

Syödään yhdessä ravintolassa – Palvelumuotoiltu sosiaalisen syömisen työkalupakki ravintoloille

Anne Rantala



Tekijä(t) Anne Rantala	
Koulutusohjelma Palveluliiketoiminnan johtamisen koulutusohjelma	
Opinnäytetyön otsikko Syödään yhdessä ravintolassa – Palvelumuotoiltu sosiaalisen syömisen työkalupakki ravintoloille	Sivu- ja liitesivumäärä 94 + 32
<p>OECD-maiden välinen tutkimus osoittaa, että suomalaiset perheet syövät vähiten yhdessä. Suomalaisen ruokakulttuurin edistämistätiön, ELO-säätiön <i>Syödään yhdessä</i> -hanke on osa Suomi 100 -juhlavuoden toimintaa ja sillä pyritään tuomaan suomalaisia enemmän yhteisen ruokapöydän ääreen. Tavoitteena on nostaa esiin yhdessä syömisen hyötyjä ja herättää henkiin yhdessä syömisen kulttuuria.</p> <p>Tämä konstrukttiivinen eli toiminnallinen opinnäytetyö keskittyy ELO-säätiön hankkeen marraskuun teemaan <i>Syödään yhdessä ravintolassa</i>. Opinnäytetyön tavoite on mallintaa ravintoloiden käyttöön työkalupakki eli opas, jonka avulla he voivat ideoida ja suunnitella sekä juhluvuoden että sen jälkeisiä ruokatapahtumia sellaisiksi, jossa korostuu yhteisöllinen, sosiaalinen syöminen. Työkalupakkia varten selvitetään palvelumuotoilun keinoin, mitkä tekijät rohkaisivat suomalaisia enemmän yhteisen ravintolapöydän ääreen ja mitä elementtejä kuuluu yhteisölliseen ja elämykselliseen ravintolakokemukseen.</p> <p>Opinnäytetyön tutkimusmenetelmänä käytettiin palvelumuotoilua. Palvelumuotoiluprosessi, joka alkoi alkuvuodesta 2016, koostuu neljästä vaiheesta, ja se nivoutuu yhteen opinnäytetyöprosessin kanssa. Tietoperusta ja asiakasymmärrys -vaiheessa tutustuttiin suomalaisen ruokakulttuurin historiaan ja kehittymiseen, yhdessä syömisen sosiologiaan, ruokatrendeihin ja elämysten luomiseen. Lisäksi haastateltiin alan asiantuntijoita ja hyödynnettiin benchmarking-menetelmää. Strateginen viitekehys eli kehitystyötä ohjaavat suunnitteluveturit määritettiin affinity diagram -työkalua hyödyntäen prosessin toisessa vaiheessa. Ideoinnin ja luomisen vaiheessa hyödynnettiin fokusryhmätyöskentelyä työpajan ja ryhmähaastattelun keinoin.</p> <p>Opinnäytetyön tuotos valmistui helmikuussa 2017. Työkalupakki koostuu mm. asiakkaan palvelupolkua mukailevista vaiheista, joita ovat kiinnostuksen herättäminen, varaaminen, saapuminen ja plaseeraus, ruoka ja tarjoilu, tunnelma ja miljöö, ohjelma, maksu ja lähtö sekä vastuullisuus. Se sisältää konkreettisia esimerkkejä kotimaasta ja ulkomailta. Oppaan avulla ravintolat voivat ideoida kertaluontoisia tai toistuvia yhdessä syömistä ja elämyksellisyyttä korostavia ruokatapahtumia tai luoda kokonaan uuden konseptin.</p> <p>Valmistunut tuotos on tämän raportin liitteessä. Opinnäytetyön toimeksiantaja ELO-säätiö julkaisee oman graafisen ilmeen mukaisen työkalupakin ravintoloiden käyttöön keväällä 2017.</p>	
Asiasanat Palvelumuotoilu, ruokakulttuuri, ravintolat, sosiaalinen syöminen, elämyksellisyys, yhteisöllisyys	

Sisällys

1	Johdanto	1
1.1	Tutkimusongelma, tavoitteet ja rajaukset	1
1.2	ELO-säätiö ja <i>Syödään yhdessä</i> -hanke	3
1.3	Työn rakenne	4
2	Suomalainen ruoka- ja ravintolakulttuuri	6
2.1	Suomalaisen ruokakulttuurin kehittyminen	6
2.1.1	Maailmansotien aika	8
2.1.2	Ruokakulttuurin muutos sotien jälkeen	11
2.1.3	Kohti uutta vuosituhatta	13
2.1.4	Ruokakulttuurimme nykypäivänä	15
2.2	Ravintolakulttuurin kehitys ja monipuolistuminen	18
2.3	Ulkona syömisen ulottuvuuksia	19
2.4	Missä ja miten suomalaiset syövät nyt?	21
2.5	Ruokatrendejä ja yhteisöllisyyden ilmiöitä	26
3	Elämyksellinen ravintolakokemus	30
3.1	Ravintolan palvelumaisemat	30
3.2	Elämyksen rakenne ja asiakkaan kokemus	31
3.3	Elämystalous ja elämyksen alueet	33
4	Yhdessä syöminen – syömisen sosiaalinen ulottuvuus	36
4.1	Aterian määritelmä ja yhdessä syömisen merkityksiä	36
4.2	Yksin vai yhdessä?	38
4.2.1	Asenteet yhdessä ja yksin syömistä kohtaan ja kulttuuriset erot	38
4.2.2	Yhdessä syömisen yhteys hyvinvointiin	41
4.2.3	Yhdessä syöminen suomalaisissa kotitalouksissa	43
5	Toiminnallisen työn esittely ja prosessikuvaus	48
5.1	Aiheen valinta ja tietoperustan muodostuminen	49
5.2	Tutkimusmenetelmänä palvelumuotoilu	51
5.2.1	Tietoperusta ja asiakasymmärrys	54
5.2.2	Strategisen viitekehyksen määrittäminen	56
5.2.3	Ideointi ja luominen	58
5.2.4	Toteutus	61
6	Tutkimustulokset	64
6.1	Benchmarkingin tulokset: sosiaalisen syömisen konsepteja	64
6.2	Asiantuntijahaastatteluiden tulokset	67
6.3	Affinity diagramista design drivereihin	72
6.4	Käyttäjänäkökulma: Fokusryhmän työpaja ja havainnointi	73
6.5	Sosiaalisen syömisen työkalupakki	77

7	Pohdinta ja johtopäätökset	79
7.1	Keskeiset tulokset ja lopputuotoksen arviointi	79
7.2	Prosessin ja menetelmien arviointi	83
7.3	Oman oppimisen arviointi ja jatkotutkimusehdotukset	85
	Lähteet	89
	Liitteet.....	95
	Liite 1. Asiantuntijahaastattelun kysymykset.....	95
	Liite 2. Ryhmähaastattelun runko	96
	Liite 3. Sosiaalisen syömisen työkalupakki (alkuperäinen versio)	97

1 Johdanto

Suomalainen ruokakulttuuri on muuttunut valtavasti maailmansotien aikaan ja sen jälkeen. Teollistuminen, teknologian kehitys ja kaupungistuminen ovat vaikuttaneet suomalaisten ruoanlaittotottumuksiin ja syömisen tapoihin. Siinä missä ennen maaseudulla elettiin oma-varaisesti: viljeltiin, kasvatettiin ja metsästettiin itse, nyt elintarvikkeet ovat saatavilla isojen markettien ja lähikauppojen hyllyillä sesongista riippumatta. Ruoan säilytyskään ei ole enää hapattamisen tai suolaamisen varassa. Ruokalajeissamme näkyy vaikutteita niin idästä kuin lännestäkin. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003, 6–9; Finfood 2009, 15.) Arki on helpottunut, mutta myös syömisen tavat ovat muuttuneet. Yhdessä syöminen perheen kesken on ollut tärkeä osa suomalaista ruokakulttuuria, mutta monien perinteisten rituaalien muututtua yhteiskunnan muutosten, kuten naisten työssäkäynnin vuoksi, on alettu huolestua perheiden yhtenäisyyden ja yhteisten aterioiden katoamisesta (Mäkelä ym. 2003, 40). Yksilöllisyyttä korostavassa yhteiskunnassamme yhteisöllisyyden arvostaminen on alkanut kuitenkin nostaa päätään. Erilaisia yhteisöllisyyttä korostavia tempauksia ja ruokatapahtumia järjestetään, ja myös ympäristövastuullisuus, terveellisyys ja suomalaisuus korostuvat ruokapuheissa. Nämä kaikki hiljalleen muokkaavat ruokakulttuuria, jota pyritään kehittämään myös erilaisin hankkein.

Sosiologien mukaan syömisellä ja aterian jakamisella on vahva sosiaalinen merkitys (mm. Mäkelä 2000, 10). Yhteinen ateria kuvastaa muun muassa perheen yhtenäisyyttä, ja lapset oppivat tapoja ja sääntöjä ruokapöydän ympärillä (mm. Brown 1984 & McIntosh 1996 teoksessa Mäkelä 2000, 11–12). Yhdessä syömisellä on todettu olevan vaikutusta myös lasten ja nuorten terveyteen. Yhteiset ateriat ovatkin vuorovaikutuksen ja sitä kautta tasa-painoisten sosiaalisten suhteiden perusta (Ochs & Shohet 2006, 47).

Unicefin (2007) mukaan suomalaiset perheet syövät OECD-maista kaikista vähiten yhdessä. Tämän vuoksi Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäatiö eli ELO-säätiö on halunnut ottaa erityiseksi tehtäväkseen lisätä suomalaisten yhdessä syömistä Suomi 100 -juhlavuoteen liittyvän *Syödään yhdessä* -hankkeen avulla. Hanke tähtää elävöittämään suomalaista yhdessä syömisen kulttuuria. Tämä opinnäytetyö keskittyy *Syödään yhdessä ravintolassa* -teemaan, joka on hankkeen yksi teemakuukausista.

1.1 Tutkimusongelma, tavoitteet ja rajaukset

Opinnäytetyöni tavoitteena on mallintaa palvelumuotoilun keinoin työkalupakki, jonka avulla ravintolat ympäri Suomen voivat suunnitella Suomi 100 -juhlavuoden ruokatapahtumaan sellaisiksi, joilla lisätään ja rohkaistaan sosiaalista syömistä ja yhteisöllistä ruokailua.

Työn alitavoitteena on vahvistaa yhteisöllisyyttä ja yhdessä syömisen kulttuuria, luoda jotain sellaista, jota ravintolat voivat hyödyntää myös juhluvuoden jälkeen. Opinnäytetyöni tutkimuskysymyksiä ovat: Miten tehdä ravintolassa käynnistä yhteisöllisyyttä korostava ja yhdessä syömistä rohkaiseva kokemus? Mitä elementtejä kuuluu yhteisölliseen ravintolakokemukseen ja mikä tekee siitä elämyksellisen? Millä keinoin ravintola voi houkutella ihmisiä (perheitä, yksilöitä ja ystäväporukoita) yhteisen pöydän ääreen? Miten madaltaa kynnystä yhteisölliseen syömiseen? Tutkimusmenetelmänä käytän palvelumuotoilua, joka esitellään paremmin luvussa 5.

Keskityn työssäni käyttäjän, eli ravintola-asiakkaan näkökulmaan, mikä on palvelumuotoilun perusta. Minulla ei ole selkeää kohdeyritystä, jolle tuotokseni laadin, eikä kehittämistyölläni ole siten selkeää asiakassegmenttiä. Tästä johtuen työni lopputuotoksella pyritään palvelemaan erilaisia ravintoloita niiden omien intressien mukaisesti. Työkalupakista on tarkoitus tulla kevyt ja innostava opas, joka tukee ravintolaliiketoimintaa uusien, toteuttamiskelpoisten ideoiden muodossa.

Oma oppimistavoitteeni sisältää tutustumisen aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen ja tutkimuksiin, minkä kautta haluan kartuttaa osaamistani suomalaisen ruokakulttuurin ja yhdessä syömisen teeman ympärillä. Tavoitteenani on oppia etsimään tietoa pitkäjänteisesti ja luoda tutkimusaiheestani selkeä kokonaiskuva, jonka tietoutta voin hyödyntää myös työelämässä. Yksi oma tavoitteeni on oppia käyttämään palvelumuotoilun keinoja apuna uuden konseptiluontoisen tuotoksen suunnittelussa. Haluan oppia hyödyntämään palvelumuotoilun työkaluja soveltaen niitä työelämän aitoihin käytäntöihin, ja toivon oppivani menetelmien ja tulosten kriittistä analysointia ja arviointia suhteessa aitoon työelämälle antamaani hyötyyn.

Tietoperustassa tarkastelen aiheeseen liittyviä tutkimuksia erilaisten asiakasryhmien näkökulmasta, kuitenkin painottuen yleiseen syömisen sosiologiaan, suomalaiseen ruokakulttuuriin ja syömisen tapoihin ja tottumuksiin. Pääasiallisina viitekehysten lähteinä hyödynnän kotimaisten ja ulkomaisten sosiologioiden, ruokakulttuurin tutkijoiden ja asiantuntijoiden kirjallisuutta sekä artikkeleita. Suomalaisten ruokailutottumuksia selvitän eri kuluttajatutkimusten avulla. Kartoitan lisäksi nykyisiä ruokamaailman trendejä alan kirjallisuuden, ilmiöiden ja artikkeleiden kautta. Tutustun myös elämysten luomiseen ravintolamiljöössä, sillä palveluliiketoiminta ei ole nykyisin vain palvelun, vaan kokonaisvaltaisen elämyksen tuottamista (esim. Pine & Gilmore 1999).

Vaikka tietoperustassa käsittelemkin yhdessä syömistä laajemmin, itse kehittämistyöni ei koske yhdessä syömistä ihmisten kotona tai kotiympäristössä. Kehittämistyöni keskittyy

nimenomaan ravintolamiljööseen tai erillisiin ruokatapahtumiin. Työni tarkoituksena ei ole arvioida ruokatapahtumien taloudellista hyötyä ravintoloille, niiden kannattavuutta tai yhteisöllistä syömistä korostavien elementtien soveltuvuutta erilaisille ravintolakonsepteille. En myöskään kartoita mahdollisten järjestettyjen ruokatapahtumien tai -ilmiöiden onnistumista tai vaikutusta ihmisten asenteisiin tai tottumuksiin yhdessä syömistä kohtaan.

Opinnäytetyöni onnistuessa tuotosta voidaan hyödyntää ravintola-alalla tapahtumien, konseptien ja uusien ilmiöiden rakentamiseen. Tuotos ei tue liiketoiminnan kasvua sellaisenaan tai mallinna valmista konseptia, mutta se toivottavasti antaa ideoita ja luo painopistealueita yhteisöllisen syömis-kulttuurin rakentamiseen. Toivon työni toimivan apuna ELO-säätiön hankkeessa yhteistyökumppanien tukena osana Suomen juhluvuotta.

1.2 ELO-säätiö ja *Syödään yhdessä* -hanke

ELO-säätiö on Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäätiö. Toiminnan tarkoituksena on tehdä suomalaisesta ruokakulttuurista kansainvälisestikin kiinnostavaa, mutta ennen kaikkea lujittaa sen arvostusta suomalaisten kesken. ELO-säätiö tekee yhteistyötä monien ruoka-alan toimijoiden kanssa, etenkin Suomi 100 -juhlavuoden *Syödään yhdessä* -hankkeen puitteissa. Säätiön missio onkin ryhtyä tekemään asioita yhdessä ruokakulttuurin eteen. Se järjestää Vuoden kokki ja Vuoden tarjoilija -kilpailut ja valmistelee Suomen osallistumista maailmanlaajuiseen Bocuse D'or -kokkikilpailuun. (ELO-säätiö.)

ELO-säätiö jakaa vuosittain Suomen ruokakulttuuripalkinnon, eli Lentävä lautanen -palkinnon ruokakulttuuria ansiokkaasti edistäneelle teolle tai tekijälle. *Syödään yhdessä* -hankkeen lisäksi säätiö nostaa esiin suomalaisen kouluruokailun erinomaisuutta koulu-ruokahankkeella sekä pyrkii lisäämään kansainvälistä kiinnostusta suomalaisen luonnon antimista villiruokaan keskittyvällä hankkeella, jonka lähettiläänä toimii Sami Tallberg.

Opinnäytetyöni keskittyy valtakunnalliseen *Syödään yhdessä* -hankkeeseen, jonka tarkoituksena on lisätä yhdessä syömistä ja jakamista kulttuuria Suomessa. Vuonna 2017 järjestetään erilaisia tapahtumia, tempauksia ja juhlia syömistä kulttuuria elävöittämään. Joka kuukausi on jonkinlainen teema, jolloin muun muassa juhlitaan ”6. päivän bileitä” seuraten eri vuodenaikojen rytmiä ja traditioita. (ELO-säätiö.) ELO-säätiön sivuilla kerrotaan:

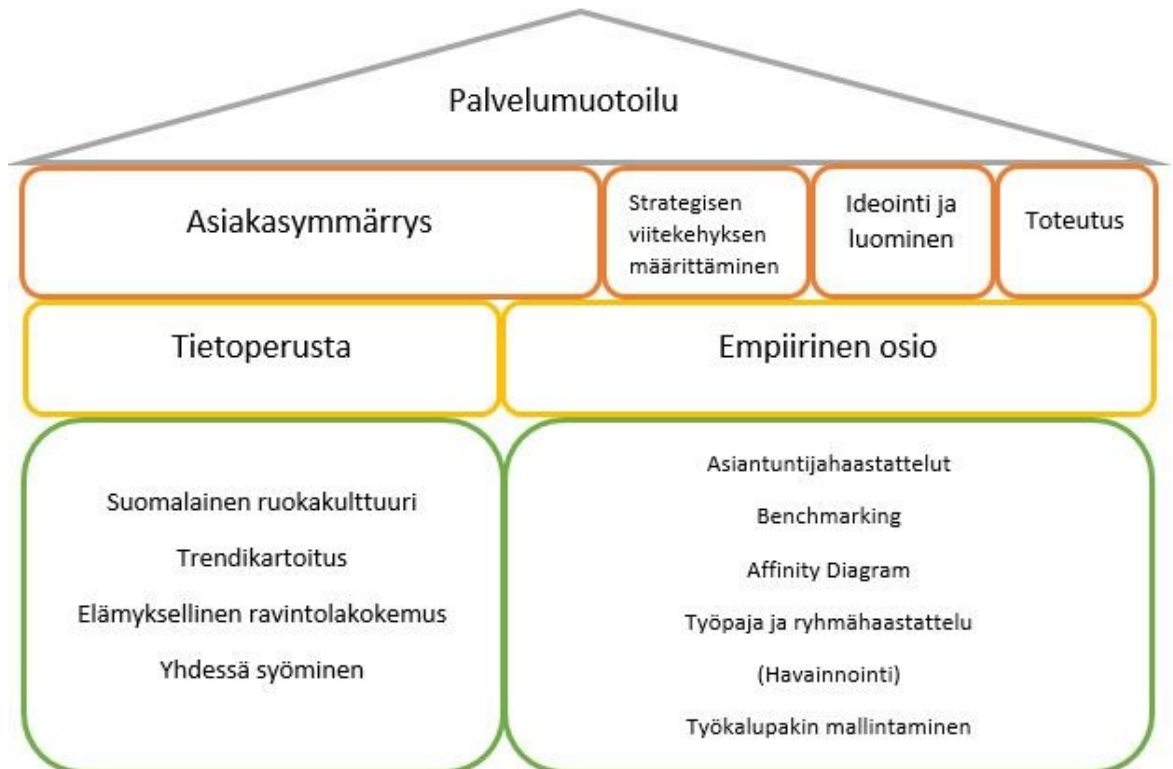
”Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäätiön ja maa- ja metsätalousministeriön keväällä 2016 teettämän kuluttajatutkimuksen mukaan suomalaiset kaipaavat lisää yhdessäoloa ja haluaisivat syödä yhdessä useammin niin kotona, töissä kuin vapaa-ajallakin. Kiire ja riittämättömät ruoanlaittokyvyt ja sosiaalisten taitojen puute mainittiin yhteisten ruokahetkien suurimmiksi esteiksi... Juhlavuosi antaa hyvän syyn ko-

koontua saman pöydän ääreen ja kokea ne hyödyt, jotka tulevat näkymään pitkään juhluvuoden jälkeenkin”.

Tämä opinnäytetyö liittyy juhluvuoden marraskuun teemaan *Syödään yhdessä ravintolassa*.

1.3 Työn rakenne

Opinnäytetyön rakenne koostuu tietoperustasta ja empiirisestä osiosta. Kaiken kattona toimii palvelumuotoilun prosessi (kuvio 1). Tietoperustassa, luvussa kaksi (2), tarkastelen suomalaisen ruoka- ja ravintolakulttuurin historiaa ja kehittymistä, suomalaisten syömisen tapoja ja tottumuksia ja ajankohtaisia ruokatrendejä. Kappaleessa kolme (3) käsittelen elämyksellistä ravintolakokemusta, mikä toimii ruokatapahtumien ja elämysten suunnittelun kartoittajana. Tietoperustan viimeisessä osiossa, luvussa neljä (4), kartoitan syömisen sosiologiaa ja yhdessä syömistä, siihen liittyviä asenteita ja sen hyötyjä. Tietoperusta on osa palvelumuotoilun ensimmäistä vaihetta, jossa tarkoitukseni on tutustua kehitettävän palvelun taustoihin vahvistaakseni asiakasymmärrystä ja perustellakseni palvelun tarpeellisuutta.



Kuvio 1. Tutkimusasetelma

Palvelumuotoiluprosessin ensimmäinen vaihe jatkuu vielä empiirisessä osiossa, jossa käytän apuna asiantuntijahaastatteluita ja benchmarkingia. Nämä työkalut auttavat taustoittamaan mahdollisuuksia sosiaalisen syömisen ruokatapahtumalle ravintolassa. Palvelumuotoiluprosessin ensimmäisen vaiheen jälkeen siirryn määrittämään kehitystyölleni strategisen viitekehityksen eli niin kutsutut suunnitteluveturit, jotka ohjaavat seuraavaa ideoinnin ja luomisen vaihetta. Ideointivaiheessa hyödynnän menetelmänä fokusryhmän työpajatyöskentelyä brainstormingia ja ryhmähaastattelua yhdistellen. Tutkimusasetelmassa (kuvio 1) on suluisia havainnointi. Vaikka se ei ole varsinaisesti yksi tämän opin- näytetyön tutkimusmenetelmistä, prosessissa päästään myös pienimuotoisesti havainnoimaan jo toteutuneita yhdessä syömisen tempauksia. Ideoinnin ja luomisen jälkeen työn tuotoksena, eli produktina, on tarkoitus syntyä työkalupakki ja ohjeistus siihen, kuinka suomalaisia voitaisiin rohkaista syömään enemmän yhdessä ravintolassa.

2 Suomalainen ruoka- ja ravintolakulttuuri

Ymmärtääksemme suomalaisten mieltymyksiä ja asenteita ruokaa ja syömistä kohtaan, on tärkeää ottaa huomioon se, miten suomalainen ruoka- ja ravintolakulttuuri on syntynyt, minkälaisia ruokaan ja syömiseen liittyviä tapoja tai taloudellisia rajoitteita suomalaisilla on ennen ollut, ja miten nykyinen kulutustapa on saanut muotonsa. Tässä luvussa kerron suomalaisen ruokakulttuurin historiaa maailmansotien jälkeisestä ajasta nykypäivään ja siitä, minkälaisia ruokailmiöitä viime aikoina on syntynyt, miten yhteisöllisyys näkyy nykypäivän Suomessa ja minkälaisia ruokatrendejä on nähtävillä. Tämä luku on osa käyttämäni palvelumuotoiluprosessin Tietoperusta ja asiakasymmärrys -vaihetta, jonka tarkoituksena on syventyä aiheen taustoihin ja asiakasymmärrykseen kulttuurisesta näkökulmasta.

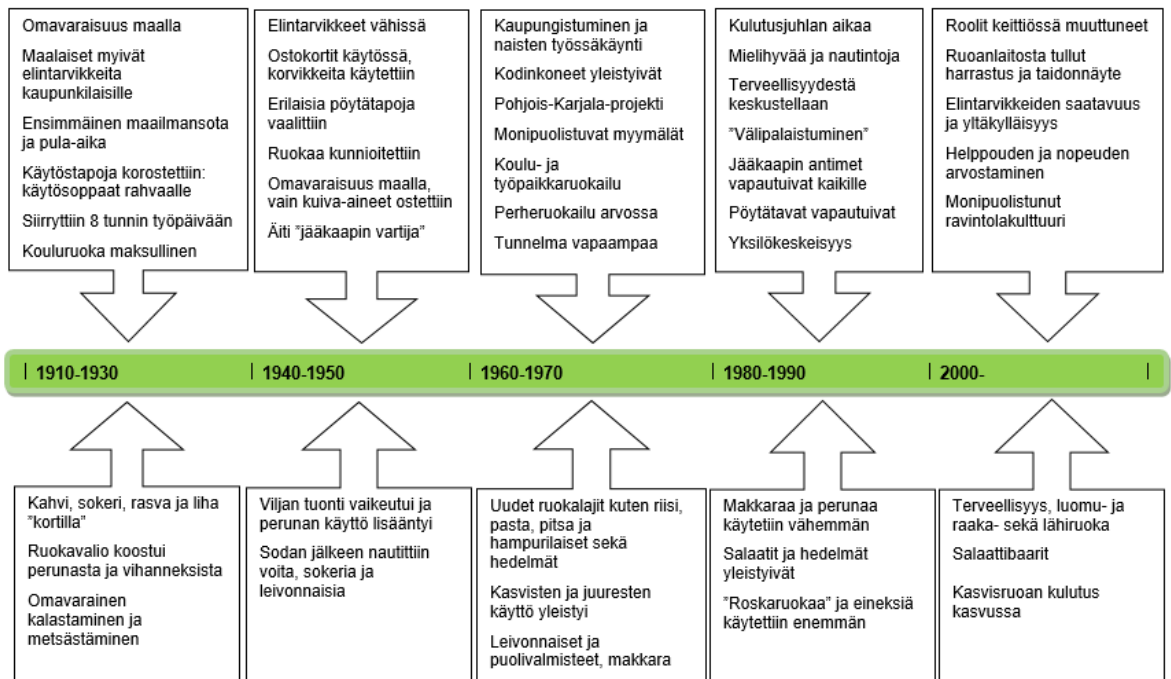
2.1 Suomalaisen ruokakulttuurin kehittyminen

Mennelin, Murcottin ja van Otterloon (1992, 20) mukaan ruokakulttuuri käsittää ihmisten ruoanvalmistukseen ja syömiseen liittyvät asenteet ja maut. Koska kulttuuri nähdään ihmisryhmien välisenä oppimisena, jakamisena ja levittämisenä sukupolvelta toiselle, voidaan myös ruuan kulttuurisen ulottuvuuden nähdä selittävän sitä, miten eri sosiaalisten ryhmien maut ja asenteet kehittyvät ajan kuluessa. (Mennell, Murcott & van Otterloo 1992, 20.) Matti Räsänen (1987, teoksessa Sillanpää 1999, 8) on tutkinut suomalaista ruokakulttuuria. Hän määrittelee ruokakulttuurin sellaisena osana ihmisen kulttuuria, jossa näkyvät tavat hankkia, valmistaa ja nauttia ravintoa. Ruokakulttuuri peilaa sen ajan ilmiöitä ja ihmisiä (aikaperspektiivi). (Sillanpää 1999, 8.) Ruokakulttuurin ohella puhutaan kansallisista keittiöistä, jotka on muovaantuneet kunkin maan luonnon mahdollistamien antimien (ekologisten olojen) ja kansan sisällä syntyneiden ruokatottumusten kautta. Kaikilla kansoilla ei edes näy olevan selkeää omaa ruokakulttuuria, ja myös kansojen sisällä ruokatavoissa on suuria eroja ja muunnelmia. Ruokakulttuuria määrittää myös psykologinen perspektiivi ja Räsänen mainitseekin, että ruoan nautinto kumpuaa sen odottamisesta, syömisestä ja keskustelusta sen ympärillä. (Räsänen 1980, 4;8.)

Finfoodin, eli Suomen Ruokatieto ry:n projektin tekemä Suomalaisen ruokakulttuurin ulottuvuudet -teos (2009) esittelee eri ammattilaisten näkemyksiä suomalaisesta ruokakulttuurista. Teoksen mukaan suomalaista ruokakulttuuria ovat muovanneet vaikutteet niin idästä kuin lännestäkin. Historialla on ollut valtava vaikutus nykyisiin ruokatapoihimme ja ruokalajeihimme. Arvomme, asenteemme ja tabumme ruokaa kohtaan ovat yhdistelmiä kansallisista ja alueellisista eroista. Myös pohjoisen sijaintimme ja maan sisäisten etäisyyksien rooli ruokakulttuurin kehittämisessä on merkittävä. Globaalit trendit muokkaavat arvostuk-

siamme ruokaa kohtaan, ja nykyisin vastuullisuus korostuu syömiseen liittyvissä kysymyksissä. Makumme eroaa monen muun eurooppalaisen maan makumaailmasta ja silläkin on juurensa historiassa. Niin sanotut kansalliset ruokalajimme kumpuavat niin sesonkien antamista, juhlista ja traditioista kuin pula-ajaltakin. Tärkeää ruokakulttuurin kehityksessä on huomata, ettei ruoka ole ainoastaan ravintoa vaan ennen kaikkea sosiaalisia merkityksiä. Toinen tärkeä seikka on se, että ruokakulttuuri kehittyi kuin itsestään peilaten ajan uskomuksia ja arvoja, aivan kuten Räsänenkin (1987) on maininnut. Ruokakulttuuristamme ei myöskään ole vain yhtä oikeaa tulkintaa, vaan jokaisella on oma käsityksensä mitä suomalainen ruokakulttuuri on. (Finfood 2009, 6–7; 9.)

Finfoodin vuonna 2006 tekemän sidosryhmätutkimuksen mukaan keskeisimpiä ruokakulttuurimme tekijöitä ovat muun muassa joukkoruokailu, perinneruoat, suomalaiset raaka-aineet sekä makutottumukset. Pari vuotta myöhemmin tehdyn gallupin perusteella kuluttajista seitsemän prosenttia mainitsi, että suomalaisen ruokakulttuurin perinne uhkaa hävitä tai sitä ei enää ole. (Finfood 2009, 10.) Tästä tullaankin aiheeseen, joka etenkin tätä opinnäytetyötä koskettaa. Ruokakulttuurin kehittymistä ja kehittämistä pohditaan alaluvussa 2.2.



Kuvio 2. Suomalaisen ruokakulttuurin ominaispiirteitä sadan vuoden ajalta (mukaillen Sillanpää 1999; Mäkelä ym. 2003)

Merja Sillanpää (1999) esittelee suomalaisen ruokakulttuurin historiaa ja ominaispiirteitä ruokamuistojen kautta teoksessaan Happamasta makeaan. Kirjassa Ruisleivästä pestoon Johanna Mäkelä, Päivi Palojoki sekä Merja Sillanpää (2003) pohtivat yhdessä ruokakult-

tuurin kehitystä menneestä nykypäivään. Muun muassa näitä teoksia hyödyntäen pyrin saamaan kokonaiskuvaa siitä, mistä nykyinen suomalainen ruokakulttuuri on lähtöisin. Kuviossa 2 esitellään suomalaisen ruokakulttuurin ominaispiirteitä tämän katsauksen pohjalta.

2.1.1 Maailmansotien aika

Ensimmäisen maailmansodan aikaan Suomessa kärsittiin ruokapulasta. Iso osa ruuasta tuli omasta maasta ja monien vihannesten kotiviljely yleistyi. Aina ei voinut luottaa siihen, että ruokaa saisi ostamalla, joten omavaraisuus oli ehto. Asetelma oli kuitenkin hieman erilainen kaupungeissa ja maalla. Kaupunkilaiset ostivat maaseudun asukkailta elintarvikkeita, joita käytiin myymässä kaupunkien toreilla. (Mäkelä, Palojoki & Sillanpää 2003, 22–23). Joitakin elintarvikkeita oli vaikea saada, ja esimerkiksi viljantuonti idästä vaikeutui, sillä rautateitä käytettiin sotatoimiin. Ruokapula näkyi etenkin kaupunkilaisilla, kun taas maaseudulla väestö saattoi jopa vaurastua myymiensä tuotteiden avulla. Osa elintarvikkeista oli kortilla. Suomeen oli tullut aiemmin ruokavaikutteita niin idästä kuin lännestäkin, mutta Suomen itsenäistyttyä ruokavaliosta pyrittiin karsimaan liika venäläisyys. Ruokapula kuitenkin velvoitti syömään sitä mitä sai, eikä ihan köyhimmillä ollut varaa riittävään ravitsemukseen. (Sillanpää 1999, 55–56; 59.)

Liisa Häyrynen (2004, 59) muistelee kokoelmateoksessa Suulla ja kielellä, että jatkosodan aikaan Helsingistä alkoi ehtyä moni syötäväksi kelpaava elintarvike. Tuolloin syötiin lähinnä vellejä ja puuroja, kenties silakoita ja luusoppaa. Kotirintamalla ei sopinut valittaa pulasta, mutta Häyrysen muistoissa elämä oli ankeaa. (Häyrynen 2004, 59.) Sotien jälkeenkin elintarvikkeiden, kuten kahvin, sokerin rasvan ja lihan saatavuutta säännösteltiin. Ruokavaliokoostui perunasta ja vihanneksista sekä omavaraisesti metsästetystä ja kalastetusta ravinnosta. Kahvin saantia säännösteltiin vuoteen 1954 saakka. (Mäkelä 2004, 361.) Myös tuontihedelmien saatavuus oli huonoa sotien aikaan, mistä johtuukin, ettei suomalaisessa ruokakulttuurissa tuoreet hedelmät ole olleet niin tunnettuja. Jos lihaa käytettiin, oli se useimmiten itse kasvatettua tai riistaa. Liha olikin sotien aikaan lähinnä syksyinen sesonkituote, jota suolaamalla säilöttiin pitkäänkin. (Haavisto & Karjula 2016, 17; 114;116).

