/politiikka/a1305603487042>. Luettu: 28.7.2015.

The Finnish Institute in London 2011. HEL YES! goes to Helsinki. Luettavissa: <http://www.finnish-institute.org.uk/en/articles/390-hel-yes-goes-to-helsinki>. Luettu: 25.7.2015.

The Secret Garden 2014. The Secret Garden. Luettavissa: <http://www.secretgarden.ie/>. Luettu: 17.11.2015.

Tienhaara, H. 2014. Ravintoloitsijat huolestuivat: Ravintolapäivä vie asiakkaat! Luettavissa: http://www.iltalehti.fi/ruoka/2014111418836963_ru.shtml. Luettu: 16.11.2015.

Tulenheimo, M. 21.08.2011. Ravintolapäivä. Katsottavissa: <https://www.flickr.com/photos/tulenheimo/6237840174/in/gallery-cityofsound-72157628792885993/>. Katsottu: 17.11.2015.

Liite 1 Haastattelurunko

1. Kerro taustatietoja itsestäsi ja yrityksestäsi
2. Millon osallistunut ensimmäisen kerran Ravintolapäivään ja kuinka monta kertaa osallistunut
3. Mitä positiivisia ilmiöitä/vaikutuksia näkee Ravintolapäivän synnyttäneen omaa liiketoimintaa ja yleistä ilmapiiriä kohtaan
4. Mitä negatiivisia ilmiöitä/vaikutuksia näkee Ravintolapäivän synnyttäneen omaa liiketoimintaa ja yleistä ilmapiiriä kohtaan
5. Minkälainen liiketoiminnan aloittaminen oli prosessina, byrokratia jne.
6. Miten liiketoiminta on sujunut, työllistääkö yrittäjän lisäksi muita jne.
7. Mitkä ovat tulevaisuudensuunnitelmat/-näkyvät oman yrityksen ja ravintola-alan puolesta
8. Tunteeko muita yrittäjiä jotka olisivat joko jo lähteneet tai pohtineet lähtemistä ravintola-alalle Ravintolapäivän innoittamana