Eri yhteiskuntaluokissa näkyivät erilaiset ruokatavat. Ruokalajit olivat hyvin samanlaisia, mutta vauraammat söivät enemmän ja heillä oli tarjolla kalliimpia ruokalajeja useammin kuin köyhillä. (Sillanpää 1999, 60–61.) 1900-luvun alussa tapakasvatusta korostettiin ja etenkin sivistyneistöllä odotettiin olevan hyvät tavat myös ruokapöydässä. Käytösoppaissa kiellettiin muun muassa juoman jäähdyttäminen puhaltamalla, ryystäminen ja veitsen suu-

hun pistäminen. Osa ohjeista on kantautunut nykypäivään asti. Käytösoppaat oli suunnattu rahvaalle, ja osa vauraamman väestön tavoista saattoi olla kiellettyjä säätyläisiltä. Tapoja kuitenkin opittiin yläluokilta, vaikka samanlaista ruokaa ei ollut mahdollista hankkia. Päivällinen tarjottiin iltapäivällä kolmen ja kuuden välillä, vaikka ruoka-ajat muutoin vaihtelivat paljon. Vieraita kutsuttiin usein kylään ”kahvikekkereille”, jolloin tarjolla oli usein voileipiä ja hedelmiä. (Sillanpää 1999, 50–51).

Uusi työaikalaki jaksotti ruokarytmiä maaseudulla: aamulla aikaisin juotiin kahvit, muutama tunnin päästä nautittiin ensimmäinen runsas ateria, keskipäivällä syötiin lounas (tai ns. puolipäivänen) ja illalla töiden jälkeen syötiin illallinen kuuden ja kahdeksan välillä. Myös kahveja juotiin useaan otteeseen. Martta-järjestö pyrki sivistämään talonpoikaisnaisia ja ohjaamaan aterioiden määrää työrytmin mukaiseksi. Lapsilla oli koulussa eväinä voileipiä. Koulussa tarjottiin lapsille välillä keittoa, mutta varsinaisia välipaloja ei tuolloin vielä tunnettu. (Sillanpää 1999, 61–63). Kouluruoka oli maksullista, joten koululaiset saattoivat syödä tuhdin aamiaisen (Mäkelä ym. 2003, 86). Toimihenkilöperheissä rikkaampi aamiaisen syötiin kello 7–10 välillä, lounas puolen päivän aikaan, iltaruoka vapaammin klo 16–20 välillä ja ennen nukkumaanmenoa vielä iltapala. Vauraimmissa perheissä nautittiin maaseudun perheitä enemmän jälkiruokia. (Sillanpää 1999, 77–78).

Eri ruokia saatettiin pitää köyhien tai vauraiden ruokina, mistä syystä jotkin ruokalajit eivät olleet kaikkien suosiossa. Esimerkiksi sienet, vaikkakin olivat helposti saatavissa, eivät levinneet kansan ruokapöytiin. (Sillanpää 1999, 52.) 1930-luvulta lähtien eri ruoka-aineet kuitenkin yleistyivät ja esimerkiksi lihaa, munia ja maitoa alettiin käyttää enemmän. Myös erilaiset hedelmät yleistyivät. Koska vihannekset olivat energiapitoisuudeltaan vähäisiä, höystettiin niitä usein esimerkiksi sokerilla. Epäterveellisyyttä ei ajateltu. Toisen maailmansodan sytyttyä monet ruokalajit kuitenkin katosivat kaupoista ja ruokaa ostettiin jopa laittomasti kalliilla hinnalla, jos varaa oli. Ruoille ja juomille, kuten kahville, keksittiin korvikkeita esimerkiksi voikukanjuuresta. (Sillanpää 1999, 58; Mäkelä ym. 2003, 24–27.)

Äiti oli useimmiten keittiön valtiatar ja määräsi ruoka-ajoista. Työläisperheissä toisaalta mies oli usein se, joka määräsi mitä syödään. Äiti tai isoäiti valmisti ruoan ja suomalaiselle naiselle oli tärkeää, että hänellä oli oma keittiö, jossa ruoka valmistetaan. (Sillanpää 1999, 61;74). Vaikka maaseudulla ruokatavat eivät vastanneet keskiluokan tapoja, pula-ajasta kärsineessä Suomessa ruokaa kunnioitettiin. Ruokaa ei saanut arvostella, ateria tuli aina syödä loppuun ja lopuksi kiittää. Ruokapöydässä käyttäytymistä seurattiin, ja vaikka pöydässä saikin välillä keskustella, muu metelöinti kuten nauraminen ja riitely olivat kiellettyjä. Ruoka syötiin aina pöydän ääressä, eikä esimerkiksi ulos saanut mennä ruoka suussa.

Perhe ei aina syönyt samaan aikaan, vaan isoissa perheissä miehet saattoivat syödä ennen naisia ja lapsia. (Sillanpää 1999, 69–75.)

Vauraimmissa perheissä äidit päättivät, mitä ruokaa syötiin. Koska monissa toimihenkilöperheissä äitikin saattoi olla työssä, kotiapulaiset auttoivat ruoanvalmistuksessa. Ruokapöydässä tuli käyttäytyä sivistyneesti. Hillittyä keskustelua suositeltiin hiljaisuuden sijaan. Pyhäisin saatettiin kutsua vieraita kylään, jolloin valmistettiin esimerkiksi paistia. Jälkiruoka tarjottiin aina. (Sillanpää 1999, 78–80.)

Ruokaperinteet ja keittotaito saatettiin oppia kotoa, emännältä tai kansalaisopistoilta. Ensimmäiset suomalaiset keittokirjat ilmestyivät jo ennen 1900-lukua, mutta pääosin taidot siirtyivät äidiltä tyttärille tai emännältä kotiapulaisille kuten Emännän tietokirjassa vuodelta 1935 kirjoitettiin. Hyvää keittotaitoa saatettiin kuitenkin myös salailla muilta naisilta, sillä se kuvasti naisten joukossa arvojärjestystä ja oli ikään kuin kilpailuvaltti ”aviomarkkinoilla”. (Häyrynen 2004, 64;77.)

Toisen maailmansodan aikaan viljan tuonti Saksasta vaikeutui ja perunan käyttö Suomessa lisääntyi merkittävästi. Suomessa oli käytössä taas ostokortit, joilla kansalainen sai ruokaa 1000–2000 kilokalorin edestä riippuen työkuormasta. Vaikka pulaa erilaisista ruoka-aineista, kuten lihasta, rasvasta ja sokerista olikin, ei kansa varsinaisesti nähnyt nälkää. Kaikki elintarvikkeet ja ruoka-aineet käytettiin kuitenkin kokonaisuudessaan hyödyksi, eikä mitään heitetty hukkaan (Sillanpää 1999, 83–84; 98.)

Pulavuosina perheissä syötiin useimmiten kolmesta kuuteen ateriaa. Vauraissa perheissä syötiin luonnollisesti useampi ateria päivässä. Iltaruoka oli usein se ruokailukerta, jolloin koko perhe pääsi syömään yhtä aikaa. Omavaraisuus oli elinehto ja kaupasta ostettiin useimmiten vain kahvi, kuiva-aineet ja hiiva. Leipä leivottiin aina kotona. Kaupunkiväestö käytti kuitenkin enemmän kaupan antimia (Sillanpää 1999, 91–92; 98.) Uskonto muokkasi sotavuosina vahvasti ruokatapoja. Ennen ruokailua lausuttiin ruokarukous, eikä pöydässä saanut metelöidä tai ruoka suussa puhua. Etenkin lapsille kuri oli tiukka ja he usein saivat puhua vain, jos heiltä kysyttiin jotain. Huonoa käytöstä seurasi lähes aina rangaistus. Kahvipöydässä ilmapiiri oli toisaalta vapaampaa. Niukkuus opetti myös sen, että kaikkia ruokia tuli syödä, piti niistä tai ei. Käytöstapoihin kuului myös se, ettei kyynärpäitä saanut pitää pöydällä ja istua piti selkä suorassa. Ruokailusta ei sopinut myöhästyä. (Sillanpää 1999, 94;102–103;118.)

2.1.2 Ruokakulttuurin muutos sotien jälkeen

Sotien jälkeen suomalainen ruokakulttuuri on muuttunut nopeasti. Merkittäviä muutosajureita ovat olleet kaupungistuminen, elintason nousu sekä naisten yleistynyt työssäkäynti. (Mäkelä ym. 2003, 27.) Ateriointirytmitti muuttui, kolmesta pääateriasta siirryttiin kahteen lämpimään ruokaan päivässä, ja aterialla nautittiin pääasiassa vain yksi ruokalaji (Mäkelä 2004, 365). Viljoista vehnän kulutus kasvoi ja rukiin laski. Suomalaiset nauttivat voista, sokerista ja leivonnaisista. Eri elintarvikkeille oli omat kauppansa, lihalle lihakaupat ja leivälle leipomot, joista ruoka hankittiin. (Mäkelä 2004, 361–362.) Uusia ruokalajeja, kuten riisiä ja pastaa alkoi näkyä pöydissä. Makkara oli aiemmin ollut kallis tuote, mutta 1960-luvulla sen tehostunut tuotanto teki siitä edullista arkiruokaa (Mäkelä ym. 2003, 27–28.) Samalla vuosikymmenellä suomalaisten ruokapöytiin löysivät myös jogurtti ja tuoremehut ja muun muassa eri vihannesten ja sitrushedelmien käyttö moninkertaistui 1970-luvun puoliväliin mennessä. (Mäkelä 2004, 363; Haavisto & Karjula 2016, 114).

Ruokakulttuuriin vaikutti merkittävästi myös se, että 1950-luvulla jääkaapit ja sähköliedet alkoivat yleistyä kotitalouksissa. Perheen äidin työkuormaa keittiössä pyrittiin helpottamaan monin eri tavoin ja erilaisia uusia vempaimia kehitettiin. Vaikka nainen olikin niin sanotusti pomo keittiössä, myös keittotaitoja sotatantereella oppineet miehet alkoivat hiljalleen viihtyä ”köökin” puolella. (Sillanpää 1999, 107–109.) Etenkin työväestön vaurastuessa, tarjolla ollut ruoka alkoi monipuolistua, ja väestö alkoi syödä enemmän vehnystä ja sokerista tehtyjä herkkuja sekä puolivalmisteita. Lauantaisin usein leivottiin. Pääateria alettiin nauttia yleisesti kello 16 aikaan iltapäivästä. (Sillanpää 1999, 118–119; 126.) Ruokakulttuuri sai vaikutteita myös ulkomailta, kun suomalaiset alkoivat matkustella esimerkiksi Italiaan ja Espanjaan. Pizzaa ja hampurilaisia näkyi ruokapöydissä. (Mäkelä ym. 2003, 28.) Voita syötiin vielä 1950-luvulla runsain mitoin, mutta seuraavalla vuosikymmenellä se tuomittiin epäterveelliseksi ja lihottavaksi. Lihaakin oli totuttu aiemmin syömään täysirasvaisena, sillä energiansaannista piti pitää huolta. (Sillanpää 1999, 123–125; Mäkelä ym. 2003, 28.) Kaupunkilainen toimihenkilöväestö alkoi lihoa ja sairastua, jolloin ravitsemuksesta alettiin jakaa enemmän tietoa. Sydän- ja verisuonitautien vähentämiseksi tähdätty niin kutsuttu Pohjois-Karjala-projekti alkoi vuonna 1972 ja ruokasuosituksia alettiin ottaa käyttöön vuonna 1977. Juuresten ja kasvien lisääminen ruokavalioon oli kuitenkin suomalaisille haasteellista, sillä niitä oli totuttu pitämään köyhien ruokana. (Sillanpää 1999, 140–141.)

Kaupungistuminen alkoi 1960–1970-luvuilla. Samalla myös itsenäistä toimeentuloa ja taloudellista turvallisuutta arvostettiin. Omavaraisuus ei ollutkaan enää tärkeintä, vaan monipuolistuvasta kaupasta alkoi saada yhä useampia tuotteita. Kun naiset siirtyivät enem-

män työelämään, arkiruoaksi kaivattiin helppoja vaihtoehtoja. Erot kasvoivat arkiruokailun ja viikonloppuruokailun välillä. Maaseutuväestön osuus laski ja harvat jälkeläiset seurasiivat enää vanhempiaan maanviljelijöiksi. Pienmyymälät alkoivat huveta isojen markettien tieltä (Sillanpää 1999, 133–134; 138.) Myymälöissä alkoivat yleistyä myös pakastimet, mikä edisti valmis- ja pakasteruokien tuloa markkinoille. Valmisruokiin ei kuitenkaan heti suhtauduttu hyväksyvästi, sillä olihan lapsuudessa opittu, että ruoka tuli tehdä omin kätsin. (Sillanpää 1999, 146–147.) Valmisruokavalikoimiin tulivat 1960–1970-luvuilla muun muassa kaalikääryleet, kalapullat sekä erilaiset soselaatikot. Saarioisten maksalaatikkaa valmistettiin jo vuonna 1957. (Mäkelä 2004, 362–363.) Mielenkiintoista oli, että ruoan kotiinkuljetus yleistyi samoihin aikoihin. Ruoka saatettiin tuoda suoraan kotiovelle tai se voitiin hakea kaupasta työpäivän jälkeen valmiiksi pakattuna. (Haavisto & Karjula 2016, 114). Maaseudulla ruoan laitto useimmiten edelleen perheen äiti tai isoäiti apulaisinaan jälkipolvi. Vaikka vilja saattoikin olla ostettua, tehtiin leipä itse. Jääkaappia ei välttämättä vielä 1960-luvulla ollut monissakaan maaseututalouksissa, mutta marjat ja liha pakastettiin. Vaikka lähimyymälät olivat vähentyneet, kauppa-autot alkoivat näkyä katukuvassa. (Sillanpää 1999, 154–156.)

Ruoka syötiin edelleen pääosin kotona, koulussa tai työpaikalla. Jos ulkona syötiin perheen kesken, saatettiin käydä lähinnä nakkikioskilla. Yhteistä perheruokailua arvostettiin ja ruokailuajoista pidettiin kiinni. Ruokapöydässä lapsia ohjattiin edelleen käyttäytymään siivosti ja kunnioittamaan ruokaa, mutta tunnelma oli vapaampaa. Monet ruokatavat opittiin myös koulussa, jossa kuri saattoi olla hyvinkin tiukkaa. Äiti säilyi työssäkäynnistä huolimatta keittiön valtiattarena. Terveellistä ruokaa saattoi silti vaalia myös isä. (Sillanpää 1999, 156–158; 166–167; 170). Ilmainen kouluateria tarjottiin kaikille vuoteen 1948 mennessä. Lapsissa oli huomattu aliravitsemusta ja pitkään koulussa syötiinkin vain lusikka-ruokia. Oppilaat saattoivat osallistua ruoanhankintaan esimerkiksi keräämällä marjoja. (Sillanpää 1999, 86–90.)

Ruokakulttuurin muutoksiin kiinnitettiin paljon huomiota. Kun lapset söivät kouluissa ja vanhemmat työpaikoilla, kotiruokailun ja ruoanlaittotaidon ajateltiin häviävän. Kotona syötiin yhdessä yleensä aamiainen ja päivällinen. Etenkin lapsiperheet söivät useimmiten yhdessä. Perheen taloudellinen asema vaikutti merkittävästi ruokavalintoihin ja monia ruokia ostettiin puolivalmiina. Naisten lehdissä kirjoiteltiin 1970-luvun lopussa, kuinka kotitalouksissa syötiin yhä enemmän valmisruokia tai käytiin ulkona syömässä. Todellisuudessa lähinnä sinkkotaloudet kuluttivat näin. (Sillanpää 1999, 184–186.)

2.1.3 Kohti uutta vuosituhatta

1980-luvulla Suomessa elettiin kulutusjuhlan aikaa, myös ruokatottumuksin. Elintason noustua lähes kaikissa kotitalouksissa oli jääkaapit ja pakastimet ja pian myös mikroaaltouunit. 1990-luvulla yleistyivät myös astianpesukoneet. Suomalaisten kohdatessa laman, esimerkiksi ravintolaruokailu väheni merkittävästi. Muun muassa työpaikkaruokailun väheneminen kasvavan työttömyyden vuoksi sulki ravintoloita. Laman jälkeen ravintoloissa käynti kuitenkin lisääntyi. (Sillanpää 1999, 190–191.) Suomessa ruoasta ja ulkona syömisestä oli tullut muotia. Lehdissä kirjoitettiin paljon ruoasta, ja TV täyttyi ruokaohjelmista. Modernissa yhteiskunnassa myös terveellisyyttä oli alettu ihannoimaan ja muun muassa makkaraa ja perunaa kulutettiin vähemmän. Salaatit ja hedelmät olivat arkipäivää. Isoin muutos ruokakulttuuriin oli se, että energiatarpeen tyydyttämisen sijaan etsittiin nautintoja. (Sillanpää 1999, 193–195; Mäkelä 2004, 369.)

Viikonloppuisin ruoanlaitossa oltiin kokeilevia ja ruokaa saatettiin tehdä koko perheen voimin. Isä teki harvoin itsenäisesti ruokaa. Pöytätapoja ei korostettu enää niin paljon kuin ennen, mutta tärkeää oli, että syötiin yhdessä. Ruokailuhetkistä nautittiin enemmän ja vanhemmat pyrkivät eroon oman lapsuutensa ”ruokapöytäkahleista”. Joissakin perheissä saattoi kuitenkin yleistyä ruokaileminen esimerkiksi TV:n ääressä. Iso muutos oli se, että koska jääkaapin sisältö oli melko vapaasti tarjolla myös lapsille, itse ruoka-aikoina lapset saattoivat syödä huonosti. ”Välipalaistuminen” uhkasi yhteisiä ruokahetkiä. Lapset saivat myös päättää yhä useammin ruokailusta. Siinä missä ennen kaikki lautasella oleva tuli syödä, alkoi pöytiin ilmaantua nirsoilua. (Sillanpää 1999, 196–199.) 1990-luvulla Johanna Mäkelän (Mäkelä ym. 2003, 53) tekemän tutkimuksen perusteella vain lämmin ateria koettiin kunnon ateriaksi. Lämmin ateria tarkoitti useimmiten itse tehtyä ruokaa, joka taas kuvastaa esimerkiksi äidin (tai isän) panostusta yhteisiin ruokahetkiin ja on osoitus rakkautesta. Toki jo varhaisempinakin aikoina ruokaa valmistamalla ja tarjoamalla ilmaistiin huolenpitoa läheisille (Häyrynen 2004, 78).

Valmisruokien ja välipalaistumisen myötä Suomessa on noussut huoli myös ruokaperinteen häviämisestä (Sillanpää 1999, 199). Silloinen julkkiskokki Jaakko Kolmonen pyrki edistämään perinneruokien pysyvyyttä niin sanotulla pitäjäruokaprojektilla vuonna 1984, jossa eri kunnille etsittiin perinneruokia (Sillanpää 1999, 203). Noin kymmenen vuotta myöhemmin pitäjäruokaprojektia jatkettiin järjestämällä Perinneruokapäiviä ja -viikkoja (Moitus 1995, 81). Pitäjäruokaprojektia toisaalta kritisoitiin, sillä siinä haluttiin tuoda perinteisiä ruokalajeja muuttumattomana ihmisten ruokapöytiin. Tutkija Merja Sillanpää (1999, 205–206) toteaaakin, että ruokakulttuuri on aina muuttuvaa ja peilaa sen ajanjakson kult-

tuurina. Esimerkiksi vanhoja ruokaperinteitä valmistusmenetelmineen ei voida täysin muuttamattomana tuoda nykypäivän kotikeittiöihin.

1980- ja 1990-luvuilla terveellisyden tavoittelussa menttiin usein jopa liian pitkälle. Kau-neusihanne muuttui ja moni kärsi syömishäiriöistä, mikä oli uusi ilmiö suomalaisessa syömiskulttuurissa. Lapset söivät paljon roskaruokaa ja herkkuja, jolloin vanhemmat saattoivat alkaa tarkkailemaan lasten ruokatottumuksia ja sitä kautta aiheuttaa lapsille väärityneitä mielikuvia ruoasta ja sen nauttimisesta. Syinä syömishäiriöiden yleistymiseen on nähty myös säännöllisten ruoka-aikojen puuttuminen ja lasten vapaus päättää omista syömisistään. (Sillanpää 1999, 208–209.) Opinnäytetyössäni myöhemmin (kts. 4.2.2) esitän myös tutkimustuloksia säännöllisten ruokailuaikojen vaikutuksesta terveyteen.

Sota- ja pulavuosista kumpuava ruoan kunnioittamisen kulttuuri on elänyt Suomessa vahvana myös niinä vuosikymmeninä, kun ruokaa on riittämiin (Sillanpää 1999, 212). Jokainen muistaneekin lapsuudestaan tai nuoruudestaan sen, kuinka ruokalautanen piti syödä tyhjäksi, koska muualla maailmassa nähdään nälkää ja kuinka pöydästä noustessa tulee aina muistaa kiittää. Sillanpään (1999, 212) mukaan samainen tapa ei ole niinkään tuttua muissa Euroopan maissa. Toki kulttuuri on nykyisessä kulutusyhteiskunnassa jo muuttunut, ja tuntuu että etenkin lapsille annetaan paljon periksi niin ruokapöytätaivoissa kuten esimerkiksi siinä, ettei lapsen aina tarvitse syödä kaikkea mitä tarjotaan. Aiemmin tarjotusta oli epäkohteliasta kieltäytyä (Sillanpää 1999, 212). Itsekin muistan hyvin ala-asteen joukkoruokailut, jolloin koulun keittäjä annosteli ruoan jokaisen oppilaan lautaselle ja lautanen tuli syödä tyhjäksi, piti ruoasta tai ei tai jaksot sitä syödä tai ei. Kuitenkin näen, että ruokaa pidetään nykypäivänä niin itsestäänselvyytenä, ettei sitä osata enää arvostaa siten, kuin pitäisi. Siitä kertoo muun muassa ruoan hävikin valtava määrä. Kotitaloudet heittävät ruokaa roskeen toistasataa miljoona kiloa vuosittain, mikä on 35 prosenttia koko ruokahävikin määrästä Suomessa (Haavisto & Karjula 2016, 85). Tähän epäkohtaan on kuitenkin tarttunut nykyisin moni ruoka-alan toimija perustamalla esimerkiksi ruokahävikkiravintoloita.

Suomalaisen ruokakulttuurin kehittymisen kulmakivinä pidetään sota-ajan niukkuutta, tuon ajan erilaisten säilöntä- ja valmistusmenetelmien muotoutumista sekä sotien jälkeistä elintason nousua. Merkittäviä tekijöitä olivat myös kaupungistuminen sekä uudet, monipuoliset valmistustavat ja vaikutteet ulkomailta. Jääkaapin keksimisen merkitys oli suuri, kun ruoka-aineita ei enää tarvinnut esimerkiksi suolata tai hapattaa. (Sillanpää 1999, 214.) Uusien ruokalajien ja elintarvikkeiden tuonti ulkomailta on pitkälti muovannut suomalaista ruokakulttuuria, ja suomalaista keittiötä voisikin kutsua enemmänkin fuusiokeittiöksi. Suomalaisten syömiä ruokaa on hyvin monipuolista ja eri kulttuurien vaikutteita yhdistele-

vää, enkä itse näe aidon, suomalaisen ruokakulttuurin perustuvan millekään yhdelle ruokalajille, kuten esimerkiksi Italian ruokakulttuuria hallitsee pizza ja pasta. Suomalainen ruokakulttuuri vaikuttaa muotoutuvan aina sen mukaan, mikä on muodissa. Juuri esimerkiksi suomalaisen ravintolakulttuurin monipuolisuus lienee yksi Suomen vetovoimatekijöistä niin kotimaisille kuin ulkomaisillekin matkailijoille. Uskon, että suomalaisuuden perinteet kuitenkin elävät meissä tiukassa ja että tulemme aina valmistamaan tiettyjä perinteisiä suomalaisia ruokia kotitalouksissamme. Vanhan kulttuuriperimän arvostaminen näkyy etenkin nykypäivänä, kun suomalaisen luonnon antimia korostetaan niin ravitsemussuosituksissa kuin ravintolakonsepteissakin. Esimerkiksi pelkästään Helsinkiin on perustettu useampia suomalaisia ruokaperinteitä vaalivia ravintoloita, joista kerron ruokatrendejä käsittelevässä luvussa 2.5.

2.1.4 Ruokakulttuurimme nykypäivänä

Nykypäivänä nainen ei enää ole ruokakaapin vartija ja yksistään vastuussa kotitalouden ruokahuollosta. Lapset saavat ison osan energiansaannistaan koulu- ja päiväkotiruokailusta, ja aikuiset syövät lounas- tai työpaikkaravintoloissa. Myös miesten rooli kodin ruokahuollossa on muuttunut ja vahvistunut. Ruokailulla on edelleen sosiaalinen merkitysensä, mutta syömisestä on tullut entistä enemmän yksilöllinen suoritus, mikä vaikuttaa myös siihen, että ruokailun perinteiset normit ja yhdessä ruokailemisen merkitykset ovat katoamassa. Merkittävä ero suomalaisen ruokakulttuurin muodostumisen alkuaikoihin on se, että nykyisin omavaraisuus on lähinnä ihmisten harrastus, ja lähes kaikkia ruoka-aineita saa kaupoista vuoden ympäri ulkomaantuonnin vuoksi. (Mäkelä ym. 2003, 38–40.)

Pikaruoka- ja napostelukulttuuri on muuttanut suomalaisten ruokailutottumuksia merkittävästi. Julkisuudessa on paljon puhuttu ruokakulttuurin rapautumisesta ja jopa yhteisöllisyyden katoamisesta. (Mäkelä ym. 2003, 40.) Siinä missä perhe on aiemmin ruokaillut useimmiten yhdessä, haastaa nykyisin lapsiperheiden kiireinen arki yhteisiä päivällisiä. Perinteisten perheruokailujen ja sosiaalisten ruokailutilanteiden katoamisesta on kirjoitettu paljon (esim. Fischler 1990 & Murcott 1982 teoksessa Kjaernes 2001, 91). Opinnäytetyöni lähtökohtia onkin juuri pelko yhteisten aterioiden katoamisesta ja niiden sosiaalisen merkityksen murentumisesta. *Syödään yhdessä* -hankkeella pyritään herättämään ajatuksia yhdessä syömisestä ja tavallaan myös suomalaisen ruokakulttuuriperimän säilyttämisestä. Tärkeää on tosin huomata, että yhdessä syömisestä vähentymiseen vaikuttaa merkittävästi myös se, että nykyisin iso osa kotitalouksista on yhden hengen talouksia (Mäkelä ym. 2003, 65). Sen vuoksi sosiaalista syömistä korostaville ravintoloille voisi olla jopa kysyntää.

Vaikka ruoanlaitto onkin ollut historiassamme pitkään naisen tehtävä, roolit ovat muuttuneet. Naisten siirryttyä työelämään, vastuu kodista ja ruokahuollosta ei voi olla pelkästään naisen harteilla. Moni isä ja mies, perheellinen tai sinkku, on kiinnostunut ruoanlaitosta ja peräti vienyt naisen perinteisen roolin kotitalouden ruokahuollossa. Keittotaito on nykyisin taidonnäyte perheelle ja ystäville, etenkin juhlaruokia valmistettaessa. Erityinen piirre sukupuolten välisissä vastuissa on kuitenkin se, että kotona ruoanlaitto voi usein vielä olla naisen askare, mutta ravintoloissa asetelma on erilainen. Ravintoloiden keittiöissä näkee hääraävän entistä useammin mieskokkeja, ja julkisuudessa huippukokit ovat pääosin miehiä. Toisaalta myös naiset näkyvät mediassa, kirjoittavat keittokirjoja ja opastavat etenkin ravitsemuksellisissa asioissa (Mäkelä ym. 2003, 48.) Nykyisin myös omassa perhe- ja ystäväpiirini yhdessäolossa ruoanlaitto ja yhdessä syöminen ovat aina keskiössä, ja yhteinen vapaa-ajan käyttö rakentuu merkittävästi ruoan ja syömisen ympärille.

Nykypäivänä kaikki ruoka on kaikkien saatavilla. Niin sanottuja yläluokan ruokia ei varsinaisesti enää ole, mutta erilaisten ruokien kulutus on edelleen sosiaalisesta luokasta riippuvaista. Suurin syy tähän on eri ruoka-aineiden hinta, ei siis niinkään saatavuus. Terveellisemmin ja monipuolisemmin syövät korkeakoulutetut, keski- ja hyvätuloiset, kun taas epäterveellistä ja einespainotteista ruokaa syövät ne, joilla ei ole varaa ostaa hyvälaatuisia elintarvikkeita, tai joilla ei ole tietämystä tai kiinnostusta ravitsemuksellisista asioista. Etenkin matalasti koulutetut miehet syövät epäterveellisesti, kun taas naiset yleensä ovat hyvin tietoisia terveellisistä elintavoista. Keskiluokankin kesken on nähtävillä suurta kulttuurista vaihtelua. Mäkelän vuoden 1996 tutkimuksen mukaan esimerkiksi työntekijä- ja toimihenkilötalouksien ruokatottumuksissa löydettiin eroja. Huolimatta statuksesta, osassa tutkituista perheistä ruoka on suuri ilo ja harrastus, kun taas toisissa perheissä ruokaa tehtiin, kun on pakko. (Mäkelä ym. 2003, 50–51.)

Huolimatta siitä, että osa suomalaisista on hyvinkin intoutuneita ruoanlaittajia, helppoutta ja vaivattomuutta arvostetaan yhä edelleen. Valmisruokien aika ei ole ohi ja markettien hyllyt notkuvat take away -tuotteita, salaattibaareja, leipomotuotteita ja välipaloja. On alettu myydä myös erilaisia ateriapaketteja, joissa ruoan eteen ei juuri joudu näkemään vaihua, ja silti se on ikään kuin itse valmistettua. Ruoan valmistuksessa tärkeäksi koetaan sekä se, että ruoka on itse tehtyä, että se ettei valmistamiseen mene tolkuttomasti aikaa. (Mäkelä ym. 2003, 58.) Erilaiset kauppakassipalvelut ovatkin yleistyneet. Ainakin S-Ryhmä tarjoaa asiakkailleen palvelua, jossa ruokatarvikkeet voidaan tilata etukäteen ja toimittaa suoraan asiakkaan ovelle. Törmäsin myös Viini & Ruoka -messuilla Sannan ruokakassi -palveluun, jossa valmiiksi suunnitellun aterian raaka-aineet toimitetaan kotiovelle. Kassi voi sisältää useammankin päivän ruokatarvikkeet. Myös paikallisruokakauppa Anton & Antonilla on samanlainen palvelu. Mäkelän (2003, 58) mukaan suomalaisten arki- ja

viikonloppusyömisen välillä on suuria eroja. Viikonloppuisin ruoanlaittoa pitkän kaavan mukaan arvostetaan edelleen ja tällöin mukaan otetaan myös ystävät ja muu perhe. (Mäkelä ym. 2003, 58.)

Pöytätavat ovat muuttuneet muun ruokakulttuurin matkassa. Kun ennen hiljaisuutta arvostettiin, nykyään aktiivinen keskustelu ruokapöydässä kuuluu hyviin tapoihin. Sosiaalisuutta korostetaan muutoinkin aivan eri tavalla kuin aikaisemmin. Kun vieraita kutsutaan kylään, tarjotaan arjen tapojen vastineeksi useampi ruokalaji, tai tarjottavat saatetaan koostaa yhdessä vieraiden kanssa ”nyyttäriperiaatteella”. (Finfood 2009, 26.) Perinteiset kahvikekerit on korvannut useamman ruokalajin illallinen tai moderni buffet-pöytä, johon jokainen vieras on saanut antaa oman panoksensa (Mäkelä ym. 2003, 65). Säännöt, ohjeet ja etiketit ovat joustavampia nykyään kuin ennen. Ruokailuhetket ovat vapaamuotoisia, mikä näkyy myös lasten kanssa aterioidessa. Sillanpää (1999) väittääkin, että varsinaisia ruokakatoja ei välttämättä enää opeteta ja ruoka-ajatkin ovat monessa perheessä häilyvät. (Sillanpää 1999, 196–197.)

Vaikka ruokakulttuurimme kehittyi itsestään, pyritään sitä kehittämään tietoisesti myös erilaisten projektien ja hankkeiden avulla. Yksi tällaisista hankkeista on Helsingin kaupungin ruokakulttuuristrategia, jolla tähdätään elävöittämään helsinkiläistä ruokamaisemaa muun muassa toritoimintaan ja kaupunkiviljelyyn panostamalla. Ruokakulttuuria muokkaavat eri tahot ja eri näkökulmista. Tavoitteet ruokakulttuurin kehittämiseksi riippuvat siitä, tarkastellaanko kulttuuriamme ravitsemuksellisesta, tuotannollisesta vai kenties sosiaalisuutta korostavasta näkökulmasta. Tärkeänä pidetään kuitenkin kansallisen perinteidemme säilyttäminen. (Finfood 2009, 7; Helsinki Foodism.) Hannele Koivunen on analysoinut suomalaista ruokakulttuuria, sen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Hän näkee vahvuuksina muun muassa puhtaat ja terveystuotteiset raaka-aineet sekä ravitsemustutkimuksen, heikkouksina taas kulttuuriulottuvuuden esimerkiksi tarinoiden puutteen sekä ruokailun sosiaalisen ulottuvuuden. Uhkina hän pitää itseluottamuksen ja luovuuden puutetta, mutta mahdollisuuksina silti erilaiset ruokakulttuurin kehittämishankkeet, ruokamatkailun ja suomalaisen ruuan brändin. (Finfood 2009, 9; 39.) Kehityshankkeiden ohessa myös kansalaiset itse vaikuttavat ruokakulttuurin trendeihin ja kehitykseen käymällä keskustelua ja tallentamalla tarinoita erilaisissa medioissa, muun muassa blogeissa (Finfood 2009, 27).

Kaikki edellä mainitut tekijät ovat tiiviisti liitoksissa myös opinnäytetyöni aiheeseen ja toimeksiantajani hankkeisiin. Yhteistyökumppaneita on paljon, joilla on yhteinen halu kehittää ruokakulttuuria eri projektien ja hankkeiden myötä, lisätä suomalaisen ruoan tunnettuutta ulkomailla, brändätä uusia vientituotteita ja vahvistaa suomalaista ruokakulttuuria.

Ennen kaikkea *Syödään yhdessä* -hankkeessa keskitytään sosiaaliseen ulottuvuuteen, joka osalta suomalaisista uhkaa unohtua.

2.2 Ravintolakulttuurin kehitys ja monipuolistuminen

Ravintolassa syöminen ei ollut 1900-luvulla lainkaan arkinen tapa. Vuosisadan alussa ruokaa myivät valmiina lähinnä torikauppiat, ja hekin pääasiassa keittoa ja leipää. Teollistuvassa Suomessa kodin ulkopuolella syötiin tehdasruokaloissa ja kouluissa, mutta pääateriat nautittiin aina kotona. Ravintola oli tuolloin arvokas paikka, johon kenellä tahansa ei ollut asiaa. Asiakkaita valittiin sukupuolen ja sosiaaliluokan perusteella. Useampi ruokalaji tarjottiin vadeilta. (Mäkelä 2004, 365–366.) Vasta 1970-luvulla ravintolatarjonta monipuolistui. Muun muassa alkoholilain muuttuminen, vaikutteet ulkomailta ja pikaruoan saapuminen Suomeen tekivät ravintolakulttuurista rennompaa ja ravintoloista helpommin lähestyttäviä paikkoja. (Finfood 2009, 22.) Naisten asema ravintola-asiakkaina vahvistui, mikä vaikutti myös perheravintoloiden syntyyn (Sillanpää 1999, 98).

Pizzerioiden, pihvi- ja hampurilaisravintoloiden myötä kynnys lähteä ravintolaan syömään madaltui ja uusia makukokemuksia lähdettiin etsimään etnistä alkuperää olevista ravintoloista. Suomalaisia makuja sai ravintoloista harvoin. Vatitarjoilusta pääosin luovuttiin ja ravintoloissa käytiin myös arkipäivisin. Osa väestöstä nautti gourmet-tason ravintoloissa, osa pikaruokapaikoissa. Nuoret löysivät pastaravintolat ja kahvilat. Ensimmäisen Michelin-tähden sai vuonna 1987 Palace Gourmet Helsingissä. (Mäkelä 2004, 367.)

Erilaiset ruokatapahtumat ja -ilmiöt liittyvät läheisesti haluun luoda Suomeen, ja nyt erityisesti Helsinkiin, uutta kaupunkikulttuuria. Jo 1980-luvulta asti Helsingissä on haluttu jäljitellä länsieurooppalaisia ilmiöitä, ja ulkomailta onkin saatu runsaasti vaikutteita. Ravintolat, baarit ja kahvilat, kuten myös kävelykadut ja vaikkapa kirpputorit ovat monipuolistuneet ja erilaistuneet ulkomaisista vaikutteista. Suomalaiselle kaupunkikulttuurille haettiin vaihtoehtoja ja uusia näkökulmia suosittiin, mikä oli pitkälti suomalaisten ulkomaanmatkailun lisääntymisen ansiota 1980-luvun lopulla. Länsieurooppalaiset ja pohjoisamerikkalaiset vaikutteet ravintolakulttuuriin edistivät muun muassa ravintoloiden avautumista kaduille terassien muodossa, ja katujen avautumista ravintoloille. Ravintolasta on tullut ajanviettopaikka, jossa kaupunkilaiset viihtyvät ja jossa yhteisöllisyys tiivistyy. (Ruoppila & Cantell 2000, 48; 53.)

Nykyisin ravintolakulttuuri monipuolistuu vuosi vuodelta. Oman kokemukseni mukaan Suomeen, etenkin kaupunkeihin, perustetaan paljon uusia ravintoloita erilaisten ulkomaisien vaikutteiden ja trendien myötä (kts. 2.5). Törmään Helsingissä jatkuvasti uusiin ravin-

toloihin, ja erityistä useissa paikoissa on se, että omistajat ovat usein ulkomaalaistaustaisia. Palvelu onkin pitkälti englanninkielistä, etenkin deli- ja street food - tyyppisissä ravintoloissa. Vaikka etenkin ulkomaalaiset ihmettelevät suomalaisen ruoan vähäisyyttä tarjonnassamme (Finfood 2009, 33), korostetaan mielestäni suomalaisia raaka-aineita ja lähiruokaa jatkuvasti enemmän. Suomalainen ravintolatarjonta kattaa nykypäivänä niin palkitut huippuravintolat kuin pienet etniset katuruokabistrotkin.

2.3 Ulkona syömisen ulottuvuuksia

Suomessa sanotaan, että ”mennään ulos syömään”, kun puhutaan kodin ulkopuolisesta syömisestä. Warde ja Martens (2000) ovat määritelleet ulkona syömistä käsitteenä. Ulkona syömisenä (eating out) nähdään muun muassa ateria ruokaravintolassa, ateria baarisissa ja välipala kahvilassa ystävien kanssa. Jotkut kokevat ulkona syömisenä myös hotelli-aamiaisen, lounaan perheenjäsenen kotona tai voileivän työpaikalla. Syömistä ulkona voi olla myös ateria, jonka on valmistanut ja tarjonnut joku muu kuin itse, ja yleensä siihen liittyy myös aspekti, jonka mukaan ulkona syödyistä ruuista maksetaan. Ulkona syöminen on myös jotain tavallisesta ruokailusta poikkeavaa. (Warde & Martens 2000, 44–45.)

Ulos mennään syömään, koska halutaan kokea jotain arjesta poikkeavaa ja pitää taukoa esimerkiksi ruoanlaitosta. Muita syitä ovat esimerkiksi rentoutuminen, palveltavaksi asettuminen, hemmottelu, sosiaalinen kanssakäyminen, juhlistaminen, nälän pitäminen poissa sekä ruoasta pitäminen. Yhtenä merkittävimpänä syynä lähteä ulos syömään on nimenomaan vaihtelun hakeminen arkirutiineista, eri ajassa, paikassa ja seurassa oleminen. Sosiaalisten suhteiden ylläpito nähdäänkin tärkeänä syynä ulkona syömiseen, oli se sitten ystävien tapaaminen tai puolison ja perheen kanssa ajanvietto ravintolassa. (Warde & Martens 2000, 47–48.) Myös suomalainen trenditutkimus on antanut samansuuntaisia tuloksia. Varjonen ja Peltoniemi (2012) esittelevät Tilastokeskuksen ajankäyttö- ja kulutus-tutkimusten sekä MaRan trenditutkimusten tuloksia aineistossaan Kodin ulkopuolella ruokailu osana ruokailutottumusten muutosta 1990–2010. Vuoden 2010 trenditutkimuksen perusteella työhön liittymättömän ulkona ruokailun syitä olivat etenkin ystävien ja perheenjäsenten tapaaminen, huvien ja kestitysten hakeminen, matkalla oleminen tai yksinkertaisesti se, että ulkona syöminen on helppoa ja kätevää. Huomionarvoista tutkimuksen tuloksissa oli, että ulos mentiin harvoin terveellisten ruokavaihtoehtojen perässä. Jopa 70 prosenttia trenditutkimuksen vastaajista söi ulkona nimenomaan työssä tai koulussa. (Varjonen ja Peltoniemi 2012, 21–22.)

Pidän itse ravintolaa tai kahvilaa luonnollisena paikkana tavata ystäviä ja perhettä. Ravintola olisi ensisijainen paikka viettää vapaa-iltaa esimerkiksi puolison tai seuralaisen kans-

sa, tai jonne kokoontua ystäväporukalla myös jonkin muun aktiviteetin ohessa. Ravintola on paikka, jossa usein juhlistan juhlapäiviä ja käyn hakemassa makuelämyksiä, tunnelmaa ja rentoutusta.

Ulkona syömiseen kohdistuu paljon erilaisia asenteita. Useimmiten ulkona syömiseen liittyy sosiaalinen aspekti, jolloin ravintolassakäynti on hauska tapahtuma. Monet kokevat ravintolassa syömisen myös hemmotteluna tai pakokeinona arjen rutiininomaisesta tai ravitsemuksellisuutta korostavasta ruokailusta. Tosin esimerkiksi kotia erityisesti arvostavat, esimerkiksi kotiäidit tai ne, jotka eivät käy töissä, saattavat pitää kotiruokailua parempana vaihtoehtona kuin ravintolassa käyntiä. Useimmiten ihmiset, jotka ovat kiinnostuneita uuden oppimisesta ja kokemisesta tai ovat kiinnostuneita ruoanlaitosta ja reseptien kokeiluista, käyvät mieluusti ulkona syömässä. Myös taloudellisella asemalla ja koulutuksella on merkitystä siinä, kuinka usein ulkona käydään syömässä. (Warde & Martens 2000, 52–53.)

Yhdysvaltalaisen tutkimuksen mukaan kodin ulkopuoliseen ruokailuun vaikuttaa muun muassa perheen aikuisten jäsenten työssäkäynti, koulutus ja tulot. Tuloilla on merkitystä etenkin silloin, kun on kyse korkeatasoisemmista ravintoloista, kun taas pikaruokaravintoloissa käyvät erityisesti pienituloiset sekä isot perheet. Pikaruokan kulutusta voidaan perustella myös perheiden kiireisillä aikatauluilla, jolloin nopeampi vaihtoehto ravintolan suhteen on parempi, kuin korkeatasoinen, hitaamman palvelun ravintola. Myös take away -ruoan yleistymiseen voi vaikuttaa hektisempi elämänrytmi. Suomalaisissa kotitalouksissa tulojen kasvu lisää myös ruokaan käytettävän rahan määrää. Samanlainen vaikutus on ylipäättään kohenevalla kansantaloudella. (Varjonen & Peltoniemi 2012, 9–10.)

On myös muita käytännön syitä, jotka lisäävät tai vähentävät halua käydä ravintolassa. Usein yksin asuvat ihmiset kokevat oikeutuksen lähteä ulos syömään, sillä aterian valmistaminen kotona vain yhdelle ei tunnu hyvältä. Silti monet kokevat, etteivät halua syödä ulkona yksin. Yksin syömiseen liittyviä asenteita tarkastelen myöhemmin luvussa 4.2.1. Yksi syy, miksi ravintoloissa käydään harvemmin, on pienet lapset. (Warde & Martens 2000, 70.) 1960-luvulla lapsiperheet kävivät harvoin ulkona syömässä, ja jos kävivät, tarkoitti se lähinnä pikaruokapaikassa aterioimista. Myöhemmin tosin myös lasten roolia ravintola-asiakkaana alettiin arvostaa ja ravintoloihin rakennettiin leikkinurkkauksia ja laadittiin lastenlistoja. Lapsia ravintolakäynnin ajateltiin myös sivistävän, sillä he oppivat jo nuorena käyttäytymään ja asioimaan ravintolassa. Useimmiten ravintolan valitsee jompikumpi vanhemmista. Perheiden ravintolakäyntejä rajoittaa kuitenkin esimerkiksi se, että ison perheen syöminen ulkona on hintavaa ja että lapsiin asiakkaina suhtaudutaan edelleen melko ynseästi. (Mäkelä ym. 2003, 98–107.)

Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma (Sre) tutki vuonna 2009 lapsiperheiden ajatuksia ravintolassa käynnistä. Tutkimuksen mukaan lasten kanssa ravintoloissa käyvät perheet saatettiin tuomita tuhlailevaksi. Heitä pidettiin varakkaina, kun taas perheiden, jotka eivät käyneet ravintoloissa, koettiin olevan vähätuloisia ja säästäväisiä. Perheet odottavat ravintolakokemukselta hyvää ruokaa, mutta myös henkilökunnan luoma rauhallinen ilmapiiri koettiin tärkeänä. Hintaa voitiin pitää esteenä ravintolaan lähtemiseen, mutta toisaalta elämys menee hinnan edelle. Kuten Mäkeläkin totesi, myös Sre:n tutkimuksen mukaan perheet käyvät usein pikaruokaravintoloissa, sillä ravintoloissa käydään usein matkalla johonkin. Ruokakulttuurin opettaminen ei ollut tärkeää vanhemmille ravintolaan mentäessä. (Sre 2009.) Mikäli lapsiperheitä halutaan enemmän syömään yhdessä ravintoloihin, on muutos lähdettävä ensin aikuisista, sillä he päättävät missä syödään. Asenteiden tulisi muuttua. Sen sijaan, että ajatusta pidettäisi vaivalloisena, tulisi ravintolakäyntejä lisätä sivistääkseen ja totuttaakseen lapsia ravintolaympäristöön. Toki ravintoloiden tulee myös olla vastaanottavaisia ja ymmärtäväisiä lapsiperheitä kohtaan, mutta mielestäni läh- tökohta ei ole se, että lapsille tulisi aina olla oma ruokalistansa tai leikkipaikkansa, vaan se, että lapset huomioitaisi palvelussa enemmän henkilökunnan palvelualltiuden ja osallistavuuden kautta.

2.4 Missä ja miten suomalaiset syövät nyt?

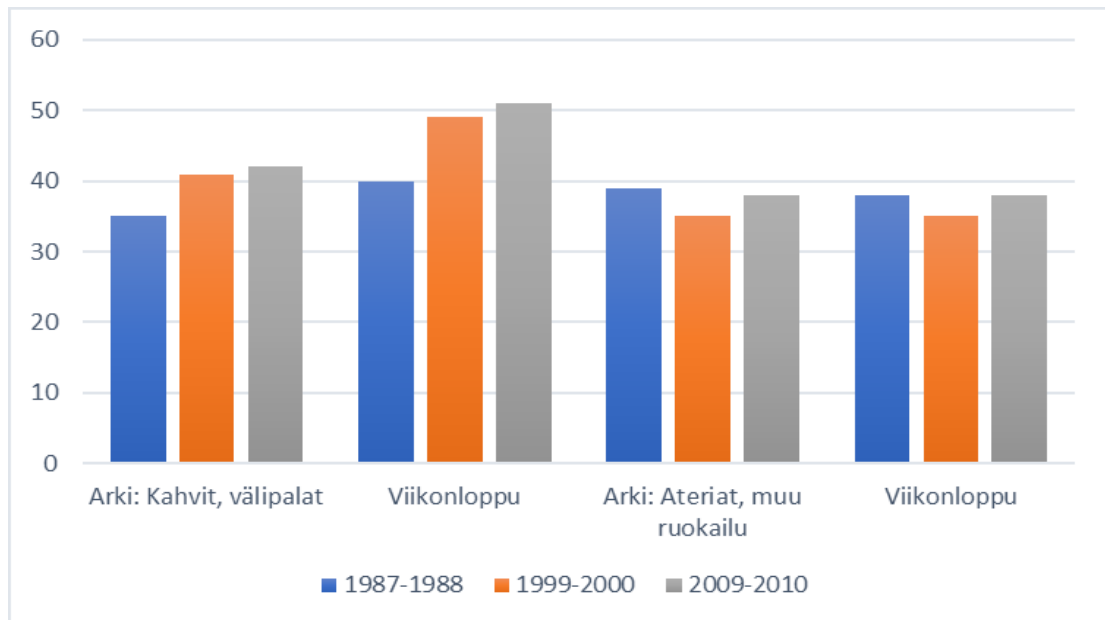
Kuten jo aiemmin on todettu, yhteiskunnalliset muutokset ovat muovanneet suomalaisen ruokakulttuurin siksi, mikä se on tänä päivänä (Mäkelä ym. 2003, 67). Aikaa käytetään kotitalouksissa hyvin eri asioihin kuin entiseen aikaan, ja kiire on muuttanut muotoaan. Siinä missä aiemmin ruokailua rytmitti ja haastoi maatalouden arkirytmit sekä ruoka- aineiden saatavuus ja säilömissähdollisuudet, nykypäivänä hektinen elämänrytmi ja tietynlainen suorittaminen myös vapaa-aikana muuttavat syömisen muotoja. Kotiruokailu ei ole poistunut tai poistumassa, mutta perheillä ei välttämättä ole tapana istuutua yhteisen pöydän ääreen joka päivä samaan aikaan, vaan kukin syö, kun ehtii (Mäkelä ym. 2003, 67). Tarkastelen tässä alaluvussa suomalaisten nykyisiä syömisen tapoja, paikkoja ja tottumuksia.

Tutkija Unni Kjaernes (2001) on vertaillut pohjoismaisessa tutkimuksessaan Norjan, Ruotsin, Suomen ja Tanskan ruokatottumuksia. Yhteensä 4800 yli 15-vuotiasta kansalaista haastateltiin puhelimitse vuonna 1997 ja pyrittiin selvittämään ruokailuun ja sen sosiaali- seen kontekstiin liittyviä tilanteita. Tutkimuksessa haluttiin erotella napostelu, kahvittelu, kylmän aterian kuten voileipien nauttiminen, lämmin ateria sekä aamiainen. Suurin osa tutkittavista ilmoitti, että he söivät kolmesta viiteen kertaa päivässä. Vain muutama ilmoitti

syövänsä yli viisi kertaa päivässä, minkä ajatellaan sisältävän myös pieniä välipaloja. Suurin tekijä, joka vaikutti yhdessä syömiseen, oli se, että asui yhdessä muiden kanssa. Tutkimuksen mukaan Suomessa syötiin enemmän lämpimiä aterioita kuin esimerkiksi Tanskassa ja Norjassa, joissa arkipäivisin nautittiin enemmän voileipiä. (Kjaernes 2001, 8–9.) Suomessa naiset söivät säännöllisemmin kuin miehet, ja yhdessä asuvat söivät useammin kuin yksin asuvat. Myös lapsiperheet söivät useammin kuin lapsettomat tai yksin asuvat. (Kjaernes 2001, 10–11.) Myös Roos ja Prättälä tutkivat vuonna 1992 suomalaisten ateriaritmiä ja selvittivät, että noin puolet tutkituista söi kaksi ateriala päivässä ja hieman alle puolet söi kolme ateriala päivässä sisältäen aamiaisen. Useimmiten miehet söivät useamman aterian kuin naiset. (Kjaernes 2001, 100.)

Johanna Mäkelän ym. (2003, 53) vuonna 1996 tekemän tutkimuksen mukaan suomalaiset kokivat kunnan ateriana lämpimän ruoan. Haastateltujen vastausten perusteella Mäkelä tunnisti kunnan ateriasa kolme eri osaa: lämpimän ruoan, salaatin ja seuran. Anne Murcottin mukaan kunnan aterialla tarkoitetaan ”valmistettua päivällistä, jolla on täsmällinen päivästä päivään toistuva rakenne” (Mäkelä ym. 2003, 52). Kjaernesin (2001) tutkimuksessa kunnan aterioita söivät epätodennäköisemmin nuoret vastaajat kuin vanhemmat. Samoin yksin asuvat söivät epätodennäköisemmin kunnan aterioita kuin suurimmissa kotitalouksissa asuvat. Yllättävää ei ole, että korkeakoulutetut ja perheelliset naiset vastasivat useammin syövänsä kunnan aterioita kuin miehet. Muutoin sosiaalisella asemalla ei näyttänyt olevan vaikutusta kunnan aterioiden syömiseen. (Kjaernes 2001, 16.)

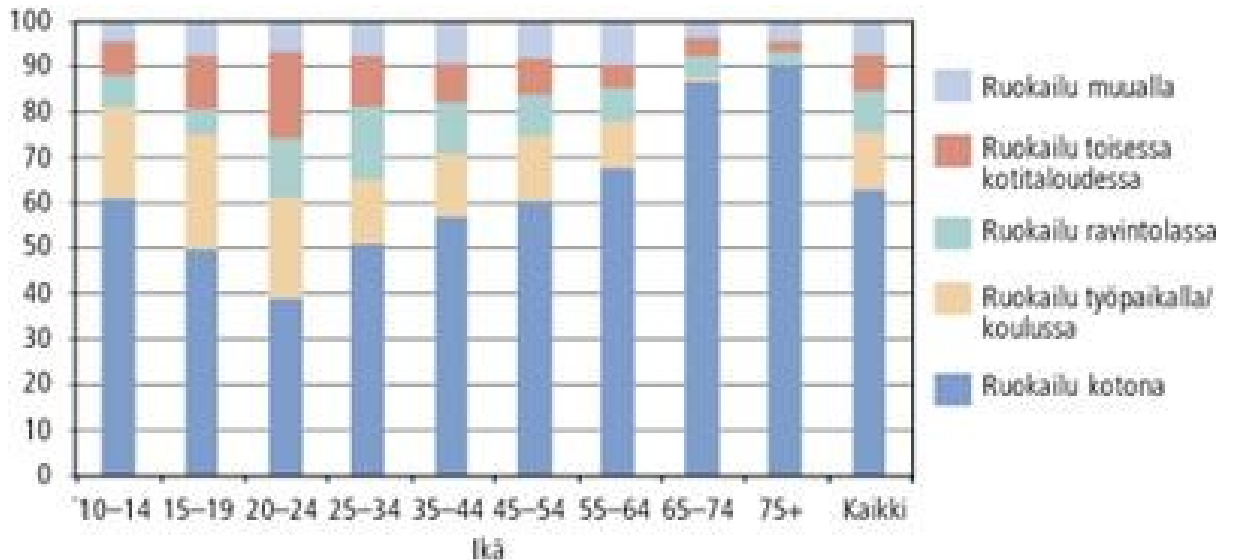
Sekä Kjaernesin (2001) pohjoismaisen tutkimuksen, että Tilastokeskuksen (kuvio 4) mukaan, tutkittavat söivät lähes aina kotona. Kjaernesin tutkimuksessa selvisi, että erityisesti aamuisin tutkitut söivät pääosin kotona. Päivällisellä tai illallisella saatettiin silti syödä enemmän kodin ulkopuolella, etenkin Norjassa ja Ruotsissa. Huomattavaa oli, että kun suomalaiset söivät kotona, söivät he pääosin keittiössä tai ruokapöydässä, kun taas esimerkiksi Norjassa iso osa saattoi ruokailla vaikkapa olohuoneessa sohvalla istuen. Ruokailun aikana saatettiin katsoa televisiota tai kuunnella radiota. Huolimatta suomalaisten taipumuksesta ruokailla keittiönpöydän ääressä, ruokahetket saattoivat kestää hyvin vähän aikaa. Tutkimuksen mukaan Suomessa ruokailtiin usein jopa alle 10 minuutin ajan (32 % vastaajista). 47 % suomalaisvastaajista aterioi 10–20 minuutin ajan ja vain 5 % yli puoli tuntia. (Kjaernes 2001, 16–17; 187.) Myös tilastokeskus (2013) on tilastoinut suomalaisten perheiden ajankäyttöä ja ruokailuun käytettyä aikaa. Kuviosta 3 ilmenee, kuinka paljon aikaa suomalaiset ovat käyttäneet aikaa ruokailuun eri vuosikymmeninä.



Kuvio 3. Ruokailuun käytetty aika vuosina 1987–1988, 1999–2000 ja 2009–2010. Min/pv. (mukaillen Tilastokeskus 2013)

Välipaloihin käytetty aika on kasvanut eri vuosikymmeninä sekä arkena, että viikonloppuna jonkin verran. Varsinaiseen ruokailuun käytetään aikaa lähes yhtä paljon kuin ennen, onhan se rutiininomainen arkinen toimi. Ylipäätään ateriointiin käytetyn ajan kasvua näyttää selittävän lähinnä välipaloihin käytetyn ajan kasvaminen (Varjonen & Peltoniemi 2012, 29).

Tilastokeskuksen (2013) Ajankäyttötutkimus erittelee suomalaisten syömistä eri paikoissa. Kuvion 4 mukaan eniten kodin ulkopuolella syövät 20–24-vuotiaat nuoret, joista iso osa syö työpaikalla, koulussa tai ravintolassa. Huomionarvoista nuorten totumuksissa on myös se, kuinka usein he syövät toisessa kotitaloudessa. Tällöin ruokailu voi tapahtua esimerkiksi vanhempien tai ystävien luona. Eniten ravintoloissa syövät 25–34-vuotiaat, etenkin he jotka asuvat yksin tai puolison kanssa, mutta joilla ei ole lapsia. He käyvätkin ravintoloissa yhä enemmän. Ylipäätään tämä ikäluokka syö enemmän muualla kuin kotona, mikä voi myös selittyä välipalojen nauttimisen lisääntymisestä, mistä saatiin osviittaa edellisessä kuviossa (3). (Tilastokeskus 2013.)



Kuvio 4. Ruokailupaikka iän mukaan vuonna 2009–2010. Osuus (%) kaikesta ruokailusta (Tilastokeskus 2013)

Vähiten ravintoloissa käyvät yli 45-vuotiaat pariskunnat tai yksin asuvat, vaikka heillä olisi-kin siihen kenties enemmän varaa. Lapsiperheet käyvät ravintolassa harvemmin kuin lapsettomat, mutta useammin kuin vanhempi ikäluokka. Ulkona syömiseen vaikuttavat siis tulot, mutta myös asenteet. (Tilastokeskus 2013.) Vanhemmat ikäluokat eivät välttämättä ole tottuneet monipuolistuvaan ravintolakulttuuriin, eikä heillä ole siksi tapana käydä ulkona syömässä. Vanhat tavat ja kotiruokailun arvostus saattavat pysyä myös tiukasti asenteissa, ja voi myös olla, että ravintolassakäyntiä pidetään edelleen liian hienona. Tämä riippuu tosin myös maantieteellisestä sijainnista, ja isommissa kaupungeissa ulkona syömiseen saatetaan olla tottuneempia kuin pienissä.

Teoksessa *Suomalainen maku* (Purhonen & työryhmä 2014) kerrotaan vuonna 2009 tehdystä haastattelututkimuksesta, jossa kartoitettiin suomalaisten mieliruokia ja ruokatapoja. Tutkimuksessa kysyttiin suomalaisilta muun muassa, kuinka usein he kävivät syömässä ravintolassa iltaisin tai viikonloppuisin. Sen mukaan vähintään kerran viikossa ulkona syömässä kävi viisi prosenttia vastaajista ja yli neljännes vähintään kerran kuukaudessa. Näin ollen suurin osa käy ulkona syömässä harvemmin tai ei koskaan. Koulutustausta ja ikä vaikuttavat merkittävästi ulkona syömiseen. Purhosen ym. (2014) tutkimuksessa saatiin samanlaisia tuloksia kuin Tilastokeskuksen edellä mainitussa tutkimuksessa. Esimerkiksi nuoret ja korkeakoulutetut käyvät selkeästi useammin syömässä ravintoloissa kuin vanhemmat ja matalasti koulutetut. Tästä voi myös päätellä, että ulkona syöminen erottlee sosiaalisia ryhmiä. Kaikkein mieluiten suomalaiset söisivät niin sanotuissa pihviravintoloissa, mutta myös italialainen ja kiinalainen ravintola sekä pizzeria vetävät suomalaisia

puoleensa. Vähiten mieluisia ruokapaikkoja taas olivat pikaruokaravintolat, nakkioskot ja pubit. (Purhonen ym. 2014, 194–196.)

Sosiaalinen asema, koulutus ja ikä vaikuttavat myös ruokapaikan valintaan. Italialaiseen ja ranskalaiseen ravintolaan menisivät useimmiten korkeammin koulutetut, kun taas kahviloita käyttävät enemmän matalammin koulutetut (Purhonen ym. 2014, 196), mikä varmasti liittyy paikan hintatasoon ja vastaajan tuloihin. Miksi pihviravintola sitten on kaikista suosituin valinta? Purhosen ym. (2014, 196–197) mukaan se kuvastaa parhaiten suomalaiselle tyypillistä ravintolaa, josta voi tilata pihviannoksen. Se ei välttämättä tarkoita pihveihin erikoistunutta ravintolaa, vaan mitä tahansa perusravintolaa, esimerkiksi perheiden suosimaa ketjuravintolaa tai huoltoasemaa. Yllättävää ei ole, että nuoret ja etenkin naiset suosivat miehiä enemmän kahviloita. (Purhonen ym. 2014, 198–199.)

Lapsiperheissä ulkona syöminen määräytyy pitkälti lasten ehdoilla, jolloin ravintolaksi valitaan helposti lapsiystävällisiä paikkoja kuten ketjuravintoloita tai etnisiä ravintoloita. Eräs haastateltu mainitsee, että lasten kanssa mennään paikkaan, josta saa halvalla hyvää. Myös nuorten ravintolavalintaa määrää hinta. Vaikka nuoret ja koulutetut suomalaiset käyvät ravintoloissa vanhempaa ikäluokkaa useammin, on raha heille kuitenkin rajoite, joka määrää ravintolassakäyntejä ja paikan valintaa. Merkittävää suomalaisten ravintolakäyttäytymisessä on se, että se on usein yhteyksissä elämänvaiheeseen, esimerkiksi sinkkuuteen tai seurusteluun. (Purhonen ym. 2014, 198–199.) Huomionarvoista on, että ravintolakulttuuri Suomessa on viime vuosina muuttunut valtavasti. Omankin kokemuksen mukaan ravintolatarjonta on monipuolistunut, ja etenkin nuoret korkeakoulutetut ovat yhä kiinnostuneempia kokeilemaan uusia, trendikkäistä ja etnisiä ravintoloita ja illanviettopaikkoja. Jos kysely tehtäisiin nyt uudelleen, en usko pihviravintolan olevan enää ensimmäisellä sijalla. Toisaalta on hyvä huomioida ero kaupunkikulttuurin ja pienten paikkakuntien välillä.

Kodin jälkeen eniten syödään kouluissa ja työpaikoilla (Tilastokeskus 2013). Kjaernesin (2001, 16–17) mukaan työpaikalla syötiin useimmiten kanttiinissa tai erillisessä kahvihuoneessa, mutta osa vastaajista mainitsi syövänsä myös työpöydän ääressä. Purhosen ym. haastattelututkimuksen (2014) mukaan työpaikkaruokailulla on ollut iso merkitys Suomen ruokakulttuuriin. Työpaikkaruokailua järjestää usein työpaikkaruokailuihin erikoistunut toimija, ja ravintolassa maksetaan useimmiten erilaisissa lounaseteleillä tai muulla työnantajan tukemalla maksutavalla. Työpaikkaruokailua eivät haastateltavat nostaneet kuitenkaan erityiseen arvoon, vaan siihen suhtauduttiin kuin muuhunkin arkiseen ruokailuun. Jos työpaikka ei tarjoa omaa työmaaruokalaa, saatetaan syödä lähialueen lounasravintoloissa. Tällöin suomalaiset syövät kenties hieman kotiruoasta poiketen usein etnistä ruo-

kaa. (Purhonen ym. 2014, 190.) Työpaikkaruokailun juuret löytyvätkin jo 1850-luvun Suomesta, jolloin työnantajat alkoivat kiinnittää huomiota työntekijöiden hyvinvointiin. Työpaikkaruokailu alkoi yleistyä kuitenkin vasta 1920-luvun tehdastyöpaikoilla. (Sillanpää 1999, 53.) Vaikka työpaikkaruokailulla onkin pitkät perinteet ja sitä tuetaan usein työnantajan puolelta, ei työpaikkaruokailun sosiaaliseen puoleen kiinnitetä Suomessa niin paljon huomiota. Monilla aloilla työehtosopimuksilla on lyhennetty ruokataulun lakisääteistä pituutta ja siksi syömisen yhteisöllinen merkitys on vähäinen. Tätä puolta olisi syytä siis tuoda enemmän esille työyhteisöissä. Muualla Euroopassa, esimerkiksi Ranskassa, Italiassa ja Espanjassa on kokemukseni mukaan normaalia pitää useamman tunnin lounastauko, jolloin saatetaan kokoontua perheen tai työkavereiden kanssa syömään yhdessä.

Myös suomalaisissa trenditutkimuksissa on tuotu esiin suomalaisten ulkona syömisen tottumuksia. Varjonen ja Peltoniemi (2012, 19) jäsentävät julkaisussaan vuosien 2008 ja 2010 trenditutkimuksia, joiden aineisto perustuu TNS Gallupin haastatteluihin. Siinä haastateltiin yli 15-vuotiaita suomalaisia. Vuonna 2008 haastatelluista 57 % oli syönyt kodin ulkopuolella edeltävän kahden viikon aikana, ja 43 % ei ollut syönyt kodin ulkopuolella kertaakaan. Vuonna 2010 haastatteluun vastanneista 60 % oli syönyt ulkona edeltäneiden kahden viikon aikana. Ulkona syömiseen laskettiin tosin mukaan myös esimerkiksi henkilöstö- ja opiskelijaruokalot, joiden osuus kodin ulkopuolisista aterioista oli merkittävä. Yli 30 % vastanneista oli syönyt viimeisen kahden viikon aikana aterian varsinaisessa ruokaravintolassa. (Varjonen & Peltoniemi 2012, 18.) Uusimman, vuoden 2012 trenditutkimuksen mukaan jo 75 % suomalaisista oli käynyt ravintolassa syömässä viimeisen kahden viikon aikana. Eniten ulkona syötiin lounasta, mikä perustelee henkilöstöravintoloiden suurta osuutta ulkona syömisen paikoista (24 %). (MaRa ry 2012.)

Päätoimittaja Eero Lehtinen (2013) kirjoittaa Aromi-lehden pääkirjoituksessa, että suomalaisten odotetaan tulevaisuudessa käyvän enemmän ravintoloissa. Lehtinen uskoo, että ravintolakäyttäytyminen on eurooppalaistumassa ja arkipäiväistymässä ja perustaa ajatuksensa MaRa ry:n teettämään edellä mainittuun trenditutkimukseen. (Lehtinen 2013, 7.)

2.5 Ruokatrendejä ja yhteisöllisyyden ilmiötä

Vastuullisuus on yksi voimakkaimmista nykyajan trendeistä, joka näkyy myös ruokakulttuurissa ja syömiskäyttäytymisessä. Eines- ja pikaruokavuosikymmenten jälkeen ihmiset ovat alkaneet yhä enemmän kiinnittää huomiota ruoan puhtauteen, kestävään tuotantoon ja terveellisyteen ja ylipäättään kokonaisvaltaiseen hyvinvointiin. Elintarvikkeiden ja lihan tehotuotantoa kauhistellaan, ja luomun ja lähiruoan kulutus on kasvussa. Myös kasvisruokaa suositaan, vaikka toisaalta suomalaiset ovat lihan suurkuluttajia (79,4 kg/hlö vuonna

2015). Luomuruoan markkinat ovat kasvaneet viime vuosina. Luomuruoan myynti kasvoi vähittäiskaupoissa vuodesta 2011 vuoteen 2015 yli 40 %, ja pelkästään viime vuoden (2016) aikana kasvua oli 12 %. (Finfood 2009, 17; Lihätiedotus 2016; ProLuomu 2016.) Vaikka toisaalta Suomessa näkyy omankin kokemuksen mukaan sekä ravitsemukseen että ravintolasyömiseen liittyvä ruokabuumi, osa suomalaisista on herännyt maltillisempaan, luontoa kunnioittavampaan kuluttamiseen (Finfood 2009, 17). Myös Haavisto ja Karjula (2016, 51) toteavat, että ruokakauppojen lähiruokavalikoima on laajentunut kuluttajien ympäristötietoisuuden kasvettua ja kulutustottumusten muututtua.

Lähi- ja kasvisruoan sekä luomu- ja Reilun kaupan tuotteiden kulutuksen kasvu kielii uusista asenteista. Yhä useampi on kiinnostunut siitä, että ruokaa riittää maailmassa kaikille, eläimiä ja luontoa kohdellaan oikein, tuotanto on kestävä, ja että tuottaja saa oikeudenmukaisen korvauksen työstään. Omaa terveyttään halutaan myös vaalia puhtaammilla raaka-aineilla, ja lähialueiden tuotantoa halutaan tukea. Vegaani- ja kasvisruoka on ollut viime aikoina runsaasti esillä, kun suomalaisten lihankulutusta on kauhisteltu. Esimerkiksi tipattoman tammikuun ohelle on tullut lihattomia kuukausia, kuten vegaanihaaste ja liha-ton lokakuu, jotka haastavat suomalaiset kokeilemaan kasvisruokavaliota. (Mäkelä ym. 2003, 61–63; Vegaanihaaste 2016; Karjalainen 2016.) Tunnetut kokit korostavat yhä useammin lähiruoan merkitystä, mikä nostaa myös kuluttajien arvostusta suomalaisia raaka-aineita kohtaan (Finfood 2009, 23). Kasvisruoka innoittaa myös ravintoloitsijoita ja muun muassa Richard McGormick, helsinkiläisten kasvisravintoloiden The Cockin ja Sandron perustaja uskoo kasvisruoan suosion kasvavan ja lihankulutuksen laskevan. Samoin useat ruokablogit, esimerkiksi Chocochili ja Suolaa & Hunajaa, kuhisevat kasvisruokareseptejä ja innoittavat lukijoitaan uusilla ruokatrendeillä. (McGormick 28.1.2016; Suolaa & Hunajaa 2015).

Atria Delin markkinointipäällikkö kertoo Ruoka.fi-verkkolehden artikkelissa, että materialistiselle kertakäyttökulttuurille on syntynyt vastareaktion trendi, joka ihannoii yksinkertaisuutta myös ruoanlaitossa ja raaka-aineiden valinnassa. Ruoan tuhlausta pyritään enenevässä määrin välttämään. Yltäkylläisen elämäntyylin sijaan, on alettu arvostaa paluuta suomalaisten juurille, entisaikojen raaka-aineiden käyttöä sekä vanhoja valmistus- ja säilöntätapoja. Ruoka halutaan itse hakea metsästä tai suoraan tiloilta. Paikallisuuden ihannointi kertoo asenteista myös yhteisöllisyyttä kohtaan. (Kalliokoski 2013.) Puhtaiden raaka-aineiden suosiminen, selkeät maut, suomalaisten metsien antimet ja vihreys näkyvät myös huippuravintoloiden ruokalistoilla. Helsinkiin on perustettu useita näitä arvoja vaalivia ravintoloita, joista muutamana mainitakseni uusi tulokas Grön sekä suomalaisia ruoka-perinteitä esiin nostava Finnjável.

Ruoka.fi-verkkolehden artikkelissa mainitaan myös trenditutkimuksesta, joka mittasi lähi-vuosien merkittäviä ruokatrendejä. Yksi mainituista trendeistä on ”seating” eli social eating. Sen mukaan yhteisöllinen syöminen tulee kasvamaan. Ruokaseuraa haetaan esimerkiksi ruoka- ja ravintolapiireistä, sosiaalisen median kanavista tai jopa lähikaupan seinältä. Isojen avoimien piknikien, ruokakerhojen ja ravintoloiden pitkien yhteispöytien nähdään yleistyvän. Ruokaa saatetaan sekä kasvattaa, hankkia kuin valmistaakin tuntemattomien kanssa. Toisaalta myös perhearvoja ja perinteitä pidetään yhä tärkeämpinä. Trenditutkimuksen raportissa korostettiin myös ruuan roolia yksilön kuvaamisessa. Se, miten syömme ja mitä syömme, määrittelee meitä paljon myös ihmisinä. (Kalliokoski 2013.)

Ravintolatrendejä esiin tuovassa verkkolehti RMagazinessa pohditaan pitkien yhteispöytien (engl. communal table) roolia tämän hetken ravintolaliiketoiminnassa. Yhteisöllisessä pöydässä istutaan yleensä tuntemattomien vieressä, mikä lähtökohtaisesti voi tuntua kiusalliselta. ”Kommunaalipöydän” idea kumpuaa jo 1700-luvulta, jolloin ravintoloissa lähtökohtaisesti syötiin pitkissä pöydissä. Nykyisin tätä istumismuotoa hyödynnetään ravintoloissa ensinnäkin tavoitteena luoda yhteisöllistä kokemusta asiakkaille ja toiseksi, koska näin ravintolatila saadaan paremmin hyödynnettyä. Artikkelissa todetaan, että etenkin ”milleniaalit”, eli Y-sukupolvi on tykästynyt konseptiin, jossa voidaan olla ikään kuin osa yhteisöä, vaikka tultaisinkin yksin. Pöydässä voidaan joko jutella muiden kanssa tai työskennellä tai viettää aikaa yksin. Muun muassa Starbucks ja McDonald’s ovat hyödyntäneet pitkän pöydän konseptia ja artikkelissa pohdintaankin, sopiiko se parhaiten juuri pika-ruokaravintoloihin sekä paikkoihin, joissa vaalitaan vuorovaikutuksellisuutta. Artikkelin mukaan ”kommunaalipöydät” vaikuttavat myös interaktioon henkilökunnan ja asiakkaiden välillä, ja täten henkilökunnan tulisi olla hyvin koulutettua ja osaavaa, jotta he onnistuvat rohkaisemaan asiakkaita keskusteluun muiden kanssa. (Anguiano 2015.)

Yhteisöllisyyden murentuminen nykypäivänä on puhuttanut niin syömiseen kuin suomalaisen kulttuuriin liittyvissä aiheissa. Eri sukupolvien välillä on Taloustutkimus Oy:n mukaan suuri arvokuilu. Yhteiskuntatieteiden tohtori Juho Rahkonen (2013) pohtii Taloustutkimuksen uutiskirjeessä: *”Mitä yhteiskunnan arvoille tapahtuu siinä vaiheessa, kun perinteikkäät arvot siirtyvät vanhimpien ikäluokkien mukana historiaan? Mureneeko perinteinen yhteisöllisyys ja tulevatko tilalle elämyshakuisen Y-sukupolven edustamat nautinnonhaluiset ja yksilölliset arvot?”*. Vaikka internetin ja globalisaation vaikutuksesta yhteiskunnassa tuntuu yhä enemmän korostettavan yksilöllisyyttä, näen alati rikastuvan kaupunkikulttuurin kasvattavan yhteisöllisyyttä etenkin nuoremmissa sukupolvissa. Kuten aiemmin mainittiin, perhearvot ja yhteisöllisyys korostuvat yhä enemmän myös ruokatottumuksissa. Helsinkiin on luotu useita yhteisöllisyyttä korostavia ilmiöitä ja palveluja, joista muun muassa Sii-vouspäivän ja Nappi Naapurin taustayhdistys Yhteismaa on ollut isossa roolissa. Yhteis-

maa toimii myös ruokakulttuurin kehittäjänä Illallinen taivaan alla -projektin tiimoilta. Muita ruokakulttuurin tai yhteisöllisyyteen ja jakamistalouteen perustuvan kaupunkikulttuurin ilmiöitä ovat muun muassa Timo Santalan koordinoima Ravintolapäivä, matkailuun liittyvä Couchsurfing, katuruokafestivaalit kuten Street Helsinki ja Street Food Festival sekä gourmet-ruokaan painottuva tapahtuma Taste of Helsinki.

Edellisten ilmiöiden lisäksi vastuullisen kuluttamisen trendiin liittyviä palveluja ovat esimerkiksi ruokahävikin minimoimiseen tähtäävät From Waste to Taste -hävikkiravintolat ja ResQ-palvelu. Yhteisöllisyyden puolesta kannanoton on tehnyt myös videobloggari Timo Wilderness, jonka Neighbour Challenge (Naapurihaaste) on saanut tähän mennessä YouTube-palvelussa jo yli 23.000 katsojaa. Videossa Wilderness haastaa suomalaiset pimputtamaan naapureiden ovikelloa ja tutustumaan heihin (Wilderness 2015). Facebookin Let's Eat Together -ryhmän kaltaiset yhteisöt kokoavat myös ihmisiä yhteen erilaisten aktiviteettien tai ruokapöydän ympärille. Yhdessä syömisen konsepteja kartoitan tarkemmin tutkimusosiossa, jossa hyödynnän benchmarkingia. Benchmarking-työkalun prosessi ja tulokset esitetään luvun 6 alla.

3 Elämyksellinen ravintolakokemus

Koska opinnäytetyössäni tarkoituksena on etsiä elementtejä yhteisölliseen syömisen tukemiseksi ja innoittamiseksi ravintoloissa, on tärkeä myös tunnistaa ravintolakokemuksen, tai jopa elämyksen rakennuspalikat. On hyvä ymmärtää, mihin eri elementteihin tai osiin asiakkaan palvelukokemuksessa ja -polussa voidaan vaikuttaa ja miten ravintola voi profiloitua palvelullaan ja miljööllään. Tämä luku käsittelee elämyksellisen palvelun luomista ja ravintolan erilaisia palvelumaisemia.

3.1 Ravintolan palvelumaisemat

De Rezende, Rodrigues ja Matheus (2014) ovat tutkineet asiakkaan ulkona syömisen kokemuksia ja erittelevät niitä British Food Journalin artikkelissa. Artikkelin teoriakatsauksessa kirjoittajat viittaavan Finkelsteinin (1989), Warden ja Martensin (2000) sekä Holbrookin ja Hirschmannin (1982) teoksiin ja toteavat, että siinä missä ulkona syöminen oli aiemmin vain tarpeiden tyydyttämistä, on siitä sittemmin tullut tapa hakea mielihyvää, viettää vapaa-aikaa ja etsiä elämyksiä. Holbrookin ja Hirschmannin (1982) mukaan elämys on kokemusperäinen, yksilöllinen asia, joka koostuu jokaisen omista tulkinnoista, joten voidaan kysyä, voiko elämystä ylipäätään suunnitella etukäteen. (De Rezende ym. 2014, 92–93.) Pine ja Gilmore (1999, 11–13) kirjoittavat, että palvelu muuttuu elämykseksi, kun yksilö sitoutetaan siihen palvelun toimiessa näyttämönä ja tuotteiden toimiessa rekvisiittana. Elämys on tunne, aistimus ja siitä jää muistijälki. Se jää jollain tavalla elämään myös palvelun kuluttamisen jälkeen. (Pine & Gilmore 1999, 11–13.) IDEO:n Bill Moggridge on hyvin kiteyttänyt elämyksen lauseeseen: ”You can’t experience the experience until you experience it” (Moritz 2005, 46). British Food Journalin artikkelissa esitellyssä tutkimuksessa tultiin tulokseen, että on olemassa kuusi erilaista kuluttajien toiveisiin pohjautuvaa ravintolan palvelumaisemaa: autenttinen, rento, ”syö niin paljon kuin jaksat”, kuin olisit kotona, tehokas ja erottuva ympäristö (De Rezende ym. 2014, 95).

Autenttinen ympäristö on sellainen, jossa korostuu jollekin paikalle, ajanjaksolle tai kulttuurille ominaiset elementit. Tällöin asiakas etsii aitoja kokemuksia. Rennon paikan piirteitä ovat mukavuus, tärkeilemättömyys ja rauhallisuus. Rentoon ympäristöön hakeudutaan tauolle, tapaamaan ystäviä tai vain viettämään aikaa, ja siltä odotetaan kodinomaisuutta ja intiimiyttä. ”Syö niin paljon kuin jaksat” -ympäristöön hakeutuvat ihmiset, jotka haluavat laajaa ja ns. rajatonta valikoimaa. Tällainen ympäristö houkuttelee usein perheitä ja kaveriporukoita, jotka haluavat syödä pidemmän aikaa ja saada rahalle määrällistä vastinetta. Tunnelma niissä on yleensä hälyinen, mutta iloinen. ”Kuin olisit kotona” -ympäristö korostaa kodinomaisuutta, paikan erityisyyttä ja helppoa olemista. Tällaisessa ympäristössä

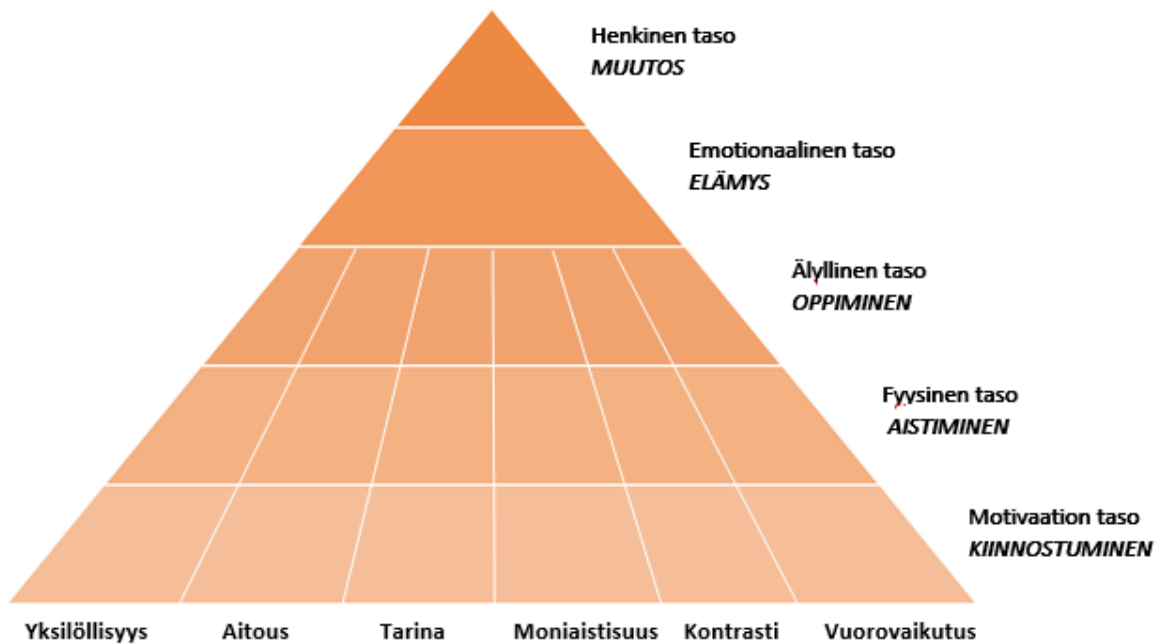
saatetaan myös käydä usein ja sitä kuvaillaan ”paikallisena”. Tehokkaasta paikasta saa taas ennalta arvattavan kokemuksen, jossa tärkeitä elementtejä ovat aika, raha ja tutut tuotteet. Tehokkaassa ympäristössä painottuu tarpeen, eli nälän tyydyttäminen ja tuttuuden tunne. Erottuva ravintola vastaa yksilöllisiin tarpeisiin ja mielihaluihin. Sieltä haetaan kokemuksia, nautintoa ja kanssakäymistä muiden kanssa. Tällainen ympäristö on usein korkeatasoinen paikka, josta saa laadukasta ruokaa. Tunnelma voi olla virallisempi ja hinta korkeampi kuin muualla. Palvelulla, miljööllä ja musiikilla on myös tärkeä rooli erottavasta ympäristössä. (De Rezende ym. 2014, 96–100.)

Pohdin, minkälaista palvelumaisemaa asiakas voisi kaivata esimerkiksi yhdessä syömisen tapahtumassa. Se riippuu tietenkin asiakkaan mieltymyksistä, ajankäytöstä, seurasta ja tavoitteista. Autenttinen ympäristö on tärkeä, etenkin jos ravintola haluaa korostaa jotain tiettyä teemaa, tulee se suunnitella huolella ja kattaa sekä tuotteen, miljööseen että palvelun. Teemaa voisi luoda esimerkiksi tarinoiden kautta. Pine ja Gilmore (1999, 48) mainitsevatkin, että elämyksen ympärille voidaan luoda teemaa käsikirjoittamalla asiakkaita osallistava tarina. Asiakkaiden tulee siis jollain tavalla kokea olevansa osa teemaa, joko osallistumisen tai henkilökohtaisen kiinnostuksen kautta. Sosiaalisuuteen rohkaiseminen vaatii ehdottomasti mielestäni rennon ympäristön, eli liika formaalius saattaa estää tilaisuuden onnistumista. Toisaalta, rauhallinen ja liian intiimi tapahtuman ei mielestäni ole välttämättömä tönä olla. Kodinomaisuutta tilanteeseen saattaisi toivoa lapsiperheet. Toisaalta uuden kokeminen ja arjesta poikkeavuus on merkityksellistä, kuten luvussa 2.3 on todettu. Valikoimaan ja paljouteen keskittyvä palvelumaisema voisi vapaamuotoisuudeltaan sopia lapsiperheille, mutta tuskin vetoaisi ruokaelämyksiä etsiviin. Tehokas palvelumaisema ei varsinaisesti kuvasta yhteisöllisyyttä korostavaa konseptia, jossa tarkoituksena olisi antaa aikaa ihmissuhteiden muodostumiseen. Toisaalta raha ja aika saattavat olla merkittäviä perheille, joissa on pieniä lapsia. Erottuva ravintola voisi olla ihanteellinen miljöö ruokaelämyksiä ja tunnelmaa hakeville, mutta sopisi tuskin niille yksilöille tai perheille, jotka haluavat viettää aikaa hyvin rennossa, kotoisassa ja pröystäilemättömässä ympäristössä.

3.2 Elämyksen rakenne ja asiakkaan kokemus

Sanna Tarssanen (2009, 11) kuvaa Elämystuottajan käsikirjassa elämyskolmion (kuvio 5), joka yhdistää elämyksen eri elementit asiakkaan kokemukseen. Elämyskolmio voi toimia apuna, kun suunnitellaan tuotteen tai palvelun vaikutusta asiakkaan kokemukseen tai kun sitä arvioidaan. Palvelun tai tuotteen elementtejä voivat olla yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti ja vuorovaikutus. Näistä elementeistä voi koostua asiakkaan kokemus. Asiakkaan kokemuksella voi olla seuraavia tasoja: motivaation taso (kiinnostuminen), fyysinen taso (aistiminen), älyllinen taso (oppiminen), emotionaalinen taso (elämys),

henkinen taso (muutos). Tarssasen mukaan elämystuote on onnistunut, kun kukin tuotteen elementti vaikuttaa jokaiseen kokemisen tasoon. (Tarssanen 2009, 11; 15.)



Kuvio 5. Elämyskolmio (mukaillen Tarssanen 2009, 11)

Yksilöllisyys tarkoittaa yhdelle asiakkaalle ainutkertaista ja tarpeisiin sopivaa tuotetta tai palvelua, joka joustaa yksilön mieltymysten mukaan. Aitous on sama kuin aiemmin mainittu autenttisuus, eli että palvelu tai tuote on uskottava, ”kuten se oikeasti on”, mikä sekkin voi olla kokijan tulkinnan varaista. Tarina mahdollistaa mukaansatempaavuuden ja perustelee tapoja, miksi jokin tehdään, kuten tehdään. (Tarssanen 2009, 12–13.) Tarinan voisi kuvitella virittävän tunnelmaa ja eläytymistä, ja yhteisen ruokapöydän ääressä tarinan elementtejä voisi liittää miljööseen, ruokaan, palveluun ja tunnelmaan. Moniaistisuus taas kuvaa Tarssasen mukaan sitä, että kokemus on luotu siten, että se antaa sopivasti ärsykeitä eri aisteille ja tukee palvelun tai tuotteen tarkoitettua tunnetta. Kontrasti taas virittää tunnelmassa jotain sellaista, mitä asiakas ei tavallisesti koe. Se tuo kokemukseen yllätyksellisyttä ja laajentaa kokijan näkökulmaa. (Tarssanen 2009, 14.) Kontrastin luomisessa haastavaa voi olla se, että mikä toiselle on uutta ja kokematonta, voi toiselle olla tavanomaista.

Etenkin palvelutuotetta ajatellessa vuorovaikutus on merkittävä elementti. Tarssanen (2009, 14–15) kuvailee, kuinka vuorovaikutus on tärkeä osa yhteisöllisyyden tunnetta. Yhdessä syömisen konseptissa vuorovaikutus nousee esiin niin henkilökunnan ja asiakkaiden välillä kuin yhteisöllisyyden tunteen vahvistamisessa ravintolan vieraidenkin kes-

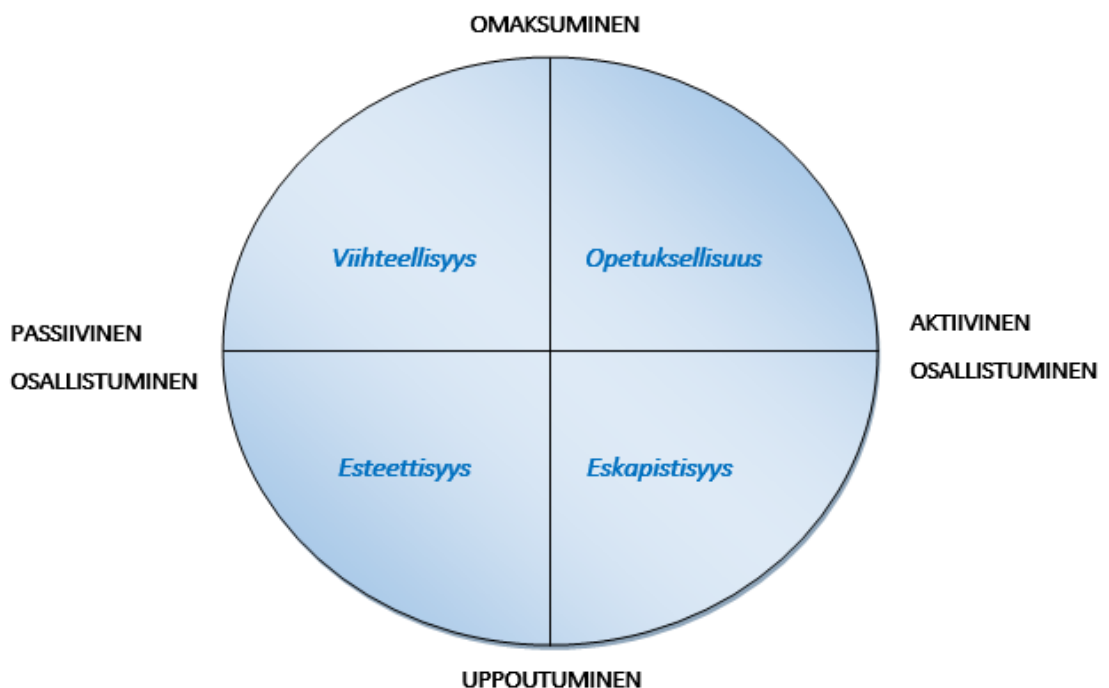
ken. Vuorovaikutuksen tulee onnistua, jotta yksilö voi kokea rohkaisua kanssakäymiseen muiden kanssa ruokapöydän äärellä. Tarssanen (2009, 14) painottaakin, että tuntemattomat ihmiset on esiteltävä toisilleen, minkä voi ajatella olevan yksi yhteisöllisyyttä vahvistava työkalu sosiaalisen syömisenkin kontekstissa.

Asiakkaan kokemuksen tasot, jotka on kuvattu elämyskolmion sivulla, voivat vaihdella kiinnostuksen heräämisestä jopa muutoksen kokemiseen henkisen ajattelun tai käyttäytymisen tasolla. Motivaation taso on nimenomaan asiakkaan kiinnostuksen heräämistä, johon vaikuttavat kaikki aiemmin mainitut tuotteen tai palvelun elementit. (Tarssanen 2009, 15.) Sosiaalisen syömisen konseptia ajatellessa, yksilön kiinnostukseen voisi vaikuttaa esimerkiksi kertomalla yhdessä syömisen hyödyistä ja korostamalla yhteisöllisen tapahtuman hauskuutta ja elämyksellisyyttä. Vuorovaikutuksellisuus ja aitous korostuisivat varmasti tavoissa rohkaista yhteisöllisyyteen. Fyysisellä kokemuksen tasolla asiakas esimerkiksi näkee palvelun aitouden ja tarinallisuuden sekä vuorovaikuttaa seuralaisten kanssa, mikä luo turvallisen ja mieluisan kokemuksen. Älyllisellä tasolla asiakas voi oppia uutta ja saada ärsykejä, joiden perusteella muodostuvat mielipiteet. (Tarssanen 2009, 15–16). Yhdessä syömisen tilanteessa älyllisen tason voi saavuttaa yksilön oppiessa seuralaisilta uusia asioita tai havaitessaan itsestään uusia puolia ja ajatuksia uusissa tilanteissa. Emotionaalisella tasolla taas ravintolavieras voi kokea iloa, onnea tai jännitystä ympäristön ärsykeistä. Aitoon elämykseen tarvitaan emotionaalisen kokemuksen tason täytyminen (Tarssanen 2009, 16). Elämyskolmion ylimmällä tasolla tapahtuu muutos. Se voi olla jokin asia, esimerkiksi tuntemus, joka saa yksilön ajatuksissa tai kehossa aikaan kehityksen, esimerkiksi uusien voimavarojen löytämisen. (Tarssanen 2009, 16.) Ajatellen yhteisöllistä ravintolaelämystä, joku voi löytää rohkeuden tavata tuntemattomia ihmisiä tai oivaltaa perheaterioiden tärkeyden ja siirtää tavan omaan arkeensa.

3.3 Elämystalous ja elämyksen alueet

Pine ja Gilmore (1999) esittelevät teoksessaan *The Experience Economy: Work Is Theatre and Every Business a Stage* elämystalouden (tai elämisyhteiskunnan) käsitteen. Emme hae esimerkiksi ravintolasta enää vain hyvää palvelua vaan haluamme kokonaisvaltaista elämystä. Elämyksiä ei luoda vain viihdyttämällä asiakkaita, vaan ottamalla asiakkaat osaksi palvelua saaden heidät uppoutumaan tapahtumaan. Pine ja Gilmore ovat hahmottaneet elämyksen neljä aluetta (kuvio 6). Kuviossa 6 pystysuunnassa kuvataan ihmisen omaksumista ja uppoutumista johonkin asiaan. Kun ihminen omaksuu jonkin tilanteen tai tapahtuman, on hänen huomionsa kiinnittynyt tapahtumaan. Vaakasuunnassa kuvataan osallistumisen aktiivisuutta. Ihminen voi siis joko osallistua tilanteeseen aktiivisesti, jolloin hän saattaa kokea oppimista, tai hän saattaa toimia tapahtuman sivustaseuraajana, jolloin hän kokee kokemuksen viihteellisen ulottuvuuden. (Pine & Gilmore

1999,30.) Esimerkkinä voisi olla teatterin seuraaminen yleisöstä tai teatterin lavalle pääsy ja esimerkiksi rekvisiitan koskeminen. Ihmisen uppoutuessa tilanteeseen hän voi kokea esteettisyyttä tai eskapismia, eli pakoa todellisuudesta. (Pine & Gilmore 1999, 30.) Esimerkiksi luontodokumenttia seurattaessa ihminen voi saada kokemuksen kauniista maisemista, mutta jos hän pääsee itse luontoon näkemään, tuntemaan, haistamaan ja kuulemaan, voi hän kokea sen eskapistisen ulottuvuuden. Viihteellisyydellä ja elämyksellisyydellä on siis eronsa. Viihteellisyyttä kokiessaan asiakas on lähes aina sivusta seuraajan roolissa, kun taas elämyksen kokemiseksi vaaditaan osallistumista. Toki elämyskään ei sulje pois viihteellisyyttä, esimerkiksi naurua ja nautintoa, mutta jos palvelutilanne halutaan niin sanotusti lavastaa elämykselliseksi, tulisi siihen lisätä muita elämyksen alueita kuten opetuksellisuutta, esteettisyyttä ja eskapismia. (Pine & Gilmore 1999, 30–31).



Kuvio 6. Elämysalueet (mukaillen Pine & Gilmore 1999, 30)

Soveltaen Pinen ja Gilmoren teoksen elämysalueita, sosiaalisen syömisen konseptissa tai tapahtumassa olisi tärkeä miettiä niin esteettistä, viihteellistä, opetuksellista kuin eskapististakin ulottuvuutta. Miten kokemuksen esteettisyyttä voidaan kehittää? Minkälaisia miljöjä ja ilmapiiri ovat? Onko ravintolassa miellyttävää ja rentoa, yhteisöllisyyttä rohkaisevaa? Entä miten asiakas saadaan viipymään, viihtymään ja nauttimaan olostaan? Siis millä tavalla viihteellisyyteen voidaan vaikuttaa? Millä tavalla asiakkaan huomio saadaan ja pidetään? Opetuksellista ulottuvuutta voidaan miettiä sillä, miten asiakas saadaan osallistettua tapahtumaan. Eri palvelupolun vaiheet, esimerkiksi varaaminen, tilaaminen, syöminen ja kanssakäyminen muiden kanssa, tarjoavat informaatiota ja eväitä oppimiselle. Es-

kapismia voidaan lisätä sosiaalisuutta korostavassa ruokatapahtumassa esimerkiksi miettimällä, miten asiakas saadaan uppoutumaan ravintolaelämykseen ja mihin aktiviteetteihin asiakkaan tulee osallistua, jotta hän voisi kokea uppoutumista yhteisöllisyyteen. (Mukailen Pine & Gilmore 1999, 39–40.)

Elämystalouden ominaispiirteisiin kuuluu myös se, että asiakasta kohdellaan vieraana. Etenkin palveluliiketoiminnassa vieraanvaraisuus (engl. hospitality) on käytetty termi ja se viittaa englanninkielisten sanakirjojen mukaan muukalaisen tai vieraan vastikkeettomaan, hyväntahtoiseen viihdyttämiseen ja vastaanottamiseen (Brotherton & Wood 2008, 38). Englanninkielinen käsitesanakirja vuodelta 1999 kertoo, että vieraanvarainen (engl. hospitable) tarkoittaa ystävällistä, kunnioittavaa, anteliasta, avointa, vastaanottavaista ja varauksetonta (English Thesaurus 1999, 116). Elämysten tuottamiseen liittyy siis olennaisesti aate vieraanvaraisuudesta ja vieraan viihdyttämisestä. Tietynlainen draamallisuus kuuluu elämykseen ja elämystaloudessa esimerkiksi tarjoilijoilla ravintoloissa on oma roolinsa osana palvelun näyttämöä.

4 Yhdessä syöminen – syömisen sosiaalinen ulottuvuus

Ihminen tyydyttää yhden perustarpeistaan, energiantarpeen, syömällä ja juomalla. Fysiologian lisäksi syömisellä ja juomisella on silti tätä laajempia ulottuvuuksia, kuten esimerkiksi ravitsemuksellinen ja taloudellinen rakenne, mutta ennen kaikkea syöminen ja juominen ovat sosiaalista toimintaa. Ruoka ja syöminen sekä yhdistää että erottaa ja luo merkityksiä ihmisten kanssakäymiseen. (Räsänen 1980, 24; 28.) Ruoan jakamista ja yhdessä syömistä erilaisissa yhteisöissä, kuten perheen kesken, kutsutaan kommensalismiksi (engl. commensalism). Lacey (1968) tähdentää, että muinainen kreikankielinen sana perheelle – *oikos* – viittaa ”niihin, jotka ruokkivat toisiaan” (Ochs & Shohet 2006, 37). Yhdessä syömisellä on siis tärkeä sosiaalinen merkityksensä, jota käsittelen tässä luvussa. ELO-säätiön *Syödään yhdessä* -hanke keskittyy yhdessä syömisen hyötyihin ja pyrkii lisäämään niitä suomalaisessa yhteisössä. Jäsennänkin tässä luvussa syömisen sosiologiaa ja etenkin syömisen sosiaalista ulottuvuutta ja taustoja, sekä erittelen yhdessä syömisestä hyötyjä ja mahdollisia muita vaikutuksia. Tämä luku on osa palvelumuotoilun Tietope- rusta ja asiakasymmärrys -vaihetta, jonka tarkoituksena on syventyä aiheen taustoihin ja asiakasymmärrykseen sosiologisesta näkökulmasta. Asiakasymmärryksen kasvattaminen on palvelumuotoiluprosessin tärkeimpiä lähtökohtia.

4.1 Aterian määritelmä ja yhdessä syömisen merkityksiä

Tutkijat ovat yhtä mieltä siitä, että aterialla on tärkeä rooli syömisen järjestelmässä. Syöminen toimii ”kulttuurien sosiaalisena kuvastimena” ja se sisältää symboleja ja rituaaleja, kuten esimerkiksi arki- ja juhlaruokailun eroavuudet. Georg Simmel määritteli jo viime vuosisadan alussa aterioinnin sosiaalisesti tapahtumaksi, jossa jaetaan sekä ruokaa että merkityksiä. (Mäkelä 1991, 87–88; Räsänen 1980, 28.) Aterialla on erilaisia määritelmiä. Kun tutkijat (esim. Douglas & Nicod 1974, teoksessa Meiselman 2008, 14; Whitehead 1984 teoksessa Mäkelä 1991, 91) määrittävät aterian käsitettä, erottavat he siitä usein ”snacksit” ja välipalat. Varsinainen ateria sisältää muun muassa ajallisesti tietyn keston, paikan, saadun energiamäärän ja sosiaalisen interaktion. Ateriat voivat olla sekä kotona että julkisissa tiloissa tapahtuvia ruokailutilanteita. (Meiselman 2008, 13–14.) Kuten aiemmin (kts. 2.1.3 ja 2.4) on todettu, kunnon ateria määritellään usein lämpimäksi ateriksi. Ateriaan liittyy paljon merkityksiä ja se nähdään muun muassa yhtenäisyyden symbolina. Etenkin perheaterioilla on roolinsa suvun jatkamisessa: ne, jotka syövät yhdessä, pysyvät yhdessä. Huomioitavaa aterian määrittelyssä on yleisesti sekä sen sisältö, että sosiaalinen konteksti. (Mäkelä 2000, 8–11.)

Aterioista ennen kaikkea illallinen tapahtuu useimmiten yhdessä muiden kanssa. Perheille se voi olla päivän tärkein hetki kokoontua yhteen, mutta yhdessä ruokaileminen on myös

olennainen perusta ihmisten tapaamisiin esimerkiksi treffeillä ja liiketoimissa, sillä se tarjoaa sopivan pituisen tilaisuuden kanssakäymiseen ja asioiden hoitamiseen. Yhteinen ateria antaa myös jo valmiiksi aihetta keskustelulle ja luo kontekstia. Yhdessä syöminen on luonnollinen tapa myös viettää juhlia ja kokoontua. (Pliner & Rozin 2000, 24.)

Kuten ruokakulttuurin historiaa käsittelevässä luvussa (2) on mainittu, aterian muoto, ajankohta ja sen priorisointi eri ajanjaksoina ja eri kulttuureissa vaihtelee merkittävästi. Oma kulttuurimme määrittelee miten, milloin, mitä ja kenen kanssa syömmme. Myös globalisaatio muovaa syömisen tapoja ja muotoja eri kulttuureiden välillä. Aiemmin aterioita syötiin useammin kuin nykyisin jo työrytmin ja fyysisen kuormittavuudenkin velvoittamana, mutta nykyisin kunnan aterioita korvaavat usein välipalat ja jatkuva ”laiduntaminen”, jolla viitataan välipalojen syömiseen. Teollinen ruokatuotanto onkin muuttanut aterioiden sisältöä merkittävästi, ja helppojen ateriaratkaisujen väitetään jopa vähentäneen osaamista ruoanlaiton saralla. (Mäkelä 2000, 10; Meiselman 2008, 14–15; 17; Mennell ym. 1992, 90.) Voiko ollakin niin, että teollisuuden helpotettua ruoan valmistusta ja tarjoamista myös yhdessä aterioimisen merkitys on vähentynyt? Ateriaa ei enää kunnioiteta samalla tavalla kuin ennen, jolloin aterian eteen nähtiin enemmän vaivaa. Nälkä tyydytetään nopeilla ratkaisuilla, eikä oteta huomioon, kuinka fundamentaalinen merkitys yhteisesti nautitulla aterialla on ollut.

Aterioilla on suuri vaikutus etenkin perheiden sosiaaliselle jatkumolle. Deborah Lupton (1996, 39) pitää perheateriaa ja ”illallispöytää” symboleina perheelle. Myös Marjorie DeVaultin (1991, teoksessa Meiselman 2000, 11) mukaan itse perheateria konstruoi perhettä ja sen välisiä suhteita. Esimerkiksi nuorten epäsäännöllinen ruokailurytmi usein tasoittuu, kun nuoripari muuttaa yhteen ja perustaa perheen. Monien tutkimusten mukaan yhdessä asuminen lisää yhdessä syömistä ja sen mahdollisuuksia. Lapsiperheissä yhteiset ateriat ovat alustoja oppimiselle ja suhteiden muodostumiselle. Ne opettavat jälkikasvulle pöytätapoja sekä mikä ruoka on syötävää ja mikä ei. Lisäksi lapset oppivat tuntemaan oman kehonsa ja arvostamaan ruoanvalmistusta ja sen nauttimista. (Mäkelä 2000, 11–12; Lupton 1996, 38). Jeffery Sobal (2000, 125) huomauttaa, että yhteisillä aterioilla opitaan myös kulttuurisia ja yhteiskunnan normeja, esimerkiksi mistä asioista ruokaillessa on sopivaa keskustella ja mistä ei. Myös perheen tai yhteisön hierarkia näyttäytyy ruokaillessa: kuka puhuu ja kuinka paljon tai kuka saa ottaa ensin ruokaa. (Cooper 1986 teoksessa Ochs & Shohet 2006, 38.)

Deborah Lupton (1996, 37) kirjoittaa, että ruoalla on suuri merkitys ihmissuhteille. Sillä voi olla aloittava, ylläpitävä tai tuhoava vaikutus seurallisuudelle. Yhdessä ruokaileminen ja juominen kertovat myös ihmissuhteiden läheisyydestä. Uudet tuttavat saatetaan kutsua

esimerkiksi vain drinkille tai kahville, kun taas läheisimpien ystävien ja perheen kanssa jaetaan yhteisiä aterioita, joista illalliselle kutsuminen on suurin osoitus lähimmäisyydestä. (Lupton 1996, 37.) Oma kokemukseni aterioiden perhekeskeisyydestä kimpoaa jo omasta lapsuudestani. Oli tärkeää, että koko perhe kokoontui arkena syömään päivällistä, enkä muista, että kovin usein kavereita olisi kutsuttu samoihin ruokailutilaisuuksiin. Ollessani kaverin luona kylässä, oli oma tai kaverin perheen ruokailun alkaminen selvä merkki siitä, että oli lähdettävä kotiin. Saattoi jopa olla kiusallista, jos kylässä ollessaan ei tajunnut lähteä oikeaan aikaan kotiin, kun kaverin perhe alkoi aterioida. Olennaista aterioinnin perhekeskeisyydessä opinnäytetyöni kannalta on ymmärtää, että perheet eivät todennäköisesti tule ravintolaan tapaamaan tuntemattomia ihmisiä, vaan nauttimaan toistensa, sukulaisten tai ystäväperheiden seurasta.

Myös Roy C. Wood (1995, 47–48) kirjoittaa, että se, mitä syödään, kenen kanssa syödään ja milloin syödään määrittää paljolti ihmisten suhteita toisiinsa ja kuvaa sosiaalista statusta. Jopa perheen sisäisiä suhteita voi määrittää se, kuka päättää mitä ruokaa tehdään, tai jos esimerkiksi kylässä vieras käyttäytyy etiketin vastaisesti, saattaa joutua muiden silmissä huonoon valoon. Se, mitä ruokaa syödään ja missä, näkyy myös erottavan sosiaalisia luokkia toisistaan (Wood 1995, 66). Ruokaan liitetään vahvasti tunteita, kuten äidinrakkautta, romanttista rakkautta ja huolenpitoa. Lapsuuden ruokamuistot koetaan voimakkaina. Ruokamuistoihin liittyy negatiivisia tunteita, kuten turhautuneisuutta ja vihaa, mutta myös turvallisuuden tunnetta, mielihyvää ja onnellisuutta. (Lupton 1996, 37; 55.)

4.2 Yksin vai yhdessä?

Aiemmissa luvuissa on kerrottu yhteisten aterioiden vähenemisestä ja siihen liittyvistä huolista sekä toisaalta yhdessä syömisen sosiaalisesta tärkeydestä. *Syödään yhdessä* -hankkeen tavoite onkin ihmisten tuominen yhteisen ruokapöydän ääreen ja sitä kautta yhteisöllisyyden lujittaminen. Sosiologian kirjallisuudessa on pohdittu yhdessä syömisen merkityksiä, joista sosiaalisten suhteiden muovaantuminen on keskiössä. Tutustuessani kirjallisuuteen ja tutkimuksiin, huomasin, että yhdessä syömisellä on paljon merkittäviä hyötyjä esimerkiksi lapsen kehitykseen ja oppimiseen, mutta myös nuorten ja aikuisten henkiseen hyvinvointiin ja fyysiseen terveyteen. Yhdessä tai yksin syömiseen eri kulttuureissa liittyy myös paljon asenteita, joita muun muassa tutkija Giada Danesi (2012) on eritellyt tutkimuksessaan.

4.2.1 Asenteet yhdessä ja yksin syömistä kohtaan ja kulttuuriset erot

Giada Danesi (2012) kirjoittaa artikkelissaan Pleasures and stress of eating alone and eating together among French and German young adults, että yhdessä syöminen voi toi-

sille aiheuttaa stressiä yhtä lailla kuin toisille sitä aiheuttaa syöminen yksin. Danesi on tutkinut ranskalaisten ja saksalaisten nuorten syömisen tottumuksia ja saanut mielenkiintoisia tuloksia. Danesin artikkelin mukaan yksin tai yhdessä syömisen nostattamiin negatiivisiin tai positiivisiin tunteisiin vaikuttaa merkittävästi kulttuuri. Jokaiseen sosiaaliseen kanssakäymiseen sisältyy erilaisia tiedottamattomiakin sääntöjä, odotuksia ja tottumuksia. Joissain kulttuureissa on hyvin säänneltyä, milloin, kenen kanssa ja mitä syödään sekä miten tilanteissa käyttäydytään, ja sen vuoksi yhdessä syöminen voi olla myös stressaavaa. Yksin syömiseen voi olla myös ideologisia tai uskonnollisia syitä, jolloin etenkin saman ruoan syöminen seurassa voi olla mahdotonta tai vaikeaa. Lisäksi yhteiskunnan sosiaaliset muutokset ja yksilöityminen korostavat toimeentuloa ja valintojen tekemistä itsenäisesti, mikä voi johtaa siihen, että yksilöt valitsevat itselleen parhaimman tavan, tilanteen ja hetken syödä. (Danesi 2012, 78–80.)

Danesin (2012, 81–85) tutkimuksesta nousi esiin se, että nuoret söivät toisinaan mieluummin yksin kuin muiden seurassa, sillä silloin heidän ei tarvinnut tehdä kompromisseja muiden kanssa ruoan sisällöstä tai tavasta. Etenkin saksalaiset nuoret kokivat, että yhdessä syöminen aiheuttaa toisinaan stressiä, sillä tällöin on ikään kuin velvollisuus keskustella muiden kanssa ja joutuu joustamaan omissa mieltymyksissä ja toiveissa koskien ruokailua. He kokivat myös miellyttävämpänä syödä yksin, kun heillä oli esimerkiksi muista poikkeava ruokavalio, eivätkä he halunneet tulla tuomituksi sen perusteella, tai jos he halusivat vain olla hetken itsekseen. Toisaalta joillekin nuorille stressiä aiheutti nimenomaan se, että he kokivat tulevansa tuomituksi syödessään yksin. Ranskalaiset nuoret tuntuivat kokevan yksin syömisen häpeälliseksi ja välttivät sitä viimeiseen asti. He myös tuomitsivat yksin syövät yksinäisiksi ja olivat surullisia heidän puolestaan. Tosin nämä negatiiviset tunteet koskivat usein kunnan aterian syöntiä, eivätkä niinkään esimerkiksi pientä välipalaa. (Danesi 2012, 81–85.) Negatiiviset tunteet olivat siis selkeästi hyvin kontekstisidonnaisia. Myös Jeffery Sobal mainitsee, että yksin syömistä pidetään monissa kulttuureissa kauhistuttavana ja jopa epäterveellisenä asiana (Sobal 2000, 119–120).

Artikkelista löytyi myös hyvin eriäviä näkökulmia yhdessä syömistä kohtaan. Ranskalaisille nuorille yhdessä syöminen merkitsi vieraanvaraisuutta, yhteisöllisyyttä ja asioiden jakamista. Keskustelu oli syömisen ohessa hyvin tärkeää ranskalaisille haastatelluille. Sillä ei ollut merkitystä, minkälaista ruoka oli tai mitä syötiin, vaan tärkeintä oli yhdessäolo ja kommunikointi. Artikkelissa nousi esiin myös se, että yhdessä syömisen yhtenä etuna on mahdollisuus oppia toisilta ja löytää esimerkiksi uusia ruokalajeja ja makuja. Myös yhdessä ruoan laittaminen kuului usein asiaan. Johanna Mäkeä (2009, teoksessa Danesi 2012, 85) onkin tähdentänyt, että sosiaalisen syömisen ydin voi joskus piillä nimenomaan itse aktiviteetissä laittaa yhdessä ruokaa, ei vain sen kuluttamisessa. Etenkin saksalaisten

nuorten joukosta oli noussut esiin ajatus, jonka mukaan nimenomaan yhdessä kokkaaminen on hauskinda, ei ainoastaan ruoan valmistaminen muille. Yhdessä syöminen voi toisaalta aiheuttaa stressiä, esimerkiksi silloin kun joku seurueesta syö eri tavalla kuin muut ja hänen vaatimukset tulee ottaa ruokaillessa huomioon. Tilanne voi olla epämukava myös erikoisruokavaliota noudattavalle. Ranskalaisten nuorten parista nousi esiin näkökulma, jonka mukaan yhdessä syöminen velvoittaa yhteisiin keskustelunaiheisiin, ja jos niitä ei löydy, koetaan hiljaisuus ahdistavana. Toisinaan epämukavuutta aiheuttavat tiukat sosiaaliset normit, joita yhdessä ruokaillessa tulisi noudattaa ja siksi nuoret suosivatkin rennompaa ilmapiiriä. Jotkut kokevat syömisestä hyvin henkilökohtaisena asiana, eikä sitä siksi aina haluta jakaa. (Danesi 2012, 84–86.)

Myös Ochs ja Shohet (2006) erittelevät syömisestä ja aterioinnin kulttuurieroja. Yhdysvalloissa on pidetty ideaalina kokoontua perheen pariin illalliselle. Käytäntö on kuitenkin kaatoamassa. Kiireisten aikataulujen vuoksi amerikkalaiset lapset ja äidit saattavat joskus syödä ennen kuin isä on iltaisin tullut kotiin, ja silloinkin he saattavat syödä esimerkiksi televisiota katsoessa. Vaikka perhe kokoontuisikin yhteisen pöydän ääreen, kiirehtivät lapset usein muiden aktiviteettien pariin sen sijaan, että jäisivät keskustelemaan vanhempien kanssa. Kiinassa perheen kanssa ei välttämättä joka tilanteessa ole edes ihanteellista syödä samaan aikaan, vaan usein vanhempi ikäpolvi ottaa ruokaa ennen lapsia. Formaaleissa tilanteissa lapset eivät saa edes istua samassa pöydässä aikuisten kanssa. Joissakin kehitysmaissa sosiaalinen hierarkia on edelleen tiukka, jolloin miehet saattavat syödä ennen lapsia ja naisia. Ruokaa ja ateriointia lähestytään eri kulttuureissa myös eri näkökulmista käsin. Esimerkiksi Yhdysvalloissa lapsia rohkaistaan syömään ruokansa painottaen ruoan terveellisyyttä ja antaen lupauksia erilaisista palkinnoista, esimerkiksi jälkiruoasta. Italialainen näkökulma korostaa ruoan nautinnollisuutta ja rohkaisee lasta syömään omien mieltymystensä mukaisesti. Italiassa myös keuhataan ruoan makua ja ruoan laittajaa, mikä kuvaakin ruoan laittamisen suurta arvostusta. (Ochs & Shohet 2006, 35–40.)

Danesin tutkimuksen perusteella voi päätellä, että yhdessä syömiselle löytyy yhtä monta näkökulmaa, kuin on vastaajaakin. Kulttuurinen perimä vaikuttaa hyvin pitkälti siihen, miten ruokaan ja yhdessä syömiseen suhtaudutaan, miten aterialla tulee käyttäytyä ja minkälaisia normeja ateriointiin liittyy. Verraten suomalaista kulttuuria amerikkalaiseen tai italialaiseen, erilaiset ideaalit ja pöytätavat lienevät lähempänä amerikkalaisia tapoja. Omasta lapsuudestani muistan ne lukuisat mairittelut ja neuvottelut, joita kanssani käytiin lautasen tyhjentämisestä. Lapset tosin saivat ottaa ruokaa yleensä ensin ja heidät myös päästettiin melko usein pois pöydästä ennen kuin ateria oli varsinaisesti päättynyt. Jos taas Danesin tuloksia vertaa suomalaiseen syömisestä kulttuuriin, olemme todennäköisesti

lähempänä saksalaisten näkemystä kuin ranskalaisten, joille voi olla jopa vaikea ymmärtää yksin syöviä. Suomalaisessa kulttuurissa korostuu usein yksin pärjääminen ja itsenäisyyden tavoittelu, joten yksin syöminen tuskin aiheuttaa suuria tunteita suomalaisten miehillä. Sitä ei kuitenkaan voi kieltää, että jos söisimme enemmän yhdessä, saattaisimme kokea enemmän yhteyttä muihin, sitä kautta parantaa vuorovaikutustaitojamme, saada yhteisöllisyyden kokemuksia ja hyötyä kanssakäymisestä monin eri tavoin. Ehkä jopa olisimme onnellisempia.

4.2.2 Yhdessä syömisen yhteys hyvinvointiin

Huonon ravitsemuksen on todettu olevan yhteydessä yksin syömiseen. Esimerkiksi edellä käsitellyssä Danesin tutkimuksessa huomattiin, että sillä kunnon ruokaa ei useinkaan jakseta valmistaa vain itselle, saattoi yksin syöminen johtaa helppojen ateriaratkaisujen ja sitä myötä ravitsemuksellisesti huonompien ruokien valintaan. (Mm. Bell and Marshall 2003 teoksessa Danesi 2012, 82; McIntosh ym. 1990 teoksessa Mennell ym. 1992, 116.) Jotkut tutkimukset osoittavatkin, että esimerkiksi naimisiinmeno ja perheen perustaminen parantavat etenkin miesten ruokavaliota, sillä usein yksin elävillä miehillä on nähty olevan epäterveellisin ruokavalio (Mäkelä 2000, 13).

Yhdessä syömisen etuja on pohdittu monissa tutkimuksissa etenkin perheaterioiden kautta. Kuten jo aiemmin on todettu, aterialla on keskeinen rooli yhtenäisyyden ja keskinäisten vuorovaikutussuhteiden ylläpitäjänä perheessä. Kanadalaisessa vuonna 2015 julkaistussa artikkelissa, Systematic review of the effects of family meal frequency on psychosocial outcomes in youth, arvioitiin useiden tutkimusten perusteella säännöllisten perheaterioiden psykososiaalista vaikutusta nuoriin. Artikkelin alussa todetaan, että terveellinen perheyhteisö ja jaetut perheateriat toimivat yhteisöllisyyden perustana lisäten nuorten tunne maailman kehitystä, tasapainoa ja esimerkiksi ongelmanratkaisukykyä. Lisäksi yhteisillä aterioilla opitaan terveellistä asennoitumista ruokaan ja tasapainoisia ruokatottumuksia. On myös tutkittu, että lapset ja nuoret syövät ravitsemuksellisesti paremmin ja kerryttävät epätodennäköisemmin ylipainoa, kun he söivät perheen kanssa säännöllisesti. Artikkelissa vedettiin yhteen useita eri maiden tutkimuksia perheaterioiden säännöllisyyden vaikutuksista nuoriin, ja havaittiin positiivinen yhteys henkisen terveyden ja perheaterioiden välillä. Huomattavaa oli kuitenkin se, että esimerkiksi syömishäiriöiden kohdalla tyttöjen ja poikien välillä havaittiin suuria eroja. Ennen kaikkea tyttöjen kohdalla perheateriat vähensivät todennäköisyyttä kärsiä syömishäiriöistä tai vääristyneestä kehonkuvasta. Myös päihteiden käyttöön ja väkivaltaiseen käyttäytymiseen perheaterioilla todettiin olevan käänteinen vaikutus. Nämäkin tulokset koskivat enemmän tyttöjä kuin poikia. Kouluarvosanat olivat parempia niillä, jotka ruokailivat säännöllisesti yhdessä perheen kesken. Ar-

tikkelissa pohdittiin myös sitä, miksi perheateriat ovat vähenemään päin ja todettiin, että vanhempien tiukka aikataulu arjessa ja matalampi sosioekonominen asema vähensivät selvästi yhdessä syömistä perheen kesken. (Harrison, Norris, Obeid, Fu, Weinstangel & Sampson 2015, 96–104.)

Myös amerikkalainen katselmus, *A Review of Associations Between Family or Shared Meal Frequency and Dietary and Weight Status Outcomes Across the Lifespan*, tiivistä eri tutkimuksia koskien perheaterioiden yhteyttä elinikäiseen terveelliseen ruokavalioon ja painonhallintaan. Siinä todettiin, että muiden seurassa syöminen ja erityisesti perheateriat vaikuttavat terveellisempään ruokavalioon ja sen ansiosta parempaan painonhallintaan läpi elämän. Tämän artikkelin mukaan sekä tyttöjen että poikien ruokavalion nähtiin paranevan perheaterioiden ansiosta. Artikkelissa painotettiin kuitenkin, että pelkästään yhdessä syöminen ei paranna ruokavaliota, vaan myös se mitä syödään, on luonnollisesti merkittävää. Täten perheissä tulisi panostaa myös syödyn ruuan ravitsemuksellisuuteen. Sen haasteina nähtiin toisaalta haluttomuus kokeilla uusia makuja, aikuisten ja lasten erilaiset mieltymykset, ajanpuute sekä taloudelliset rajoitteet hankkia esimerkiksi kasviksia ja hedelmiä. Aikuisten osalta yhdessä syömisessä havaittiin enemmän eroavuuksia sukupuolten välillä. Etenkin miesten, joilla oli matalampi ansiotaso, ja jotka söivät yksin, havaittiin syöväen ravitsemuksellisesti huonommin kuin esimerkiksi naisten tai niiden, jotka söivät yhdessä muiden kanssa. Yksin syövät aikuiset söivät myös energiamäärältään vähemmän kuin muut ja heillä saattoi olla taipumusta myös korvata aterioita välipaloilla. Matalampi energiansaanti saattoi joskus olla edullista painoindeksin kannalta. (Fulkerson, Larson, Horning & Neumark-Sztainer 2014, 2–19.)

Global Journal of Health Science -lehdessä julkaistussa artikkelissa pohdittiin, onko yhdessä tai yksin syömisellä vaikutusta onnellisuuteen. Artikkelin koski tutkimusta, joka oli tehty thaimaalaiseen yhteisöön. Myös siinä mainittiin havainnoista, joiden mukaan yksin söivät useimmiten iäkkäämmät, naimattomat miehet tai miehet, joilla oli matala tulotaso. Lisäksi tyytymättömyys vapaa-aikaan, esimerkiksi elämän liika hektisyys vaikutti yksin syömisestä yleisyyteen. Jo elämäntyylisiin liittyvät demografiset tekijät vaikuttavat siihen, että ihmisillä oli yhä vähemmän mahdollisuuksia ja aikaa ruokailla muiden seurassa. Yhteisten aterioiden määrä onkin laskussa. Thaimaalisessa kulttuurissa eritoten kartetaan yksin syömistä ja ehkä siitäkin johtuen tutkimuksessa löydettiin selkeä yhteys yksin syömisestä ja onnettomuuden välillä. Onnellisuuden ja yhdessä syömisestä yhteyttä perusteltiin muun muassa sillä, että onnellisia ovat usein ne ihmiset, joilla on hyvät sosiaaliset suhteet ympärillään. Yhdessä ruokailu on yleinen tapa vaalia suhteita. (Yieng-Sbirakos, Dixon, Seubsman & Sleight 2015, 270–275.)

Hyvinvoinnista ja ruoasta puhuttaessa on hyvä kiinnittää huomiota myös siihen, kuinka paljon syömme ja miten yhdessä syöminen siihen vaikuttaa. Meiselmanin (2008, 19) artikkelissa kerrotaan, että erään tutkimuksen perusteella ihmiset söivät sitä enemmän, mitä enemmän paikalla oli muita ihmisiä. Tähän syynä arveltiin olevan aterioinnin kesto. Mitä enemmän ihmisiä on yhteisen pöydän ääressä, sen kauemmin ruokailutilanne kestää ja mahdollistaa syömisen. Bellin ja Plinerin (2003, artikkelissa Meiselman 2008, 19) tutkimus osoitti, että ruokailutilanteen kesto jopa tuplaantui, kun useampi ihminen oli paikalla huolimatta siitä, syötiinkö esimerkiksi pikaruokaravintolassa tai keskihintaisessa ruokaravintolassa. Huomionarvoista oli myös se, että ruokaa syötiin näissä tilanteissa enemmän ja syömistä jatkettiin vielä senkin jälkeen, kun varsinainen ruokailu oli ohi, mutta ruokaa oli vielä saatavilla. (Meiselman 2008, 19.) Tällä tiedolla on merkitystä, kun tarkastellaan esimerkiksi syömishäiriöisten, ylipainoisten tai hyvin pieniruokaisten suhdetta ruokaan. Yksin syöminen voi siis toisinaan olla myös hyvä painonhallinnallinen keino (Donini ym. 2003, artikkelissa Yieng-Sbirakos ym. 2015, 271). Sosiaalisen syömisen vaikutuksista syömisen määrään on kuitenkin myös eriäviä tutkimustuloksia. Pliner ja Rozin (2000, 35) antavat esimerkin, jossa muiden, etenkin hieman tuntemattomien, seurassa syödessä ihmiset saattavat jopa syödä vähemmän, kuin tuttujen seurassa antaakseen itsestään paremman vaikutelman. Etenkin vieraan sukupuolen kanssa syödään usein pienempiä annoksia. Sama ilmiö huomattiin, jos ruokailija söi laihduttajan seurassa tai jos hän koki oman painonsa hyvin herkäksi asiaksi. (Pliner & Rozin 2000, 35–36.)

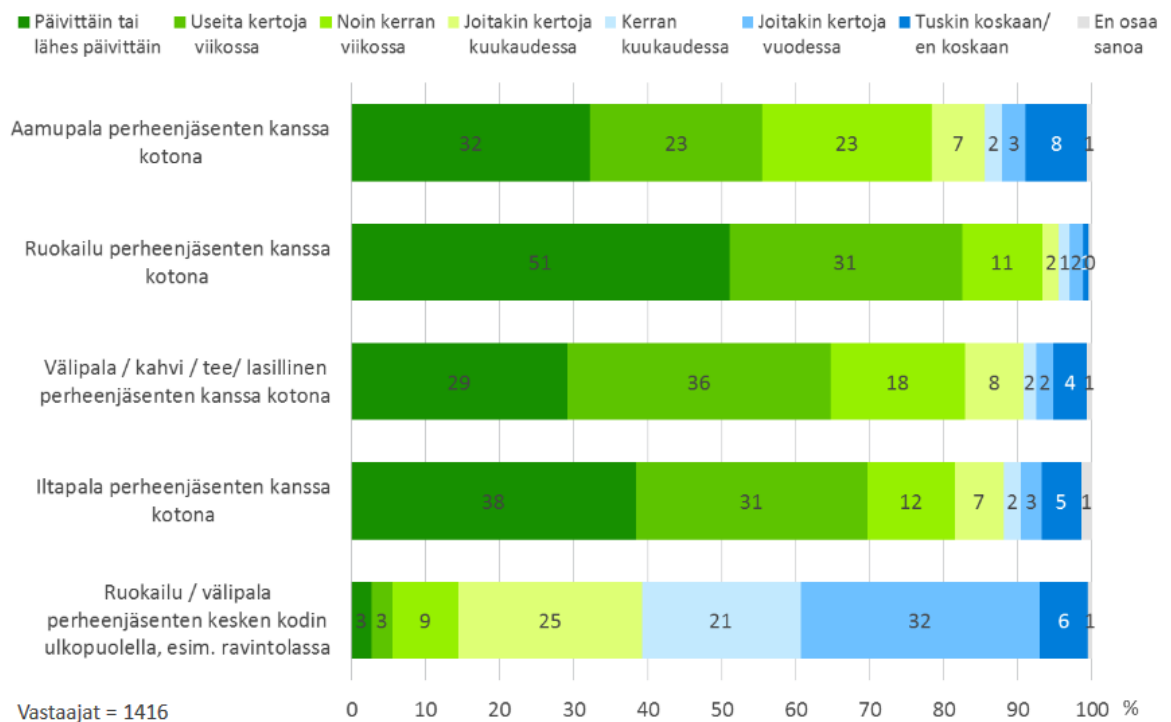
Ochs ja Shohet (2006, 47) toteavat, että yhdessä syömisen hyötyjen taustalla piilee ihmisten välisten suhteiden ja vuorovaikutuksen kehittyminen. Ateriat ovat paikkoja oppia, vahvistaa ja muuttaa toistemme tapaa nähdä, tuntea ja käsittää maailmaa. Aterioiden kautta kulttuuri pysyy ja kehittyy. (Ochs & Shohet 2006, 47.)

4.2.3 Yhdessä syöminen suomalaisissa kotitalouksissa

Unicefin teettämän tutkimuksen mukaan OECD-maista Suomessa syötiin kaikista vähiten yhdessä. Siinä tutkittiin, kuinka moni 15-vuotias nuori syö pääateriansa perheen parissa useasti viikossa. Vain 60 % suomalaisista nuorista söi vanhempien kanssa useasti viikon aikana pääateriansa. Eniten söivät yhdessä italialaiset, islantilaiset ja ranskalaiset perheet. Suomi oli 25. sijalla ja meitä useammin söivät myös esimerkiksi kaikki muut Pohjoismaat. (Unicef 2007, 24.)

Raportissani aiemmin mainittu Kjaernesin pohjoismainen tutkimus (kts. 2.4) nosti myös esiin samankaltaisia tuloksia perheaterioiden säännöllisyydestä. Eniten perheaterioita söivät nimittäin tanskalaiset perheet (60–66 % lapsiperheistä) ja vähiten perheen kanssa

pöydän ääreen kokoontuivat suomalaiset. Kaikissa Pohjoismaissa lapsiperheiden ateriointi oli epäsäännöllisempää, kuin lapsettomien pariskuntien ateriointi. Esimerkiksi Suomessa 63 % lapsettomista pariskunnista söi säännöllisesti yhdessä aterian, kun taas perheissä, joissa oli molemmat vanhemmat sekä lapsia, syötiin säännöllisesti 51 prosentissa talouksia. Yksinhuoltajatalouksissa säännöllinen yhteinen ateria syötiin 46 prosentissa talouksia. Arjen ja viikonlopun eroja kuvaa tulos, jonka mukaan perheaterioita nautittiin jonkin verran enemmän viikonloppuisin kuin arkisin, etenkin Suomessa ja Ruotsissa. (Kjaernes 2001, 205–207;210.) Merkittäväntä tutkimuksessa on kuitenkin opinnäytetyönikin kannalta se, kuinka suomalaiset selvästi arvostavat perheaterioita muita pohjoismaalaisia vähemmän. Lotte Holm pohtii syitä tähän ja epäilee, että yhteisöllisyys korostuu perheissä enemmän maalaiskunnissa, kun taas kaupungistumisen ja korkeamman koulutuksen myötä perheen yhteisöllisyys on menettänyt merkitystään. (Kjaernes 2001, 210.)

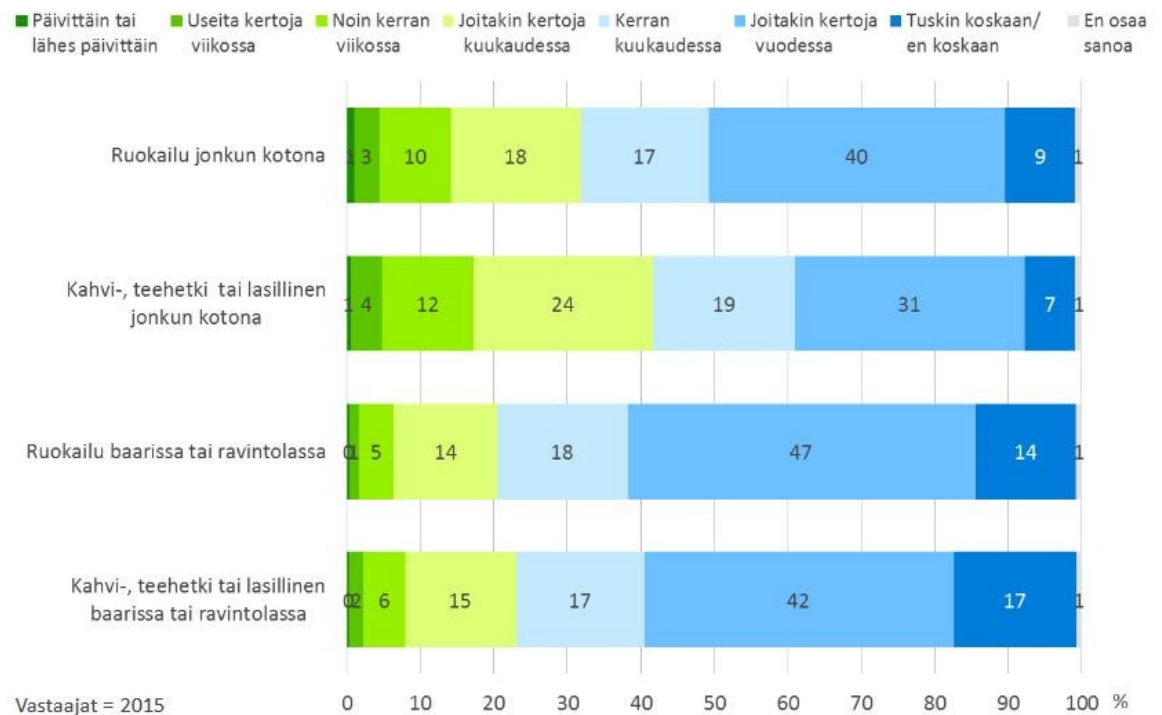


Kuvio 7. Kuinka usein syödään tai juodaan perheenjäsenten kanssa saman pöydän ääressä (MMM 2016, 41)

ELO-säätiö on uutisoinut verkkosivuillaan kuluttajatutkimuksesta, joka on osa Maa- ja metsätalousministeriön teettämää Ruoan arvostus –tutkimusta. Tässä niin sanotussa Syödään yhdessä -lähtötasotutkimuksessa selvitettiin yli 2000 suomalaisen ajatuksia yhdessä syömisestä, sen toteutumisesta ja siihen liittyvistä toiveista. Tutkimuksen mukaan vain puolet ruokailee perheen kanssa päivittäin. Kuviosta 7 nähdään, että valtaosa vastaajista söi perheen parissa kuitenkin useita kertoja viikossa. Yhteiset ruokailuhetket painottuivat kotiympäristöön ja ulkona syötiin vain harvoin. Noin 60 % vastaajista ilmoitti, että

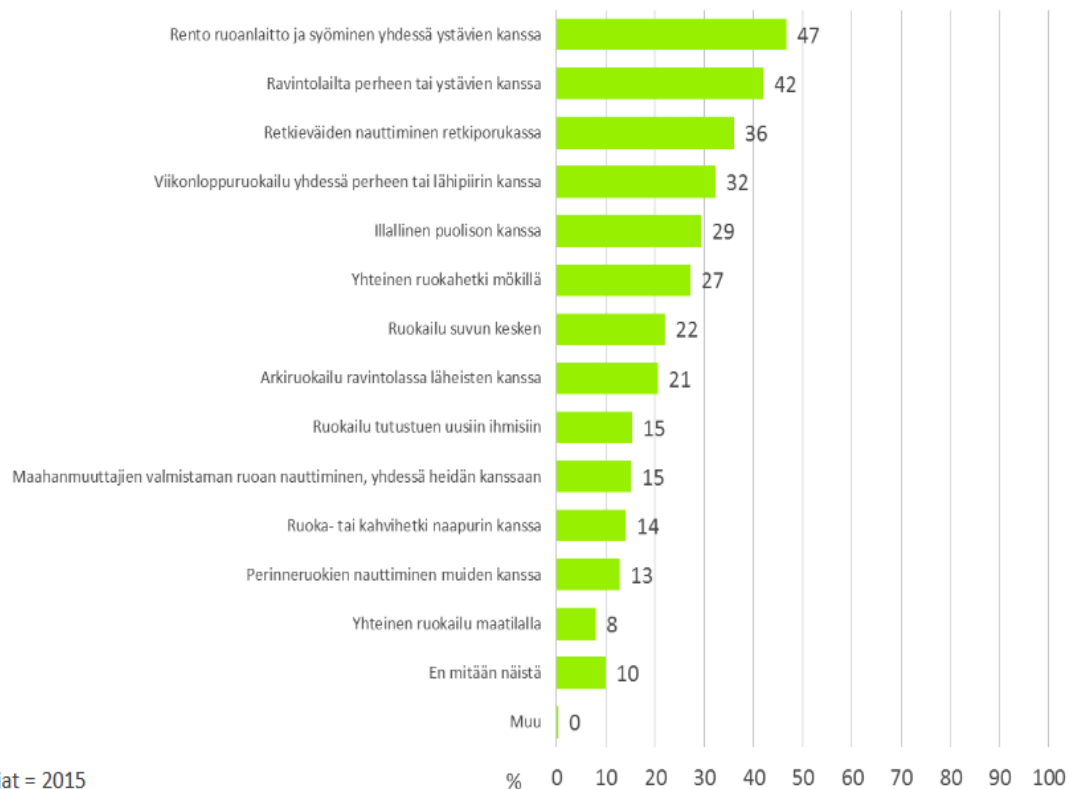
he syövät perheen kanssa ravintolassa enintään kerran kuukaudessa, jos koskaan. (MMM 2016, 40–41.)

Kuviosta 8 näemme, että ravintoloissa tai baareissa ruokaili ystävien tai muiden sukulaisten kanssa vähintään kerran kuukaudessa lähes 40 % vastaajista, jolloin noin 60 % vastaajista söi ystävien ja sukulaisten kanssa ravintolassa vain enintään joitakin kertoja vuodessa. Noin puolet vastanneista söivät silti jonkun toisen kotona vähintään kerran kuukaudessa.



Kuvio 8. Kuinka usein syödään tai juodaan ystävien ja sukulaisten kanssa mainituissa paikoissa (MMM 2016, 44–45)

Yli 80 % vastaajista ilmoitti, että he tutustuvat uusiin ihmisiin ruoan ja juoman ääressä vain enintään joitakin kertoja vuodessa, jos koskaan. Ruokailu painottuikin useimmiten tuttuun seuraan. Mielenkiintoista on, että miehet tutustuvat useammin ruoan ääressä uusiin ihmisiin kuin naiset. Kuviosta 9 nähdään, että suomalaiset kuitenkin toivoivat enemmän ruokailaittoa ja yhdessä syömistä ystävien kanssa (47 %) sekä ravintolailtoja perheen ja ystävien seurassa (42 %). (MMM 2016, 47–51.)



Kuvio 9. Millaista ruokailua haluaisit muiden kanssa enemmän? (MMM 2016, 51)

Yhteisöllisyystutkija Antti Maunu kommentoi tutkimustuloksia ELO-säätiön verkkosivuilla näin:

Yksilöllisyyttä ja työtä korostava elämäntapa, maaltamuutto ja pysyvien yhteisöjen purkautuminen ovat vieneet pohjaa entisajan kyläilykulttuurilta. Ihmisillä on kuitenkin suuri yhteyden halu ja kaipuu kiireettömään yhdessäoloon tärkeiden ihmisten kanssa. Ruokailu nähdään keinona toteuttaa tätä. Lasilliselle meno ja esimerkiksi biletyt toimivat samankaltaisena sosiaalisena tekniikkana. (ELO-säätiö 2016.)

Suomalaiset kyllä haluaisivat syödä enemmän yhdessä, mutta suurin este sille on kiire. Maunu kuitenkin tähdentää MTV:n uutisissa 6.6.2016, että syy on myös kulttuurinen. Hänen mukaansa suomalaiseen kulttuuriin kuuluu yksilöllisen menestyksen korostaminen, emmekä ole rutinoituneet arvostamaan arkista yhdessäoloa. (MTV Uutiset 2016.) Verkkouutisen kommentteissa joku kommentoi:

Kai sitä Suomessakin syötiin yhdessä siihen aikaan, kun naiset olivat kotona eivätkä kokopäivätyössä. Noissa muissa maissa, joissa "on tapana" syödä yhdessä, mamma yleensä häärää päivät kotosalla ja yhteisen ruokahetken järjestäminen tulee vähän niin kuin viran puolesta. (MTV Uutiset 2016.)

Kun vertaa tutkimustuloksia ruokakulttuurimme historiaan, on selvää, että molempien vanhempien työssäkäynti on yksi suurimmista syistä perheaterioiden vähenemiseen. Sen lisäksi, että on kiire, ovat ihmiset myös väsyneitä. Olisi eri asia, jos nykypäivänäkin toinen vanhemmista olisi kotona valmistamassa perheateriaa muiden saapuessa illalla kotiin. Verraten esimerkiksi Italiaan, jossa perhearvot ovat vahvat ja jossa useampi sukupolvi saattaa asua saman katon alla, on luonnollista, että yhdessä ruokailun tilaisuuksiakin on enemmän. Antti Maunu huomauttaa myös Helsingin Sanomien artikkelissa, että suomalaiset puhuvat vain ravintoaineista ja ruoan hinnasta, eikä puheissa varsinaisesti korostu ruokailemisen yhteisöllisyys kuten muualla Euroopassa (Sneck 2016).

Edellä mainitussa kuluttajatutkimuksessa vastaajat kertoivat myös syitä, mikseivät järjestä enemmän tilaisuuksia yhdessä syömiselle. Suurin syy niistä oli kiire, mikä raportin mukaan voi olla myös veruke sille, ettei asiaa koeta itselleen tarpeeksi tärkeäksi. Yli kolmasosa kokee, että ei ole itse riittävän seurallinen yhdessä ruokailuun muiden kanssa. Raportissa pohditaan, voisiko seurallisempaan ruokailemiseen rohkaista. (MMM 2016, 54–55.) Mielestäni voi ja pitää. Uskon, että kulttuuri ja asenne muuttuvat hiljalleen ja se vaatii taakseen tekoja. Sukupolvi sukupolvelta muovautuu uusiin asenteisiin ja uskon, että yhteisöllisyyttä ja yhdessä syömisestä etuja korostamalla asenteet voivat muuttua. Uskon myös, että kuva ”jurosta” suomalaisesta muuttuu esimerkiksi kansainvälistymisen ja arvojen vapautumisen myötä. Suomalaisetkin alkavat uskoa itseensä, uskaltavat olla enemmän näkyvillä ja ottaa kontaktia tuntemattomiin.

Muita raportin esittämiä syitä yhdessä syömisestä vähäisyyteen oli kokemus siitä, etteivät ruoanlaittotaidot ole riittäviä ja ettei kotona jakseta siivota vieraita varten (MMM 2016, 54–55). Nämä ovat erinomaisia syitä perustella sitä, miksi ravintoloissa kannattaa syödä enemmän yhdessä. Viidesosa vastaajista mainitsi myös rahan. Yhdessä syömisestä hetkiä järjestettäisiin enemmän, mikäli se olisi halvempaa (MMM 2016, 54–55). Tarjotun ruoan ei toisaalta tarvitsisi olla niin hienoa ja kallista, vaan tavallisen arkiruoankin ympärille voi järjestää pitoja, perhelounaita tai kahvikekkereitä.

5 Toiminnallisen työn esittely ja prosessikuvaus

Teen opinnäytetyöni ELO-säätiölle eli Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäätiölle. Toimeksianto koskee Suomi 100 -juhlavuoden ruokatapahtumia, joilla yhteinen nimittävä tekijä on yhdessä syöminen. Marraskuun 2017 teema on *Syödään yhdessä ravintolassa*, johon opinnäytetyöni liittyy. Opinnäytetyöni tavoitteena on siis mallintaa palvelumuotoilun keinoin työkalupakki, jonka avulla ravintolat voivat pyrkiä lisäämään ja rohkaisemaan yhdessä syömistä ravintoloissa.

Ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyön on tarkoitus olla kehittämistehtävä, joka sekä hyödyttää kohdeyritystä, että kehittää alaa. Kehittämistyössä tulee Valtioneuvoston asetuksen (423/2005, § 7a) mukaan osata soveltaa tutkimustietoa ja hyödyntää eri menetelmiä työelämän ongelmien ratkaisemiseksi. Lisäksi työllä tulisi osoittaa valmiutta itsenäiseen asiantuntijatyöhön. (Haaga-Helia MyNet 2016). Ojasalon, Moilasen & Ritalahden (2009, 18) mukaan kehittämistyössä tarkoituksena on uudistaa ja parantaa työelämän käytäntöjä, tuotteita ja palveluita monipuolisia menetelmiä hyödyntäen. Kehittämistyössä ei välttämättä pyritä luomaan uutta teoriaa, kuten tieteellisessä tutkimuksessa, vaan pääpaino on ongelmien ratkaisussa ja vuorovaikutteisudessa esimerkiksi käyttäjien kanssa (Ojasalo ym. 2009, 18–19). Tutkimukselliseen kehittämistyöhön ei kuitenkaan riitä vain käyttäjille tehty kysely tai haastattelu, vaan työn pitää olla järjestelmällistä ja suunniteltua sekä kriittisesti arvioitua. Ratkaisujen tulee rakentua tutkitun teorian päälle, ja siksi ratkaisut pitäisi osata perustella myös teorian valossa ja analysoituna. (Ojasalo ym. 2009, 21–22.)

Opinnäytetyöni tutkimuksen lähestymistapana on konstruktivinen eli toiminnallinen tutkimus. Konstruktivistista tutkimusta käytetään silloin, kun on tarkoitus kehittää esimerkiksi uusi tuote, malli tai suunnitelma (Ojasalo ym. 2009, 65), joten se sopii työkalupakin mallintamiseen. Kehittämistyön tuloksia arvioidaan sen perusteella, millaista käytännön hyötyä tuotos antaa. Tärkeää tässä lähestymistavassa on sitoa teoreettinen tieto konkreettiseen ratkaisuun, jonka tulisi olla yleistettävissä muuallakin kuin kohdeorganisaatiossa. (Ojasalo ym. 2009, 65.) Opinnäytetyöni tarkoituksena onkin nimenomaan saada yleistettäviä työkaluja useamman ravintolan käyttöön. Koska konstruktiviseen tutkimukseen kuuluu olennaisesti käyttäjien ja kehittäjien yhteistyö (Ojasalo ym. 2009, 65–66), sopii palvelumuotoilu hyvin tämän työn menetelmäksi.

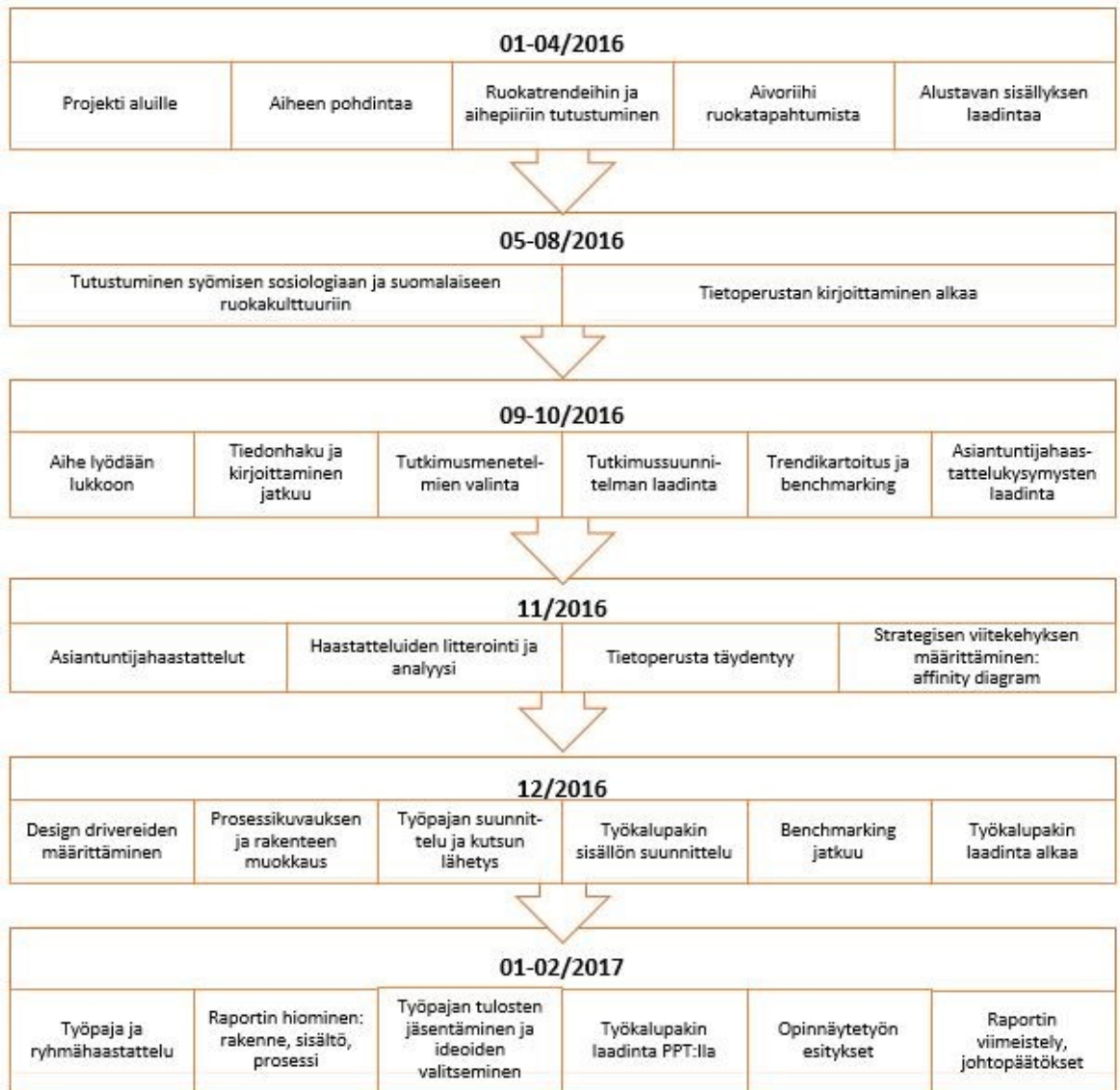
Olen esittänyt johdannossa kehittämistyöni tavoitteet, opinnäytetyön rakenteen, toimeksiantajan ja tietoperustassa käytetyn aineiston. Seuraavissa alaluvuissa esittelen tutkimusmenetelmät ja kuvaan, kuinka työni prosessi eteni.

5.1 Aiheen valinta ja tietoperustan muodostuminen

Opinnäytetyöni sai alkusysäyksensä jo loppuvuodesta 2015 kun kuulin ensi kertaa Suomen ruokamatkailustrategiasta. Kiinnostuin ajatuksesta liittää työni RUOKA&MATKAILU-hankkeeseen, joten opinnäytetyöni ohjaajaksi tuli hankkeen yksi vetäjistä. Lopulta ohjaajani ehdotti minulle yhteistyötä ELO-säätiön kanssa. Tapasin ELO-säätiön edustajan alkuvuodesta 2016. Ajatuksena oli lähteä ideoimaan Suomen juhluvuoden ruokatapahtumia. Aihe kuitenkin muuttui pikkuhiljaa, kun ELO-säätiön toiveet tarkentuivat. Aloitin tietoperustan eli teoriaan tutustumisen jo keväällä 2016, vaikka lopullista aihetta ei vielä oltu päätetty. Lähdin tutkimaan alan ruokalehtiä, joista voisin löytää aineistoa työhöni, ja kävin kuuntelemassa Haagassa järjestettyä The Future of Finnish Gastronomy -seminaaria. Yritin löytää ideoita ja saada mielikuvaa alan trendeistä, sillä en ollut useampaan vuoteen seurannut aktiivisesti ravintola-alan menoa työskennellessäni eri alalla. Samalla tein oman pienen aivoriihen ja listasin erilaisia teemoja, joiden ympärille ruokatapahtumia voisi kehittää. Mietin myös, ketkä asiantuntijat voisivat toimia työssäni apuna.

Tiesin, että työni liittyisi yhdessä syömiseen ja ELO-säätiön toiveet ja tarpeet koskivat yhdessä syömisen lisäämistä suomalaisissa perheissä ja ravintoloissa. Siksi ajattelin, että ruokakulttuuriin tutustuminen olisi yksi lähtökohta. Tapasin myöhemmin keväällä uudelleen ELO-säätiön edustajat, jolloin ideoimme työni mahdollista sisältöä. Tällöin päädyimme siihen, että työni tulisi koskemaan ravintolassa syömistä liittyen juhluvuoden *Syödään yhdessä* -hankkeeseen. Vielä jäi sen sijaan epäselväksi, olisiko mukana esimerkiksi jokin ravintola-alan toimija, vai tekisinkö työni yleisemmällä tasolla.

Kuviossa 10 on kuvattu koko opinnäytetyöprosessi. Kesän 2016 aikana tutustuin syömis-sosiologiaan ja suomalaiseen ruokakulttuuriin, ja aloitin tietoperustan kirjoittamisen. Halusin yhdistää työhöni palvelumuotoilua, joten päätin, että tietoperusta eli opinnäytetyön teoriaosuus kuuluisi palvelumuotoilun ensimmäiseen vaiheeseen, jossa tutustutaan taustoihin ja parannetaan asiakasymmärrystä. Kesän aikana tein alustavaa opinnäytetyösuunnitelmaa ja luonnostelin sisällysluetteloa.



Kuvio 10. Opinnäytetyön prosessikuvaus

Vasta syyskuussa 2016 työn aihe alkoi varmistua. ELO-säätiöllä ei ollut antaa tiettyä toimeksiantoa, vaan sain melko vapaat kädet aiheen valintaan. Toimeksiantaja toivoi kuitenkin sisältöä Suomen juhluvuoden marraskuun teemalle, joka oli *Syödään yhdessä ravintolassa*. Monet ravintolat olivat jo kyselleet sisällön perään, joten sille oli tarvetta. Jatkoitin tiedonhakua sosiaalisesta syömisestä, ruoka-alan trendeistä ja tein paljon kirjoitustyötä yhdessä syömisen ympäriltä. Lokakuussa valitsin palvelumuotoilun eri työkalut, joita tulisin käyttämään. Tein myös selkeämmän tutkimussuunnitelman ja aikataulun opinnäytetyöprosessille. Aiheeksi vahvistui siis palvelumuotoilun keinoin sisällön ja työkalujen luominen ravintoloille juhluvuotta varten ja sen selvittäminen, millä keinoin suomalaisia voisi rohkaista yhdessä syömiseen ravintoloissa. Aloin laatia myös kysymyksiä asiantuntijahaastatteluita varten. Kysymykset pohjautuivat tietoperustaan ja palvelumuotoilusta tuttuun palvelupolkuun (kts. 5.2). Asiantuntijahaastattelut tulisivat toimimaan ideoinnin poh-

jana ja tavallaan esitutkimuksena, joten siksi päädyin haastattelemaan vain muutamaa tarkoin valittua asiantuntijaa. Haastattelukysymykset löytyvät liitteestä 1.

5.2 Tutkimusmenetelmänä palvelumuotoilu

Tutkimusmenetelmäksi valitsin palvelumuotoilun, jonka prosessissa hyödynnetään erilaisia työkaluja. Palvelumuotoilun etu on siinä, että se perustuu menetelmätriangulaatiolle, eli siinä hyödynnetään useampaa eri tutkimusmenetelmää. Menetelmätriangulaatiolla voi parantaa tulosten luotettavuutta (Ojasalo ym. 2009, 94). Tässä luvussa esittelen, mitä palvelumuotoilu on, miten se soveltuu opinnäytetyöhöni ja mistä eri vaiheista ja työkaluista prosessi koostui.

Palvelumuotoilu eli service design on menetelmä, jonka keskiössä on käyttäjän kokemus. Palvelumuotoilun tuloksena saatavan palvelun tai tuotteen on tarkoitus olla käyttäjän kannalta käytettävissä oleva, hyödyllinen ja haluttava, ja samalla palveluntarjoajan kannalta tuloksekas, toteutettavissa ja omaperäinen. Palvelumuotoilussa ideana on oppia ymmärtämään asiakastarpeita syvällisesti esimerkiksi osallistaen asiakkaita muotoiluprosessiin. (Miettinen & Koivisto 2009, 13–15.) Mikko Koivisto (2007, 65) kiteyttää asian osuvasti Taide-teollisen korkeakoulun lopputyössään: ”Palvelumuotoilu on elämyksellisten, haluttavien ja käytettävien palvelujen kehittämistä ja johtamista, jossa suunnitellaan palvelun aineellisista ja aineettomista tekijöistä johdonmukainen yli kanavarajojen kulkeva kokonaisuus.”

Valitsin palvelumuotoilun, sillä menetelmänä se on hyvin ajankohtainen omassa työpäikkäissäni finanssialalla. Työnantajayrityksessäni panostetaan merkittävästi uusien ja nykyisten palveluiden kehittämiseen nimenomaan muotoilun keinoin, ja yrityksellä on myös oma muotoilujohtaja. Kävin opinnäytetyöni aihetta suunnitellessa Haaga-Helian Service Design ja tuotekehitys palveluissa -opintojakson, jonka aikana kiinnostukseni palvelumuotoiluun kasvoi entisestään. Uskon palvelumuotoiluosaamisesta olevan hyötyä tulevaisuuden työtehtävissäni, joten menetelmän käyttö lopputyössäni on myös itselleni tärkeä haaste.

Palvelumuotoilu sopii opinnäytetyöni menetelmäksi siksi, että luodessani työkaluja ravintoloille juhlavuoden tapahtumia varten, tarkoituksena on oppia tuntemaan käyttäjän, eli suomalaisen ravintola-asiakkaan motivaatiota ja käyttäytymistä. Muotoilun avulla käyttäytymistä ei ehkä onnistuta muuttamaan, mutta tuntiessani paremmin aiheen konteksteja ja itse mahdollista käyttäjää, on palvelumuotoilun keinoin mahdollista löytää tekijöitä, jotka rohkaisevat asiakasta yhteisölliseen syömiseen ravintolamiljöössä. Palvelumuotoilun käyttäminen tässä projektissa ei välttämättä ole kuitenkaan aukoton, sillä käytössäni ei ole

kohdeyritystä, jonka liiketoimintaympäristöön voisin tutustua ja jolla olisi selkeät asiakassegmentit. Tämän vuoksi käytin työssäni ikään kuin viiteryhmiä, jotka voisivat olla potentiaalisia juhlavuoden tapahtumien osallistujia ja joita yhdessä syömisen teema voisi erityisesti koskettaa. Viiteryhmiä ovat lapsiperheet, ystäväporukat sekä yksilöt, jotka haluavat tutustua uusiin ihmisiin ja jotka etsivät yhteisöllisiä kokemuksia. Viiteryhmät saattavat täsmentyä tai jopa muuttua prosessin edetessä, kun ymmärryksen aiheesta kasvaa. En kuitenkaan prosessin alussa rajannut viiteryhmiä esimerkiksi isän, sukupuolen tai muun demografisen tekijän mukaan.

Miettinen ja Koivisto (2009, 13–14) esittelevät teoksessaan *Designing Services with Innovative Methods* palvelumuotoilun erilaisia prosesseja. Aarne van Oosteromin mukaan palvelumuotoiluprosessi voi muodostua viidestä eri vaiheesta: Discovering (selvittäminen), Concepting (konseptointi), Designing (muotoileminen), Building (rakentaminen) ja Implementing (toteuttaminen). Engine ehdottaa kolme eri vaihetta: Identify (tunnista), Build (rakenna) ja Measure (mittaa). Mager on kuvaillut prosessia vaiheiden Discovery (selvittäminen), Creation (luominen), Reality Check (todentaminen) ja Implementation (toteuttaminen) kautta. Neljäs ehdotus palvelumuotoiluprosessille on minullekin jo tutuksi tullut Moritzin kuuden vaiheen prosessi: SD Understanding (PaMu Ymmärtäminen), SD Thinking (PaMu Kiteyttäminen), SD Generating (PaMu Ideointi), SD Filtering (PaMu Seulonta ja konkretisointi), SD Explaining (PaMu Kehittäminen) ja SD Realising (PaMu Operointi). Erilaiset prosessit elävät jatkuvasti. Niiden eri vaiheissa on kuitenkin paljon samoja piirteitä. Aluksi prosesseissa on tarkoitus syventyä aiheeseen, jota kehitetään, sen käyttäjiin ja ympäristöön, jotta ymmärrys kehitettävästä kohteesta kasvaa ja tavoite selkeytyy. Sen jälkeen tarkoituksena on alkaa luoda ja visualisoida palvelua ja osallistaa asiakas mukaan kehittämisprosessiin. Prosessien loppupuolella palvelua kehitetään, parannetaan, testataan ja konkretisoidaan, jonka jälkeen palvelu voi olla implementoitavissa. (Miettinen & Koivisto 2009, 13–14).

Koska kehittämistyöni eroaa hieman siitä, mihin palvelumuotoilu on kenties alun perin tarkoitettu, ja selkeää kohdeyritystä ja asiakassegmenttejä ei ole, päätin muokata olemassa olevista prosesseista opinnäytetyöhöni sopivan prosessin. Kehittämistyöni vaiheet ovat:

- Tietoperusta ja asiakasymmärrys,
- Strategisen viitekehyksen määrittäminen,
- Ideointi ja luominen
- Toteutus.

Prosessi perustuu hyvin pitkälle Moritzin palvelumuotoiluprosessiin, ja hyödynsin Moritzin prosessin työkaluja työssäni. Esitellessäni ja käyttäessäni Moritzin työkaluja tässä raportissa, pyrin kääntämään termit suomeksi. Esittelen kuitenkin myös alkuperäiset englanninkieliset termit selvennykseksi. Koivisto (2007, 72) kertoo, että palvelumuotoiluprosessi ei ole jäykkä, lineaarinen ohjeistus, vaan sen ominaispiirteisiin kuuluu iteroiva työtap. Iteratiivisuus tarkoittaa palvelumuotoilussa sitä, että eri prosessissa voidaan palata myös takaisin päin ja toistaa eri vaiheita parhaimman lopputuloksen ja asiakasymmärryksen parantamiseksi (Koivisto 2007, 72).

Saffer (2007, teoksessa Koivisto 2007, 67) esittää, että palvelu koostuu palvelutuokioista, jotka ovat palvelun eri osia. Palvelutuokiossa on yleensä monta kontaktipistettä, joilla tarkoitetaan kaikkia niitä hetkiä, joissa asiakas on kontaktissa palveluun, näkee, kokee tai aistii sen. Kontaktipiste voi olla esimerkiksi tila, esite, prosessi tai ihminen. Palvelutuokiota taas muodostavat asiakkaan palvelupolun. Palvelumuotoilussa voidaan siis keskittyä kehittämään joko koko palvelupolkua, yhtä palvelutuokiota tai vain yhtä kontaktipistettä. (Koivisto 2007, 66–67.) Kehittämistyöni keskittyy periaatteessa koko palvelupolkuun ottaen silti huomioon eri palvelutuokiota ja niiden tarjoamat mahdollisuudet yhteisöllisen syömis- korostamiseksi. Työni tuotoksena syntyvä työkalupakki rakentuikin soveltavin osin palvelupolun mukaan, kuitenkin keskittyen sekä palvelupolun konkreettisiin vaiheisiin ja että aineettomiin elementteihin, joista ravintolavierailu koostuu. Ravintola-asiakkaan palvelupolku, johon kehittämistyössäni olen keskittynyt, on seuraava:

1. Varaus
2. Saapuminen
3. Plaseeraus (istumajärjestys)
4. Ruoan valitseminen ja tilaus
5. Palvelu- ja tarjoilutapa
6. Ruoka ja juoma
7. Oheisohjelma
8. Miljö
9. Maksu
10. Poistuminen

Koska käytän asiantuntijahaastatteluita yhtenä palvelumuotoilun työkaluna, perustuvat kysymykseni palvelupolkuun.

5.2.1 Tietoperusta ja asiakasymmärrys

Palvelumuotoiluprosessin ensimmäisessä vaiheessa on päämääränä kasvattaa asiakasymmärrystä. Tarkoituksena on oppia käyttäjien tietoisia ja tiedostamattomia tarpeita, tutkia toimintaympäristöä ja aiheen eri konteksteja. (Moritz 2005, 125.) Vaiheen tavoite on tarjota tietoa palvelumuotoiluprosessien muihin vaiheisiin ja ohjata kehittämistyötä. Kun tunnen hyvin toimintaympäristön, kehittämistyön tavoitteen ja sen taustat sekä opin tuntemaan käyttäjien käyttäytymistä ja tarpeita, on minulla työssäni parempi pohja ideoinnille.

Palvelumuotoiluprosessi alkaa jo opinnäytetyöni tietoperustassa (luvut 2–4), jossa selvitän aiheen taustoja, historiaa ja nykytilaa (engl. context, historical & present state analysis). Pohdin tietoperustassa muun muassa sitä, mitä hyötyä yhdessä syömisestä on, eli miksi kannattaa syödä yhdessä. Kartoitin syömisestä sosiaalista ulottuvuutta tutustumalla sosiologian kirjallisuuteen, tutkimalla suomalaisten syömiseen liittyviä tapoja ja tottumuksia sekä selvittämällä asenteita yhdessä tai yksin syömistä kohtaan. Tutustuin suomalaiseen ruokakulttuuriin historiasta nykypäivään ja kartoitin suomalaista nykypäivän yhteisöllisyyttä ja ruokatrendejä (engl. trend scouting). Tietoperustan lisäksi tein katsauksen myös olemassa oleviin yhdessä syömisestä käsitteisiin ja muihin yhteisöllisiin ilmiöihin (engl. benchmarking).

Stefan Moritz (2005, 187) esittelee palvelumuotoilun teoksessaan eri työkaluja palvelumuotoiluprosessin eri osiin. *Benchmarking* on yksi asiakasymmärrys-vaiheen työkaluista. Hän kuvailee ”benchmarkkausta” sellaisten palveluntarjoajien etsimiseksi, jotka tarjoavat kenties eri palvelua, mutta joissa on samanlaisia ominaisuuksia kuin kehitettävässä palvelussa halutaan olevan. Kehittämistyössä voi määritellä jo etukäteen ominaisuuksia, joita benchmarkingin avulla halutaan löytää. Tarkoituksena on oppia muiden jo kartuttamasta kokemuksesta. (Moritz 2005, 187.)

Lähdin etsimään internetistä sellaisia jo olemassa olevia yrityksiä, palveluntarjoajia, verkkosivustoja ja artikkeleita, joilla lähtökohdat vastaisivat kehitystyöni tavoitteita, eli palvelua, jossa korostetaan syömisestä sosiaalisuutta ja yhteisöllisyyttä. Käytin muun muassa seuraavia hakusanoja: sosiaalinen syöminen, yhteisöllinen syöminen, social eating, eating together, social dining, communal dining, social eating restaurant ja social eating concept. Benchmarkingin tulokset löytyvät luvusta 6, sillä vaihe on osa työni empiiristä osiota. Jatkoisin benchmarkingia kuitenkin myös myöhemmin prosessin aikana, kun etsin konkreettisia esimerkkejä, joita voin hyödyntää työkalupakissa. Kaikkia lopputuoksessa näkyviä esimerkkejä ei siksi ole esitelty benchmarkingin tuloksissa.

Yksi tärkeä palvelumuotoilun ymmärtämisvaiheen työkalu oli *asiantuntijahaastattelut* (engl. expert interviews). Haastattelu on yleinen tutkimusmenetelmä kaikenlaisissa tutkimus- ja kehittämistöissä, sillä se antaa tutkijalle uusia näkökulmia ja syvällisempää tietoa, kuin mitä esimerkiksi lukemalla voidaan löytää. (Ojasalo ym. 2009, 95). Päätin käyttää haastattelutapana puolistrukturoitua haastattelua, jossa kysymykset laaditaan etukäteen, mutta niiden järjestystä voidaan muuttaa tarvittaessa. Tämä mahdollistaa myös sen, että tarpeettomat kysymykset voidaan jättää kysymättä (Ojasalo ym. 2009, 97). Tärkeää puolistrukturoidussa haastattelussa on, että voin myös syventää aihetta lisäkysymyksillä tarpeen mukaan. Haastattelukysymysten tulisi perustua läheisesti kehitettävään palveluun ja tutkimuskriteereihin, sillä haastattelun avulla saatetaan löytää ratkaisuja tutkimusongelmiin (Moritz 2005, 191). Asiantuntijahaastattelussa tavoitteeni oli saada ravintolaliiketoiminnan rautaisilta osaajilta näkökulmaa yhteisöllisen syömisen toteuttamiseen, kuulla kokemuksia jo mahdollisesti toteutetuista konsepteista ja niiden ominaisuuksista ja saada vinkkejä eri elementeistä, joita yhdessä syömistä korostavassa miljöössä kannattaisi ottaa huomioon. Halusin kuulla ammattilaisen ajatuksia myös siihen, miten eri viiteryhmien (perheet, ystäväporukat ja yksilöt) tarpeet voivat erota toisistaan, mitkä ovat kunkin ryhmän mahdollisesti kokemat esteet tai ennakkoluulot suhteessa tällaiseen konseptiin sekä mitkä ovat yhteisöllisen syömisen haasteet ravintolalle.

Asiantuntijahaastattelut toimivat esitutkimuksena palvelumuotoiluprosessille. Haastattelin kahta ravintola-alan asiantuntijaa ja vaikuttajaa: Savoy'n ja Roster Helsingin Kari Aihista, koska hänellä on myös erityisesti Kaappaus Keittiössä -TV-ohjelman kautta näkemystä perheruokailusta sekä Baskeri & Basso -ravintolan toista omistajaa Nicolas "Niki" Thieulonia, sillä hänen ja Kalle Kiukaisen ravintolakonseptissa korostuu sosiaalinen syöminen. Toiveenani oli haastatella myös BW-Restaurantsin ravintoloitsijaa Matti Wikbergiä, koska yrityksen ravintolat nousivat esiin benchmarkingissa sosiaalista syömistä korostavina paikkoina. Haastattelun vaihtoehdoksi olin laatinut sähköisen kyselyn, jonka tein Google Formsilla. Wikberg vastasi sähköiseen kyselyyn.

Tapasin Kari Aihisen 14.11.2016 ravintola Roster Helsingissä ja Niki Thieulonin Baskeri & Basso -ravintolassa 23.11.2016. Olin lähettänyt kummallekin haastattelukysymykset (liite 1) ennakkoon. Haastatteluiden alussa kerroin työni aiheen ja taustat sekä toimeksiantajan. Tarkistin myös luvan käyttää asiantuntijoiden nimeä opinnäytetyössä. Haastattelujen jälkeen aloitin analyysin litteroimalla äänitetyt haastattelut ja kirjasin niistä ylös tärkeimpiä esiin nousseita elementtejä affinity diagram -työkalua (kts. 5.2.2) silmällä pitäen. Luonnostelin jo alustavia ideoita työkalupakkia varten ja tiivistin olennaisen haastatteluista saadun tiedon aihe aiheelta hyödyntäen mindmap-tekniikkaa. Laatimani mindmap eli ajatuskartta

jäsentää haastattelukysymysten vastauksia ja yhdistelee toisiinsa liittyviä vastauksia molemmista haastatteluista. Se toimi hyvänä pohjana haastattelujen analyysille.

Asiantuntijahaastattelut ovat osa opinnäytetyöni empiiristä osiota, joten niiden tulokset esitetään muiden menetelmien tulosten yhteydessä luvussa 6.

5.2.2 Strategisen viitekehyksen määrittäminen

Kerättyäni aineistoa asiakasymmärryksen kartuttamiseksi ja yhdessä syömisen taustojen ja sitä korostavien elementtien kartoittamiseksi, siirryin palvelumuotoilun vaiheeseen, jossa tarkoituksena on määrittää kehittämistyölle strateginen viitekehys. Moritzia (2005, 131) lainaten ideana on tunnistaa kerätyn tiedon seasta työlleni olennaisimmat näkökulmat, kriteerit ja ongelmat, sekä asettaa niiden perusteella työlle visio siitä, mitä lähden luomaan ja mitkä ovat kehitettävän palvelun vaatimukset. Tässä vaiheessa halusin tiivistää ja yhdistellä saamaani tietoa ja poimia jo syntyneet ideat työkalupakkia varten. Käytin apunani affinity diagramia, eli samankaltaisuuskaaviota, joka kuuluu myös Moritzin palvelumuotoilutyökaluihin.

Olin pohjustanut samankaltaisuuskaaviota jo analysoidessani asiantuntijahaastatteluita. Olin tämän lisäksi tehnyt yhteenvetoa tietoperustasta ja poiminut sieltä olennaista tietoa ja uusia näkökulmia. Mindmap-tekniikka toimi apunani, kun pyrin hahmottamaan kokonaiskuvaa työni aiheesta ja asiantuntijoiden näkökulmista. Palvelupolku, johon myös haastattelukysymykset perustuivat, koostui seuraavista vaiheista: Varaus, saapuminen, plaseeraus (istumajärjestys), ruoan valitseminen ja tilaus, palvelu- ja tarjoilutapa, ruoka ja juoma, oheisohjelma, miljöö, maksu ja poistuminen. En saanut asiantuntijahaastatteluista sisältöä aivan jokaiseen palvelupolun vaiheeseen siinä määrin, missä olisin toivonut, mutta odotin fokusryhmän työpajan täydentävän niitä.



Kuva 1. Affinity diagram -työskentelyä

Affinity diagramin ensimmäistä versiota (kuva 1) lähdin hahmottelemaan marraskuun lopussa 2016. Kirjoitin muistilapuille asiakasymmärrysvaiheen eli tietoperustan, benchmarkingin ja asiantuntijahaastatteluiden tuottamasta tiedosta poimitut tärkeät näkökulmat ja ideat, jotka tukivat työni tavoitetta. Sen jälkeen lähdin ryhmittelemään niitä sopiviksi aihealueiksi etsien niiden väliltä samankaltaisuuksia. Ryhmittelyn tuloksena tavoitteenani oli muodostaa selkeä kokonaiskuva kehitettävästä työkalupakista, mitä asioita siinä tulee ottaa huomioon ja mihin elementteihin keskittyä. Ensimmäisen rakenteen teemat/otsikot noudattivat osittain palvelupolun eri vaiheita:

- Kiinnostus ja varaus
- Saapuminen ja istuminen
- Ruoka ja tarjoilu
- Maksu ja lähtö
- Yleiset asiat ja tunnelma
- Syitä syödä yhdessä
- Haasteet ja rajoitteet.

Listasin lopuksi kaikki otsikoiden alla olevien muistiinpanojen sisällöt ja yhdistelin niistä vielä laajempia teemoja. Koska halusin lähestyä aineistoa nimenomaan ideointivaihetta ajatellen, mietin minkälainen teemoittelu tukisi brainstormingia ja workshop-työskentelyä. Toinen rakenne muodostui seuraavista otsikoista:

- Tausta ja faktat

- Ideat
- Henkilökunnan rooli
- Elämyksellisyys
- Huomioitavaa ja haasteita.

Affinity diagramin tulokset, eli kehittämistyön strategisen viitekehityksen esitän tulosten alla (kts. 6.3). Sen avulla siirryin ideointi- ja luomisvaiheeseen.

5.2.3 Ideointi ja luominen

Ideoinnin ja luomisen vaiheessa pääsin hahmottelemaan työkalupakin mahdollisuuksia ja kehittämään työkaluja siihen, kuinka yhdessä syömistä voidaan ravintoloissa rohkaista. Vaiheen tarkoituksena on luoda vahvoja konsepteja eri ideoita yhdistelemällä. Ideoinnin tulee perustua strategiseen viitekehitykseen ja työn tavoitteisiin. (Moritz 2005, 133.) Ideoinnin jälkeen hyvistä valitaan parhaat. Valinta voi perustua käyttäjien tai asiantuntijoiden näkemykseen tai ideoita voidaan asettaa paremmuusjärjestykseen vertaamalla niitä tiettyyn kriteeristöön, joka tässä työssä tulee suunnitteluvetureista eli design drivereista (kts. 6.3) (Moritz 2005, 137).

Tässä palvelumuotoilun vaiheessa yhdistelin eri menetelmiä. Halusin osallistaa viiteryhmiin kuuluvia henkilöitä kehitysprosessiin, sillä asiakasnäkökulma (engl. customer insight) on palvelumuotoilun perusta. Tarkoitukseni oli kutsua koolle fokusryhmä (engl. focus group), eli sellaisia ihmisiä, jotka voisivat olla potentiaalisia *Syödään yhdessä ravintolassa*-tapahtumien asiakkaita. Toteutustavaksi valitsin työpajan (engl. workshop), jossa yhdistelin brainstormingia, eli aivoriihityöskentelyä sekä ryhmähaastattelua. Hyödynsin fokusryhmän kokoamisessa Facebookin Let's Eat Together -ryhmää, josta oletin löytäväni yhteisöllisyydestä, yhdessä syömisestä, ulkona syömisestä ja muihin ihmisiin tutustumisesta kiinnostuneita ihmisiä. Let's Eat Together -ryhmän kautta kuka tahansa voi kutsua muita ihmisiä luokseen syömään. Laitoin ryhmään avoimen kutsun, jossa esittelin hankkeen, opinnäytetyöni aiheen ja innostin syömään yhdessä. Välitin kutsua myös muualla Facebookissa ystäväni kautta. Ensimmäinen 4.1.2017 suunniteltu työpaja peruuntui sairastumisen vuoksi, mutta lopulta työpaja onnistuttiin pitämään arki-iltana 10.1.2017.

Aivoriihityöskentely on perinteinen, luova tapa löytää ratkaisuja ongelmiin, ja se toteutetaan yleensä ryhmässä. Lähtökohtana aivoriihelle on vapaa ajattelu ilman minkäänlaisia rajoitteita. Aivoriihen vetäjä alustaa aiheen, jonka jälkeen ryhmä aloittaa ideoimaan aihepiirin ympärillä samalla kun vetäjä kirjaa asioita ylös. Aivoriihen tärkeimpiä ohjeita ovat

muun muassa ne, ettei ideoita saa tuomita etukäteen, ideat saavat olla kuinka villedä tahansa ja niitä kannattaa tuottaa mahdollisimman paljon. (Ojasalo ym. 2009, 145–146.)

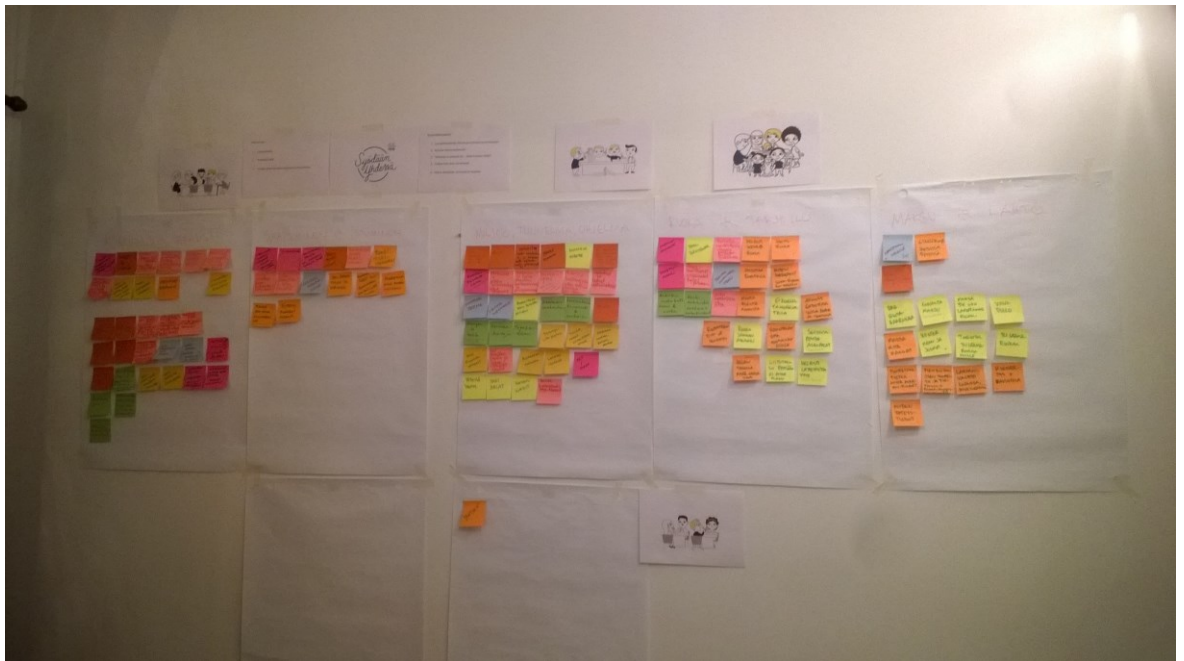
Myös ryhmähaastattelussa tarkoitukseni oli saada ideoita suoraan mahdollisilta käyttäjiltä. Ryhmähaastattelun etu on se, että haastateltavat inspiroivat muita osallistujia jakaessaan kokemuksiaan, ja toisiaan rohkaisemalla yhteiskehittämisen kautta voidaan saada kasaan enemmän ideoita ja tietoa, kuin esimerkiksi yksilöhaastattelussa. Osallistujat siis stimuloivat toisiaan ja toistensa mielipiteitä. Tärkeää ryhmähaastattelussa on, että osallistujat ovat melko yhtenäinen ryhmä, jotta kaikki ymmärtävät aiheen ja siihen liittyvät käsitteet samalla tavalla. Ryhmähaastattelu on usein keskustelunomainen tilaisuus. (Eskola & Suoranta 2003, 94–96.)

Työpajaan luokseni saapui kuusi eri-ikäistä naista, joilla kaikilla oli harrastuneisuutta ruokaa kohtaan. Osa järjesti vapaa-aikanaan tai työssään erilaisia yhteisöllisyyteen, matkailuun tai ruokaan liittyviä tapahtumia, ja kaikki olivat avoimia uusille kokemuksille. Monella oli kokemusta myös ulkomailta työn, vapaa-ajan tai jopa sukujuurten kautta. Aloitimme työpajan tutustumalla toisiimme ja teemanmukaisesti syömällä yhdessä. Alkulämmittelyksi pidin tutustumiskierroksen, jossa jokainen osallistuja sai kertoa itsestään jatkamalla annettua lausetta. Tutustumiskierros rikkoi hyvin jäätä ja rentoutti tunnelmaa. Esittelin aluksi *Syödään yhdessä* -hankkeen ja kerroin opinnäytetyöni sekä työpajan tavoitteen. Lisäksi esittelin viiteryhmiä ja kehotin jokaista miettimään, mihin ryhmään voisi itse kuulua. Kävin läpi suunnitteluveturit ja kerroin niiden voivan ohjata myös ideointiamme.



Kuva 2. Työpajatyöskentely käynnissä

Aloitimme työskentelyn vapaalla ajatusten jakamisella aiheesta: Mitä mielikuvia sosiaalisen syömisen konsepti tai tapahtuma tuo mieleen ja millaisia elementtejä se voisi pitää sisällään? Keskustelua syntyi runsaasti ja johdatteli aiheeseen hyvin. Sen jälkeen jatkoimme brainstormingilla. Tarkoituksena oli järjestää kaksi lyhyttä ideointisessiota. Osallistujille jaettiin muistilappuja ja kyniä, ja heillä oli aluksi viisi minuuttia aikaa keksiä ideoita, ajatuksia, mielikuvia tai kysymyksiä koskien teemaa. Ideointisession jälkeen ideat kerrottiin muille. Laput liimattiin seinälle sopivien otsikoiden alle, jotka mukailivat palvelupolun vaiheita (kuvat 2 ja 3). Ideat synnyttivät jatkuvasti uusia ideoita, kun osallistujat kertoivat ajatuksiaan, joten ideaseinää täydennettiin sitä mukaa. Aikaa brainstormingiin meni odotettua kauemmin, joten jätin toteuttamatta toisen ideointisession. Pienen tauon jälkeen jatkoimme ryhmähaastatteluun. Tarkoitus oli jatkaa ideointia ja jo syntyneiden ideoiden jatkojalostamista samaan malliin, kuitenkin fasilitoiden kysymyksillä ja yhdessä keskustellen. Kysymykset nousivat opinnäytetyöni tutkimuskysymyksistä ja mukailivat palvelupolkua. Kysymysten avulla pääsin paneutumaan syvemmin sellaisiin palvelupolun vaiheisiin, jotka vaativat lisää sisältöä. Ryhmähaastattelun kysymykset löytyvät liitteestä 2. Kaikkia kysymyksiä ei aikataulusyistä ehditty kuitenkaan kysymään. Lopuksi osallistujia pyydettiin valitsemaan jokaisen otsikon alla olevista ideoista kolme parasta ja merkitsemään ne (kuva 2), mikä toimi apunani hyvien ideoiden seulonnassa. Koko työpaja tallennettiin sanelimella. Työpaja oli erittäin antoisa ja osallistujilla vaikutti olevan hauskaa.



Kuva 3. Työpajan tuloksia

Ideoinnin ja luomisen vaiheeseen kuuluu olennaisesti myös saatujen ideoiden seulominen ja parhaiden valitseminen. Valittujen ideoiden tulisi olla linjassa strategisen viitekehyksen kanssa, eli ne eivät saisi olla ristiriidassa suhteessa suunnitteluvetureihin (kts. 6.3). Ideoi-

den seulonta alkoi jo työpajassa, jonka päätteeksi pyysin fokusryhmän jäseniä merkitsemään jokaisen palvelupolun vaiheen alle omat suosikkinsa (engl. sticker vote). Jokainen sai antaa kolme ääntä kunkin otsikon alle. Tämän jälkeen prosessi jatkui siten, että hyödynsin ideoiden seulontaan card sorting -nimistä Moritzin palvelumuotoilutyökalua. Siinä lapuille kirjoitetut ideat ”sortteerattiin” uudelleen sen perusteella, kuinka potentiaalisia ideoita ne ovat. Moritzin (2005, 217) mukaan tähänkin vaiheeseen osallistetaan yleensä asiakkaat tai palveluntarjoajan edustajat, mikä olisi ollut mielenkiintoista, mutta aikataulusyistä päädyin tekemään seulonnan itse. Jaottelin työpajassa saadut ideat sen mukaan, kuinka potentiaalisia ne olivat, ja olivatko ne täysin uusia vai kenties jo aiemmin palvelumuotoiluprosessin aikana esiin nousseita. Jaotteluun vaikuttivat myös fokusryhmän jäsenten suosikit. Lopuksi vielä vertasin potentiaalisimpia ideoita suunnitteluvetureihin ja varmistin, etteivät ne ole ristiriidassa, kuten seulonnan vaiheessa on yleensä tarkoituksenmukaista tehdä.

Työpajan anti keskittyi pitkälti ideaan, jossa ravintolassa voisi tutustua myös uusiin ihmisiin. Lapsiperheitä viiteryhmänä ei juuri käsitelty. Minulle onneksi tarjoutui mahdollisuus osallistua Perheet Safkaa -nimiseen tapahtumaan Helsingissä 21.1.2017 (kts. 6.1). Sen kautta toivoin saavani lisää aineistoa ja ideoita perheiden ravintolaruokailuun. Kävin tapahtumaan osallistuvassa Ravintola Brondassa havainnoimassa asiakkaita ja ravintolan toimintaa sekä pääsin lisäksi keskustelemaan ravintolan myynti- ja markkinointipäällikön Elina Strengellin ja toisen omistajan, Matti Wikbergin kanssa, jolta olin saanut aiemmin myös näkemyksiä sähköisen kyselyn kautta (kts. 6.2). Ojasalon ym. (2009, 103) mukaan havainnointi sopii kehittämistehtäviin, joiden tarkoituksena on saada tietoa ihmisten käyttäytymisestä luonnollisissa ympäristöissä. Sitä käytetään etenkin silloin, jos halutaan arvioida käyttäjäkokemusta tai toimintaa, etenkin lasten parissa. Havainnointi on kuitenkin systemaattista seurantaa, jossa kaikki havainnot tulisi rekisteröidä saman tien esimerkiksi muistioon tai videoimalla. (Ojasalo ym. 2009, 103–104.) Omassa prosessissani havainnointi ei kuitenkaan täytä täysin näitä kriteerejä, vaan oli lähinnä satunnaista tiedonhankintaa. En siksi pidä havainnointia varsinaisena työkaluna tässä työssä. Perheet Safkaa -tapahtuman havainnot esittelen luvussa 6.4.

5.2.4 Toteutus

Palvelumuotoilussa uudet tai kehitetyt palvelut usein testataan ja ”prototypoidaan” eli koemallinnetaan ennen lanseerausta. Palvelusta voidaan luoda palvelukarttoja, ”mockupeja” eli hahmomalleja tai testata ja visualisoida muulla tavalla. Testaamisella varmistetaan palvelun toimivuus ja pyritään löytämään uusia mahdollisuuksia. (Moritz 2005, 141.) Opinnäytetyössäni työkalupakin ideoiden testausvaihe on tosin jätetty pois resurssisyistä.

Työkalupakin visuaalista muotoa ja käytettävyyttä kuitenkin arvioivat useat ihmiset ennen sen valmistumista.

Pieni yhteisöllisen syömisen kokeilu päästiin tekemään, kun tammikuussa 2017 *Syödään yhdessä* -hanke pantiin käyntiin. ELO-säätiö järjesti yhteistyössä muun muassa Anton & Antonin kanssa tempauksen, jossa pitkä pöytä katettiin Helsingin rautatieasemalle ja kaikille ohikulkijoille tarjottiin aamupuuroa lisukkeineen (kuva 4). Osallistuin myös itse tapahtumaan. Kun istahdin pöytään, pääsin keskustelemaan erilaisten ihmisten kanssa ja nauttimaan lämminhenkisestä ja yhteisöllisestä tunnelmasta. Hanke sai tempauksella positiivista näkyvyyttä.



Kuva 4. Syömään! -tempaus Helsingin rautatieasemalla 10.1.2017

Opinnäytetyön tavoite oli mallintaa ravintoloille työkalupakki, jota ne voivat hyödyntää suunnitellessaan yhdessä syömisen tapahtumia tai luodessaan uusia sosiaalisen syömis-konsepteja. Työkalupakkia lähdin laatimaan joulukuussa 2016 ja jatkoin sen työstämistä läpi tammikuun. Valitsin työkalupakin laadintaan aluksi ilmaisohjelma Prezin, joka on online-pohjainen ohjelma presentaatioiden tekemistä varten. Työkalupakin halusin olevan havainnollistava, mukaansatempaava ja helppo käyttää. Prezillä tekemäni työkalupakin visuaalinen ilme mukaili *Syödään yhdessä* -hankkeen graafista ohjeistusta yhteistyökumppaneille. Sen mukaan viestin "tone of voice" tulisi olla innostava, tuttavallinen, lämmin, rohkaiseva, iloinen ja yhteisöllinen (*Syödään yhdessä* graafinen ohjeistus kumppaneille 2016). Työkalupakissa käytetään myös hankkeen materiaalipankin kuvitusta. Prezin mahdollisuudet olivat kuitenkin rajalliset, eikä kaikkia graafisia ohjeita pystytty siinä hyö-

dyntämään. Tämän vuoksi päädyin laatimaan työkalupakin PowerPointilla. Esitin opinnäytetyöni Haaga-Helian Haagan kampuksella sekä ELO-säätiöllä helmikuun alussa, jonka jälkeen tein vielä muutamia muutoksia työkalupakkiin palautteen perusteella. ELO-säätiö toivoi, että työkalupakin visuaalinen ilme yhdenmukaistetaan heidän toisen julkaisun kanssa, joten työtä ei päästy aivan aikataulun mukaisesti julkaisemaan. Työkalupakin toteutuksesta kerron lisää tulosten (kts. 6.5) alla. Lisäksi oma versioini työkalupakista on liitetty raportin liitteeseen (liite 3).

6 Tutkimustulokset

Tässä luvussa esitän konstruktivisen opinnäytetyöni empiirisen osion tulokset. Esittelen muun muassa ne sosiaalisen syömisen konseptit ja yhteisöllisyyden ilmiöt, joita löysin kotimaasta ja ulkomailta *benchmarkingin* avulla, vedän yhteen *asiantuntijahaastatteluiden* annin ja niistä saamani ideat, kerron *työpajatyöskentelyn* ja *ryhmähaastattelun* päätulokset ja lopuksi esittelen mistä konstruktivisen työn tuotos eli yhdessä syömisen työkalupakki koostuu.

6.1 Benchmarkingin tulokset: sosiaalisen syömisen konsepteja

Benchmarking-työkalu on esitelty luvussa 5.2.1, jossa kerrotaan työkalun käytöstä ja miten olen päätenyt näihin tuloksiin.

The Huffington Post -lehdessä (2013) kirjoitetaan erilaisista nettisivuista- ja sovelluksista, joiden kautta ihmiset ovat voineet kohdata uusia ihmisiä ruokapöydän ympärillä. Tällaisia palveluita ovat muun muassa Grouper, Grubwithus, EatWith, LeftoverSwap ja HomeDine. Osa sivustoista, kuten Eatwith, LeftoverSwap ja HomeDine, keskittyvät enemmän tuntemattomien tuomiseen yhteen. Eatwith tuo yhteen etenkin matkailijat, jotka haluavat kokea paikallisia ruokaelämyksiä eri maissa. Sivustolla kokki voi järjestää tapahtuman, johon kuka tahansa voi ilmoittautua, maksaa menun etukäteen ja saapua paikalle. Leftoverswap-palvelussa toisilleen tuntemattomat voivat jakaa keskenään ylijäämäruokaa. HomeDine, nyt jo lopetettu palvelu on yhdistänyt ihmisiä, joista osa haluaa valmistaa illallisia ja osa osallistua niihin. Grouper ja Grubwithus ovat palveluita, joissa ideana on helpottaa tuntemattomien tapaamista ja uusien ystävyssuhteiden solmimista siten, että mukana on aina myös tuttuja ihmisiä. Grouper on applikaatio älypuhelimille, joka toimii siten, että esimerkiksi kolmen hengen kaveriporukka voi ilmoittautua drinkeille toisen samanlaisen, tuntemattoman kokoonpanon kanssa. Grubwithus-palvelu näyttää myöskin lopettaneen, mutta sen ideana oli, että kuka tahansa voi yksin tai yhdessä ystävien kanssa varata pöydän ravintoloihin järjestetyistä illalliskutsuista, maksaa etukäteen ja tavata uusia ihmisiä illallis-pöydän ääressä. Huffington Postin artikkelissa pohditaan, miksi osa palveluista on suosittuja ja osa ei. Kaksi asiaa näytti olevan palveluiden suosion takana: se, että ihmisten tapaamisista saattaisi syntyä aitoja ihmissuhteita ja se, että tapaamiseen on mahdollisuus ottaa kaveri mukaan. (Cappello 2013.)

Myös italialainen sivusto Gnammo tarjoaa netin kautta varattavia tilaisuuksia, esimerkiksi kokkouskursseja yksityishenkilöiden kotona, kotona järjestettäviä illallisia tai ravintolassa järjestettäviä tapahtumia, jossa voidaan vaikkapa valmistaa jollekin maalle tai maakunnal-

le tyypillistä ruokaa. Illallisella voi olla myös teema tai aihepiiri, jonka mukaan aiheesta, esimerkiksi musiikista tai taiteesta kiinnostuneet löytävät saman pöydän ääreen. Kokit voivat olla ammattilaisia tai kotikokkeja, ja palvelun kautta on mahdollista saada ravintolatasoinen kokemus kotimiljöössä. Ideana on tutustua tuntemattomiin. (Gnammo.)

Suomeen edellä mainitut sivustot eivät ole rantautuneet, mutta suomalaisillakin on vastaavia tapoja tavata uusia tuttavuuksia. Olen itse tutustunut Couchsurfing-matkailusivustoon, jonka ideana on tarjota ilmaista majoitusta matkailijoille, etenkin reppureissaajille. Couchsurfing-yhteisön kautta paikalliset ihmiset kohtaavat matkailijoita myös kutsumalla heidät omaan kotiinsa syömään. Yleensä ruuasta ei tarvitse maksaa, mikä onkin yhteisön periaatteita majoituksenkin osalta. Let's Eat Together taas on suomalainen Facebook-yhteisö, jossa tuntemattomia voi kutsua kotiinsa esimerkiksi illalliselle tai brunsille. Ruokaa voidaan laittaa yhdessä tai valmistaa muille. Yleensä vierailta ei pyydetä muuta maksua kuin korkeintaan raaka-ainekustannukset tai viinipullo tuomisiksi. Yhteisö on ravintolapäivän perustajan Timo Santalan luoma. Let's Eat Together -tilaisuuteen osallistuminen ei edellytä erityisiä kokkaustaitoja, vaan tarjottava ruoka voi olla arkistakin: ”Tärkeintä on syödä yhdessä muiden kanssa”, painottaa Santala Turun Sanomien blogissa Tilli & Pulla. (Turun Sanomat 2013.) Tämä ryhmä on vain yksi monista Facebookin yhteisöistä, joiden kautta voi tutustua uusiin ihmisiin ja järjestää tapaamisia niin ruuan kuin muidenkin harrastusten parissa.

Monet ravintolat korostavat toiminnassaan sosiaalisen syömisen ideologiaa. Moni ravintoloitsija, kuten Timo Linnamäki ja Marcus Samuelsson, puhuvat yhteisöllisen syömisen puolesta (MTV 2016, Kiiski 2013), mutta varsinaista konseptia, jossa ventovieraat istuisivat saman pöydän ääreen, ei ole Suomeen vielä rantautunut. Vuonna 2013 Lohjan Tytyrin kaivoksella oli hetken aikaa auki Murun pop up -ravintola, jossa toisilleen tuntemattomat ihmiset kuljetettiin bussilla paikalle ja istutettiin yhteisen pitkän pöydän ääreen nauttimaan herkuista: ”Siellä ventovieraat söivät keskenään. Kyllä se ruoka murtaa jään ja sitä kautta tulee luonnollista keskustelua. Toimii, yllättävää kyllä, jopa suomalaisten keskuudessa,” iloitsee Timo Linnamäki. Linnamäki antaa esimerkin myös ravintolastaan Pastiksesta, jossa baaritiski on katettu nimenomaan sosiaalista, rennompaa syömistä ajatellen. (Kiiski 2013.) Sosiaalista syömistä korostetaan suomalaisissa ravintoloissa yleensä jaettavilla annoksilla ja rennolla ilmapiirillä, kuten esimerkiksi Tomi Björckin ja Matti Wikbergin ravintoloissa (Ravintola Bronda).

Norjasta löytyi eräs ravintola, tai oikeastaan useamman ravintolan kokonaisuus Bar Social Eating, jonka verkkosivuilla korostettiin yhdessä syömistä. Ravintolan verkkosivut eivät kerro, onko ideana kutsua paikalle toisilleen ventovieraita, mutta konseptin kautta tähdä-

tään yhteisölliseen ruokailuun tarjoilutavan kautta. Ravintolassa kaikki annokset on tehty jaettaviksi ja ne tarjoillaan ravintolan oman tavan mukaan ”oikeassa järjestyksessä”. Tarkoituksena on tilata samaan aikaan useampi ruokalaji, jotka jaetaan. Tarjoilijoiden kerrotaan olevan jatkuvasti palvelualttiina, mikäli vieraila on kysymyksiä. (Bar Social Eating.)

Eräs erinomainen esimerkki Thaimaasta kuvaa hyvin sitä, kuinka ruoka ja erilainen ohjelma yhdistävät tuntemattomia. The Thai Experience lupaa muuttaa käsityksen siitä, mitä ulkona syöminen on. Konsepti on suunnattu nimenomaan matkailijoille. Se yhdistää illalliskutsut, erinomaisen ruoan, hauskan yhdessä tekemisen sekä vieraat ja isännän. The Thai Experience tarjoaa puitteet illanvietolle, jossa tuntemattomat matkailijat aluksi esittäytyvät ja tutustuvat toisiinsa ja sitten istuutuvat pitkään, yhteisölliseen illallispöytään (engl. communal dining table). Jäätä rikkomaan on tehty ohjelmanumero, jossa baarimestarin opastuksella jokainen vieras pääsee tekemään cocktaileja trooppisista hedelmistä. Cocktaileja saa nauttia koko illan rajattomasti. Tämän jälkeen vieraat saavat maistaa 15 erilaista annosta, joista osa on jaettavia, osa omia. Kolmen ruokalajin kokonaisuus tutustuttaa vieraat myös paikalliseen ruokaan. Iso osa tätä thaimaalaista iltaa ovat myös paikalliset, puheliaat oppaat, joiden luvataan viihdyttävän vieraita joka käännteessä, esimerkiksi opettamalla paikallista kulttuuria ja antaen matkustusvinkkejä. (The Thai Experience.)

Opinnäytetyöni prosessin aikana juhluvuodelle on suunniteltu jo erilaisia yhdessä syömiseen liittyviä tapahtumia. Eräs näistä on Perheet Safkaa -tapahtuma, joka järjestettiin tammikuussa 2017. Siinä oli mukana 13 helsinkiläistä tasokasta ravintolaa ja tavoitteena on lisätä perheiden yhdessä syömistä ravintoloissa. Tapahtumakonseptissa olivat mukana muun muassa BW-Restaurantsin Bronda, ravintola Muru sekä ravintola Teatteri. Tapahtumapäivää luotsaa Family Matters yhteistyössä *Syödään yhdessä* -hankkeen kanssa. (Family Matters 2016.)

Family Mattersin taustalla vaikuttavat Petra Gergov-Koskelo ja Minna Koskelo kertovat puhelinkeskustelussa (19.1.2017), että tapahtumalla pyritään kulttuurimuutokseen. Tapahtumalla halutaan tehdä ravintoloista lapsimyönteisempiä ja totuttaa myös lapsia ulkona syömiseen ja uusiin makuihin. Jokainen tapahtumaan osallistunut ravintola päättää itse mitä tekee, mutta Perheet Safkaa -järjestäjät ovat pyrkineet siihen, että tempauksessa korostuisivat yhdessä syöminen, lasten arvostus asiakkaina ja koko perheen viihtyminen. Lastenlistat voivat olla fyysisinä elementteinä hauskoja lapsille, mutta tarjoiluissa tähdätään siihen, että koko perhe syö samaa ruokaa. Puuhakirjat ynnä muut ovat suositeltuja, mutta erityistä oheisohjelmaa ei tarvita. Tapahtumista halutaan mahdollisimman normaaleja ulkona syömisestä tilaisuuksia lapsille, joskin lapsia halutaan huomioida tavallista paremmin. (Gergov-Koskelo & Koskelo 19.1.2017.) Viihtyvyydestä on vastuu niin henkilö-

kunnalla kuin asiakkailla itsestään. ”Kokemus syntyy vuorovaikutuksessa”, kertoo palvelumuotoilija Minna Koskelo. Pääsin tutustumaan Perheet Safkaa -tapahtumaan, josta lisää myöhemmin alaluvussa 6.4.

Toinen perheille suunniteltu ruokatapahtuma on Hoplopin ja ravintola Roster Helsingin luoma pop-up-ravintola Hoplopster. Hoplopsterin missio on Perheet Safkaa -tempauksen tavoin tehdä ravintoloista helpommin lähestyttävän lapsiperheille sekä tarjota perheille yhdessäolon hetkiä ja huippuruokaa lasten ehdoilla. Pop up -ravintola pystytettiin parina viikonloppuna alkuvuonna 2017 ja sen tuotto lahjoitetaan Lastenklonikoiden Kummit Ry:lle. (Hoplopster.)

Opinnäytetyöprosessin aikana verkostoituessani uusien ihmisten kanssa, sain kuulla erilaisia ideoita ja konsepteja, joita parhaillaan kehitetään liittyen yhteisöllisyyteen ja yhdessä syömiseen ravintoloissa. Yksi näistä oli uusi suomalainen Randevoo-sovellus, jonka tavoitteena on yhdistää samankaltaisia ihmisiä yhteisen, spontaanin tekemisen parissa. Sovellus olisi tarkoitus tuoda laajemmin levitykseen kesän 2017 aikana. Toinen ravintolaruokailua rohkaiseva uusi idea, Finn Foodies, on myös tarkoitus saada käyntiin kesän 2017 aikana. Nämä molemmat konseptit ovat potentiaalisia toimimaan *Syödään yhdessä* -hankkeen kanssa yhteistyössä.

6.2 Asiantuntijahaastatteluiden tulokset

Asiantuntijahaastattelut tein Nicolas Tieulonille, Kari Aihiselle sekä sähköisestä kyselystä sain vastaukset Matti Wikbergiltä, kuten luvussa 5.2.1 on tarkemmin kerrottu. Haastattelun runko (liite 1) oli kaikille haastateltaville sama, mutta vastausten näkökulma ja painopisteet olivat hieman erilaisia. Thieulonin haastattelussa korostui kulttuurikysymys. Hän on kotoisin Ranskasta, joten suomalaisen ja ranskalaisen sosiaalisuuden erot näkyivät haastattelussa selvästi. Thieulon painottikin koko haastattelun ajan sitä, että syömisen pitäisi olla lähtökohtaisesti sosiaalista. Wikberg kertoi kokemuksiaan BW-Restaurantsin konseptien kautta.

Aihinen tunnisti sosiaalisen syömisen konsepteiksi muun muassa juurikin BW-Restaurantsin ravintolat sekä The Cockin ja luotsaamansa Roster Helsingin. Konseptien sosiaalisuus perustui jaettavaan ruokaan ja esimerkiksi pitkiin, yhteisöllisiin pöytiin. Thieulon kertoi, että BASBASia sosiaalisempaa ravintolaa on vaikea löytää. Syömisen tulisi hänen mukaansa olla kuitenkin lähtökohtaisesti sosiaalista ja kyseenalaisti sitä, miksi ravintolan tulisi erityisesti korostaa yhdessä syömistä. Thieulon näki, että syöminen on hetken jakamista muiden kanssa, ja että syömisen sosiaalisuus perustuu kasvatukseen ja

kulttuuriin. Myös Wikberg painotti sitä, että yhdessä syöminen on ensimmäinen ruokailutapa, jonka opimme lapsena ja se on siksi luonnollista. Thieulon pohti sitä, voiko ravintola loppujen lopuksi vaikuttaa sosiaalisuuteen. Syöminen ei saa olla ruoan analysointia tai vain tankkausta. Aihisen mukaan sosiaalisen syömis tapahtuma lähtee aina liikeideasta. On mietittävä, missä ravintola sijaitsee, ketkä ovat kohderyhmää ja millaisilla markkinoilla halutaan kilpailla. Thieulon oli samoilla linjoilla ja korosti sitä, että sosiaalisen syömis tulisi olla luontevaa konseptille eikä missään nimessä pakotettua tai teennäistä. Yhteisöllisyyttä korostavan tapahtuman tai konseptin ominaispiirteitä ovat henkilökunnan luonnollisuus, innostavuus, puheliaisuus sekä ilmapiirin rentous, hauskuus ja ravintolan identiteettiin sopivuus. Jäykkä, fine dining -tyyppinen, etiketillinen miljöö ei rohkaise sosiaalisuuteen. Henkilökohtaisuus on kuitenkin tärkeää. Molemmat haastateltavat korostivat sitä, kuinka asiakkaan ja henkilökunnan välille pitää syntyä luottamus heti alusta asti, ja jo siitä hetkestä, kun ravintolaan saavutaan, tulee vastaanotto olla tällaista ilmapiiriä tukevaa. Asiakas tulee kohdata vieraanvaraisesti ja aidosti. Asiakas tulee niin sanotusti ottaa haltuun. Myös lähtiessä viimeiset sanat ovat merkittäviä.

Varaus tehdään yleensä verkkosivuilta tai puhelimitse. Aihisen mukaan on erityisen tärkeää, että verkkosivuilla kerrotaan konseptista ja toimintatavasta selkeästi, jotta asiakas tietää mihin on tulossa. Verkkosivujen tulee olla informatiivisia myös kuvien ja esimerkiksi sloganin kautta. Thieulon mainitsi, että varausvaiheessa tulee kertoa esimerkiksi siitä, jos ravintolassa syödään pitkissä pöydissä tuntemattomien kanssa, ja jos ruoka on jaettavaa. Erillistä ruokalistaa ei tarvitse olla, vaan ruoka voidaan esitellä paikan päällä esimerkiksi seinillä olevilta menuauluilta tai vaihtoehtoisesti voidaan tarjota valmis kokonaisuus, esimerkiksi ennakoon laadittu menu tai jaettavat annokset. Varausvaiheessa on olennaista tiedustella mahdolliset allergiat. Molemmat haastateltavat korostivat sitä, että ruoan jaettavuus ”rikkoo jäätä” ihmisten välillä. Nykyisin erittäin suosittu tarjoilutapa onkin erilaisten kulhojen ja kippojen tuominen pöytään, joista asiakkaat itse ottavat ruokaa ja ojentavat eteenpäin vierustoverille. Aihinen tosin pohti, voivatko hygieniatekijät olla este jaettavalle ruoalle tuntemattomien kesken. Lopulta on kuitenkin ravintolan tehtävä suunnitella tarjottava ruoka niin, että sen tarjoilu on hygieenistä.

Aihinen kertoi, että parhaiten syömis sosiaalisuutta edisti pyöreissä pöydissä istuminen. Pyöreät pöydät ovat sen sijaan tilan kannalta haaste ja sen vuoksi ravintoloissa suositaan nelikulmaisia pöytiä. Osa pöydistä voi kuitenkin olla pyöreitä ja esimerkiksi Rosterissa on muutamia pyöreitä looseja erilaisille seurueille. Pitkät pöydät ovat haaste siksi, että puheen kuuluvuus on heikko. Wikberg ja Thieulon silti näkivät, että pitkät pöydät, esimerkiksi ulkomaillakin käytetyt ”community table”, eli kommunaalipöydät, voisivat toimia sosiaalisuutta korostavassa miljöössä. ”Community table” on erillinen iso pöytä, johon ravintola-

asiakkaat voivat tulla yleensä ilman varausta. Tällaisessa pöydässä voi istua paljon toisilleen tuntemattomia, mutta kontaktin ottaminen ei ole pakollista. Thieulon kuitenkin pohti, voisiko ”community tableen” ottaa myös varauksia. Tällöin kaikkien asiakkaiden tulisi saapua samaan aikaan ja mieluiten syödä samaa ruokaa. Se voisi olla hyvä lähtökohta konseptille tai tapahtumalle, jossa tuntemattomia halutaan saada saman pöydän ääreen.

Thieulon kertoi esimerkin BASBASin pienestä baaritiskistä, johon yksin ravintolaan tulevat voivat istuutua ilman painetta yksinolosta. Tarjoilija voi jutustella useammalle yhtä aikaa ja luoda yhteisöllistä tunnetta. Hän toivoikin, että baaritiskisyöminen lisääntyisi. Baaritiskisyömisestä nousi esiin myös benchmarking-luvussa Pastiksen esimerkissä. Molemmat asiantuntijat olivat vahvasti sitä mieltä, että buffet-tyylinen tarjoilutapa on kammottavaa, eikä edistä sosiaalisuutta. Pöytiintarjoilussa asiakkaiden ei tarvitse nousta pöydästä eikä jonottaa. Myös ruoan laatu kärsii noutopöydässä. Ruoan laadun erinomaisuus oli molemmille asiantuntijoille ensiarvoista, mikä kertoo molempien intohimosta alaan.

Ruoan jakaminen rohkaisee sosiaalisuutta myös sen vuoksi, että vierustovereihin tulee ottaa kontaktia ojentaessa kulhoja eteenpäin. Jaettavasta ruoasta syntyy myös keskustelua. Wikberg mainitsi erityisesti liikeillalliset, joissa jaettava ruoka toimii jään rikkojana. Thieulon kertoi, että sosiaalista ilmapiiriä korostaa se, että seurueessa on isäntä, joka viihdyttää ja näyttää suuntaa. Ravintolan henkilökunta voi ottaa tämän roolin ja siten rohkaista sosiaalisuuteen. Luontevuus, jutustelu ja tilanteen haltuunotto olivat tärkeimpiä asioita henkilökunnan roolissa Thieulonin näkemyksen mukaan. Myös Aihinen sanoi, että asiakas on saatava heittäytymään ja antautumaan palvelulle, ja sen vuoksi jo ensisanat ovat tärkeitä asiakkaiden saapuessa ravintolaan. Asiakas viihtyy ja viiptyy, kun luottamus on kunnossa ja näin myös keskustelu on suurempi. Molemmat asiantuntijat pohtivatkin tapahtuman kannattavuutta. Aihinen kertoi tehokkuusvaatimusten olevan korkeat, eikä ollut varma kuka lähtisi rahoittamaan esimerkiksi pop up -tyylistä sosiaalisen syömisestä tilaisuutta. Siitä huolimatta piti ideaa kokeilemisen arvoisena. Thieulon taas korosti sitä, että kaiken toiminnan ravintolassa pitäisi perustua siihen, että asiakkaat saadaan viihtymään ja myös kuluttamaan. Tarjoilijoiden myyntityö korostui molemmissa haastatteluissa. Sosiaalisen syömisestä konseptissa tarjoilija voi myydä ensin alkuruoat ja sitten erilaisia jaettavia ruokia.

Haastatteluissa pohdittiin myös maksutapaa. Pop up -tyylisessä tapahtumassa ruoat voitaisiin maksaa ennakkoon, mutta juomien maksamista kannatettiin vasta paikan päällä, sillä juomistavat ovat niin yksilöllisiä. Jos kaikki on maksettu ennakkoon, uupuu myös lisämyynnin mahdollisuus. Aihinen ehdotti, että tapahtumiin voitaisiin ottaa mukaan nimekkäitä alan yrityksiä ja yhteisöjä. Hän antoi esimerkin, jossa ELO-säätiö voisi myydä lippuja

tapahtumaan, ja liput sisältäisivät valmiin menun tai jaettavat ruoat. Toimijalla voisi olla kiintiöpöydät, joihin myydä lippuja esimerkiksi perheille, seurueille tai aivan tuntemattomille. Tilaisuuden tulot tilitettäisiin ravintolan ja toimijan kesken. Tilaisuutta voisi kampanjoida etukäteen, ja tunnetuilla kokeilla tai TV-kasvoilla voisi olla roolinsa markkinoinnissa. Thieulon taas pohti maksutavan hankaluutta. Isojen seurueiden maksutapa on aina haastavaa, koska suomalaiset haluavat usein maksaa erikseen. Wikberg painotti, että lasku pitäisi jollain tapaa pystyä jakamaan mahdollisimman tehokkaasti ja helposti. Pohdinkin itse, että ennakkomaksulla työmäärää pienennettäisiin ja palvelun sujuvuutta parannettaisiin. Kuitenkin saman haasteen edessä ollaan juomia maksettaessa. Etenkin Thieulon koki haasteeksi sen, jos tilaisuudessa asiakkaat eivät aina istukaan samoilla paikoilla. Ratkaisu tähän voisi olla mielestäni juomien merkitseminen persoonallisesti jonkinlaiseen korttiin, joka jokaisella asiakkaalla on edessään. Tämä kortti voitaisiin esimerkiksi lähtiesä näyttää baaritiskillä, ja jokainen maksaisi näin omat juomansa. Thieulonin toive olisi, että seurueille tuotaisiin aina yksi lasku, joka jaetaan tasapuolisesti. Se, jos mikä, olisi yhteisöllistä, joskin haastavaa suomalaisessa kulttuurissa. Ennakkoon maksamisen haaste voi toisaalta olla erikoisruokavalioiden huomioiminen. Jaettava ruoka olisikin tähän mainio ratkaisu, sillä kun ruokia on paljon erilaisia, löytyy jokaiselle aina jotakin syötävää.

Ei Aihinen eikä Thieulonkaan kokenut erillisellä ohjelmalla olevan roolia yhteisöllisen syömissen korostamisessa. Ohjelman tulisi aina perustua liikeideaan ja molempien mielestä tärkeintä on yhdessä oleminen. Musiikki voi Aihisen mukaan kuitenkin yhdistää vieraita, joten sillä on iso merkitys. Tapahtumasta itsestään voidaan myös tehdä ohjelmanumero. Wikberg antoi hyvän esimerkin Perheet Safkaa -tapahtumasta, jota olenkin käsitellyt jo benchmarkingissa. Aihinen painotti, että ravintola-alalla pitäisi jatkuvasti touhuta erilaisten tempausten ja teemojen avulla. Lähirooka-, luomu- ja muut vastuullisuuden trendit on hyvä ottaa huomioon, mutta tärkeintä on jatkuva tekeminen ja erilaisen kekkritunnelman luominen. Thieulon mainitsi, että jos jotain ohjelmaa on, tulisi sen liittyä jotenkin ruokaan. Pelkästään henkilökunnan tapa toimia voi ikään kuin olla ohjelmaa. Hän antoi esimerkin siitä, kuinka esimerkiksi salista voidaan huutaa keittiöön, kuinka erinomaisesti ruoka on asiakkaalle maistunut, ja tunnelmaa voidaan elävöittää sitä kautta.

Perheiden ravintolaruokailu korostui etenkin Aihisen haastattelussa. Lapset eivät välttämättä innostu jaettavasta ruoasta, ja he arvostavat useimmiten tuttua ja turvallista. Liikaa lasten toiveita ei kuitenkaan voida huomioida, sillä aikuiset ovat ne, jotka perheen tuovat ravintolaan ja palvelusta maksavat. Lapsia ei pidä Aihisen mukaan ”höösätä” liikaa, mutta on kuitenkin hyvä ymmärtää, etteivät lapset jaksa istua pöydässä kovin pitkään. Ipadit ja piirustusvälineet ovat täysin sallittuja virkkeitä lapsille. Aikuistenkin on nautittava tilaisuudesta. Molemmat haastateltavat kertoivat, että lapset ovat aina tervetulleita heidän ravin-

toihinsa tavallisina asiakkaina, eikä erillisiä lasten ruokalistoja tai ohjelmaa välttämättä tarjota. Heidän näkemyksissään korostui opinnäytetyöni tietoperustassakin esiin noussut ajatus siitä, että yhdessä syöminen on alusta oppimiselle. Aihinen mainitsi, että kun lasta viedään nuoresta asti ravintoloihin, hän kyllä oppii, kuinka on sopiva käyttäytyä ja missä vaiheessa mitään tapahtuu. Vierailua kuitenkin helpottaisi, jos lapsiperheiltä saisi karsittua alkuprosesseja ja odottamista. Ennakkoon tilaaminen voisi olla ratkaisu tähän.

Thieulonin mukaan on vanhemmista kiinni, tehdäänkö siitä ongelma, miten lapset käyttäytyvät tai mitä he syövät ravintolassa. Lasten toiveet tulee silti ottaa huomioon. Thieulon halusikin korostaa sitä, että myös lapsiasiakkaat tulee ottaa haltuun ja heidän kunnioitukseksi ansaita. Lapsille kannattaa puhua suoraan eikä vanhempien kautta ja ehdottaa suoraa ratkaisua erilaisiin makumieltymyksiin. Lasten täytyy ymmärtää, että ravintolassa ollessaan käyttäytyään eri tavalla kuin kotona. Perheistä keskustellessa nousi esiin myös hinta. Thieulon sanoi, että suomalaiset eivät priorisoi rahaa ruokaan, vaan ennemmin pitää olla uusi auto tai sukset. Hän kuitenkin sanoi, että laadukas ruoka maksaa ja se täytyy vain ymmärtää.

Opinnäytetyöni tietoperustassa kirjoitin siitä, kuinka lapsiperheet käyvät useimmiten pika-ruokapaikoissa. Kyse onkin usein rahasta ja kenties myös siitä, ettei lapsia uskalleta tuoda hienompaan ravintolaan. Haastateltavat kuitenkin totesivat, että lapsiperheet pitäisi yhtä lailla saada hienompiinkin ravintoloihin. Thieulon tähdensi, että ravintoloitsijan asenne on se, joka ratkaisee. Molemmat toivottivat lapsiperheet tervetulleiksi ravintoloihinsa. Uskon itse, että juuri ravintolan omalla asennemuutoksella on merkitystä siihen, että perheet saataisiin kokeilemaan useammin ravintolasyömistä. Tällä tavalla myös kulttuuri hiljalleen muuttuu. Ravintolan tehtävä on rohkaista perheitä ja tehdä tilaisuudesta mahdollisimman onnistunut kaikenikäisille asiakkaille. Thieulon halusi toisaalta painottaa, että ravintolan tehtävä ei ole kasvattaa lapsia, vaan vastuu on vanhemmilla.

Aihinen mainitsi, ettei Suomessa ole selkeää ruokakulttuuria. Hän toivoi, että kulttuuri menisi enemmän siihen suuntaan, että ravintolassa käytäisiin viihtymässä ja viipymässä. Tempauksia pitäisi järjestää erilaisissa paikoissa, esimerkiksi kaduilla ja toreilla. Ravintoloiden haasteiksi hän mainitsi resurssit. Henkilökunta haluaisi seurustella asiakkaiden kanssa enemmän, mutta aika ei aina riitä. Henkilökuntaa ei kuitenkaan voi olla liikaa taloudellisista syistä. Thieulonkaan ei olisi enempää voinut korostaa henkilökunnan roolia. Synteesinä haastatteluista voidaan sanoa, että yhteisöllisyyteen rohkaiseminen lähtee aina ravintolan identiteetistä ja henkilökunnasta, ei niinkään oheisohjelmasta tai siitä, mitä syödään. Plaseeraus eli istumajärjestys ja tarjoilutapa ovat myös merkittäviä elementtejä. Sosiaalisuus ei voi olla pakotettua. Se tulee luonnostaan, kun siihen rohkaistaan.

6.3 Affinity diagramista design drivereihin

Tässä luvussa kerron affinity diagramin eli samankaltaisuuskaavion (kts. 5.2.2) avulla saamani tulokset. Vedän yhteen saamiani tutkimustuloksia ja määritän kehittämistyölleni strategisen viitekehyksen. Affinity diagram -työkalun avulla huomasin, että henkilökunnan rooli on yksi merkittävimmistä seikoista sosiaaliseen syömiseen rohkaisemisessa. Henkilökunnan tulee toimia isäntänä, viihdyttäjänä ja myyjänä. Henkilökunta tekee asiakkaalle ”fiiliksen” siitä, että hän on tervetullut, voi rentoutua, nauttia ja antautua hetkeen. Asiakkaan on siis oltava luottavaisin mielin ja tietää tapahtuman idea, jotta epämiellyttävilä yllätyksiltä vältyttäisiin. Muita merkittäviä yhteisöllisyyteen ja sosiaalisuuteen vaikuttavia elementtejä olivat istumajärjestys ja ruoan tarjoilutapa. Pöytien muoto ja asettelu vaikuttavat mahdollisuuksiin olla sosiaalinen, mutta myös ruoan tarjoilutavalla on merkitystä. Kaikki jaettava korostui. Myös Tarssasen elämyskolmiosta (kts. 3.2) tutun rakenteen ja Pinen ja Gilmoren elämysalueiden (kts. 3.3) kautta on mahdollista löytää ulottuvuuksia yhteisöllisen ravintolakokemuksen luomiseksi. Tarinallisuus, aitous ja vuorovaikutteisuus korostuivat, ja yksi syy saapua ravintolaan on kontrastin hakeminen tavanomaiseen. Tilanteessa voidaan myös oppia. Asiakkaan on lisäksi tunnettava osallistuvansa tapahtumaan. Tärkeintä on kuitenkin yhdessäolo.

Erilaiset sosiaalisen syömisen konseptit voivat myös luoda haasteita ravintolalle, joista selkeimmin esiin nousivat tapahtuman tai kokeilun rahoittaminen sekä varaus- ja tarjoilutavan sujuvuus. Kannattavuuteen en tässä opinnäytetyössä ole keskittynyt, mutta pyrin luomaan ratkaisuja, jotka vastaavat myös tähän haasteeseen. Affinity diagramin kautta nousi esiin myös paljon ideoita. Ideat koskivat muun muassa yhteisöllistä ”community tablea”, maksamistavan elävöittämistä ja esimerkiksi ennakoon maksamista, tarjoilutapaa kuten jaettavaa ruokaa ja varaustapaa. Lisäksi ideoita tuli itse ruokaan, esimerkiksi suomalaisuuden korostamiseen ja ”sormisyötävän” ruoan tarjoilemiseen.

Affinity diagramin tavoitteena oli siis luona strateginen viitekehys ja yhteenveto tähän asti opitusta. Laadin viisi design driveria eli suunnitteluveturia, jotka ovat ikään kuin käskyjä, jotka tulee ottaa huomioon uutta palvelua ideoidessa ja suunnitellessa. Niiden sanoman tulee kulkea koko prosessin läpi ja lopputuloksen vastata niiden vaatimuksia. Suunnitteluveturit siis vetävät yhteen tärkeimmät asiakasymmärrysvaiheen havainnot, ja niiden avulla varmistetaan, että asiakasnäkökulma (engl. customer insight) pysyy mukana ideointiprosessissa. (Moilanen 2015.) Tämän projektin suunnitteluveturit ovat:

1. Luo aistiärsykeitä, tarinaa sekä kontrastia tavanomaiseen

2. Korosta vieraanvaraisuutta
3. Tärkeintä on yhdessä olo – luo linkki ihmisten välille
4. Voitava tulla yksin tai yhdessä
5. Oltava vaivatonta, luontevaa ja hauskaa.

6.4 Käyttäjänäkökulma: Fokusryhmän työpaja ja havainnointi

Fokusryhmän työpajaan osallistui vain yksi henkilö, jolla oli lapsia, eikä perhenäkökulma siksi myöskään korostunut ideoinnissa. Tämän vuoksi työpajan tulokset keskittyivät yhdessä syömisen rohkaisuun ystäväporukoiden ja tuntemattomien välillä sekä uusiin hauskoihin ideoihin ja elementteihin, joista elämyksellinen ja rento sosiaalisen syömisen tapahtuma voisi koostua. Perhenäkökulmaa sain kuitenkin hieman sivuttua Perheet Safkaa - tapahtumassa, jossa pääsin havainnoimaan lapsiperheiden ruokailua ravintolassa. Koska alkuperäiset viiteryhvät saivat muuttua prosessin aikana, päädyin siihen, etten varsinaisesti keskity lapsiperheisiin työkalupakkini laadinnassa, mutta voin sivuta tätäkin viiteryhvää sopivissa palvelupolun vaiheissa. Tärkeimmät viiteryhvät, joihin tulisin tuotoksessani keskittymään, olivat siis ystäväporukat sekä yksilöt, jotka haluavat tutustua uusiin ihmisiin. Tässä luvussa tiivistän työpajatyöskentelystä sekä havainnoinnista saadut ideat ja ajatukset mukailen palvelupolkua. Lopulliset ideat tulevat vasta työni tuotokseen, eli työkalupakkiin.

Työpaja antoi valtavasti hyviä näkökulmia siihen, mihin ravintoloiden kannattaa kiinnittää huomiota tapahtumia järjestäessään. Työpajan tuloksena sain koottua palvelupolun vaiheisiin paljon uutta sisältöä, mutta myös jo aiemmin saadut ideat toistuivat. Toistuvia ideoita olivat muun muassa jaettava ruoka, pienet ja sisällöltään vaihtelevat annokset, pitkät pöydät, yhteisöllisempi maksamistapa ja etukäteismaksu, isännän roolin ottaminen, erilaiset viihdyttäjät ja ohjelmanumerot sekä varaustapa, joka yhdistäisi samantyyllisiä ihmisiä yhteen.

Fokusryhmän jäsenten *motivaatio* lähteä kokeilemaan uutta yhdessä syömisen tapahtumaa koostui halusta tutustua uusiin ihmisiin ja saada ystäviä, saada uusia makukokemuksia, kokea yllätyksellisyyttä, oppia ja kokea uutta, saada osallistua yhteisöllisiin keskusteluihin sekä tehdä yhdessä. Keskusteluissa korostui uutuusarvo.

Ihanteellinen varaustapa olisi sellainen, joka olisi vaivaton ja sitouttava. Pelkkä Facebook-tykkäys ei riitä. Jotta kynnys osallistua ei olisi liian suuri, fokusryhmän jäsenet halusivat tietää etukäteen, mitä tapahtuma suurin piirtein tulisi pitämään sisällään, minkä tyylinen tapahtuma on ja minkälaisia ihmisiä sinne olisi saapumassa. Kuitenkin mystisyys ja yllä-

tyksellisyys kiehtoivat. Fokusryhmän mielestä varaus voisi tapahtua netin kautta. Varausjärjestelmässä voisi nähdä kuvan pöydästä, josta voi varata paikan samalla tavoin, kuin lentokoneessa voi varata paikan. Lisäksi ehdotettiin, että paikan varanneista voisi saada varauskanavassa tietoa etukäteen, esimerkiksi iän ja kiinnostuksen kohteet. Ryhmäläiset innostuivat myös ajatuksesta, että voisi itse kutsua saman henkisiä ihmisiä syömään kanssaan tai että tuntemattomat ihmiset saisivat varata paikan samaan pöytään kuin, jossa itse on. Etenkin uudenlaisia tapoja löytää lounasseuraa kaivattiin. Varaus voisi tapahtua myös puhelinsovelluksen avulla. Fokusryhmä mietti, kuinka saavutettavuudesta huolehdittaisiin, eli miten asiakkaat löytävät tällaiset tapahtumat mahdollisimman helposti.

Työpajassa nousi esiin ideoita *istumiseen ja saapumiseen* liittyen. Monet kannattivat ”syödään yhdessä” -pöytää, johon voi saapua myös yksin. Idea sinkkujen kohtaamisesta ravintolassa herätti myös kiinnostusta. Istumiseen toivottiin jotain uutta, ja eräs ryhmän jäsen antoi esimerkin saksalaisesta ravintolasta, jossa istuttiin lattialla tynnykasoilla. Jotta ravintolassa vastaanotto olisi luontevaa, korostui fokusryhmän mietinnöissä myös isännän rooli, jonka voi siis ottaa joko ravintolan henkilökunta tai pöytäseurueen koolle kutsunut henkilö. Tapahtuman ollessa esimerkiksi jonkin teeman tai harrasteen mukainen, koettiin tärkeänä, että seurueessa on isäntä, joka ottaa vastaan, esittelee ryhmän jäseniä toisilleen ja johdattelee keskustelua. Myös hauskoja tapoja tutustua ja esittäytyä toisilleen toivottiin.

Miljööseen, tunnelmaan ja ohjelmaan saatiin valtavasti ideoita. Fokusryhmässä keskusteltiin erityisesti eri teemoista, jotka voivat liittyä harrasteisiin kuten lemmikkeihin, eri maiden ruokakulttuureihin, mindfulnessiin, karnevaaleihin ja naamiaisiiin tai vaikkapa hyväntekeväisyyteen ja vastuullisuuden trendeihin. Isoja ruokatapahtumia ympäri vuoden kaivattiin enemmän, esimerkkinä leirinuotioita talviaikaan. Uuden oppiminen kiinnosti fokusryhmää kovasti, ja joku ehdottikin ruokaopasta, joka kertoisi ruoasta ja annoksista tai eri ruokatrendeistä. Yhdessä tekemisen koettiin yhdistävän ihmisiä toisiinsa ja rohkaisevan kontaktin ottamiseen. Ryhmän ideoita olivat muun muassa pöydän kattaminen yhdessä, raaka-aineiden hankkiminen ennakoon, joista kokit valmistaisivat seurueelle aterian ja erilaiset kokkauskurssit. Myös valmiita keskustelunaiheita kaivattiin.

Toiveissa *ruokaa ja tarjoilua* kohtaan korostuivat jaettava, helposti syötävä ruoka sekä luonteva ruokailun jaksottaminen. Jaettava ruoka loisi yhteisöllisyyttä ja keskustelua. Sormin syötävä ruoka ja tapas-henkisyys saivat kannatusta. Seurueelle tulisi tarjoilla ruoka samaan aikaan, jotta kokemuksesta päästään nauttimaan yhtä aikaa. Ruoasta haluttiin myös tietoa, ja etenkin uusien ruokalajien kohdalla kaivattiin opastusta, kuinka erikoisempia ruokia syödään ja mistä ne ovat peräisin. Osa ryhmän jäsenistä tykästy ideaan yllä-

tysmenusta, mutta osa halusi pystyä jollain tavalla vaikuttamaan tarjoillun ruoan sisältöön. Vastuullisuus ja arvopohja ylipäättään kiinnostivat ruoassa, samoin teemanmukaisuus. Ryhmän jäsenet olivat samaa mieltä siitä, että pitkiä menuita ei haluta lukea, vaan valinnan tulee olla helppo ja vaihtoehtojen selkeät. Erityisesti ruoassa ja tarjoilussa kaivattiin uutuusarvoa ja palvelussa uutta tapaa lähestyä asiakasta.

Fokusryhmä oli yksimielinen siitä, että *maksaminen* ravintolassa on aina hieman kiusallinen tilanne, ja ison seurueen kesken se aiheuttaa aina ”säättämistä”. Tämän vuoksi ennakoon maksaminen kuulosti hyvältä idealta. Ryhmä kiinnostui myös ideasta, jonka mukaan lasku maksettaisiin yhdessä ja sen voisi jopa tuotteistaa ”maksetaan yhdessä - pöydäksi”. Siinä jokainen jäsen laittaa oman panoksensa maksuun joko ennakoon tai paikan päällä ravintolassa. Asiakkailla voisi myös olla eri hintahaarukoita, joista valita, jolloin kaikkien ei tarvitse ottaa kalleinta menuvaihtoehtoa. Yksi hyvä idea oli, että kun iso pöytä varataan täyteen etukäteen, olisi hintakin lopulta osallistujille edullisempi. Osallistujat pohtivat myös mahdollisuutta ostaa ennakoon lippu tapahtumaan, joskin sitä ei haluttu ostaa lippupalvelujen kautta, vaan suoraan ravintolalta tai tilaisuuden järjestäjältä. Kiinteähintainen menu ja juomat saivat erityisesti kannatusta.

Lopuksi työpajassa pohdittiin sitä, mitä olisi mukava *saada tai ostaa mukaan* ja miten haluttaisiin tulla huomioiduksi lähtiessä ravintolasta. Mukaan ostettaisi mieluusti esimerkiksi hyvää viiniä, ravintolan valmistamaa kastiketta tai ravintolan yhteistyökumppaneiden eli toimittajien ja pientuottajien tuotteita. Yhteistyöverkostot haluttiin näkyviksi. Hyväntekevyyssysteema innosti osallistujia, ja esimerkiksi ylijäämäruokaa haluttiin tarjota sellaisille ihmisille, joilla ei normaalisti ole mahdollisuutta nauttia hienosta ravintolaruuasta. Tietynlainen ”hyvä kiertää” -teema olisi fokusryhmäläisten mieleen, ja ideaa jatkajalostettiin myös tavaroiden kierrätysteemalla. Koska yhdessä syömisen tilaisuudessa saattoi tavata uusia ihmisiä, mahdollisuutta kontaktoida ihmisiä myös jälkikäteen toivottiin.

Kuten aiemmin olen maininnut, palvelumuotoiluprosessi ei aina etene lineaarisesti, vaan eri työkaluja ja vaiheita voidaan käyttää uudelleen ja eri vaiheissa. Huomasin tämän itsekin, kun jo aivan prosessin loppupuolella pääsin yhdistelemään havainnointia ja haastattelua paikan päällä ravintola Brondassa osana Perheet Safkaa -tapahtumaa. Brondassa jokaisen asiakkaan vastaanotti hovimestari, ja perheet saatettiin omaan pöytänsä. Paikalla oli asiakkaita vauvasta vaariin. Hovimestari jutusteli lapsille ja kyseli, ovatko he käyneet ravintolassa ennen. Ravintolan eteen terassille oli järjestetty vaunuparkki, sillä kaikki lastenvaunut eivät mahtuneet ravintolaan sisään. Sen sijaan eräälle vauvaikäisen asiakkaan vaunuille järjestettiin tilaa ravintolasalista. Brondassa ei ole lapsille erillistä lastenlistaa, mutta tapahtumaan oli kuitenkin laadittu sekä lasten että aikuisten makuun sopiva eri-

koismenu. Ruoka oli perheen kesken jaettavaa ja baarimikot valmistivat myös lasten suuhun sopivia alkoholittomia cocktaileja. Menu oli lapsille edullisempi kuin aikuisille. A la carte -listalta oli kuitenkin mahdollista saada vielä pienempiä snacks-kokoisia annoksia, jos jaettava erikoismenu ei maistunut. Jälkiruoka tarjottiin omina annoksina.



Kuva 5. Brondan aistirata lapsille

Lapset ovat ravintoloitsija Matti Wikbergin ja myynti- ja markkinointipäällikkö Elina Strengekin mukaan aina heille tervetulleita. Tässä tapahtumassa lapset oli sen sijaan huomioitu erityisesti. Heille oli järjestetty pöytiin tekemistä, kuten puuhakirjaa ja värikyniä sekä erityinen taiteltava juliste, johon voi värittää itselle mieluisan aterian. Lisäksi julisteessa oli Brondan juustoburgerin resepti, jota voi myös kokeilla kotona. Juliste toimi hauskana ”giveawaynä” lapsille. Lasten viihtyvyys oli huomioitu myös järjestämällä ravintolaan aistirata (kuva 5), jossa pienet vieraat pääsivät sokkona haistamaan ja maistamaan eri makuja kuten rusinoita, suklaata, yrttejä, kurkkumehua ja vaniljatankoa. Aistirata toimi siis yhtenä elämyksen osa-alueena, jossa korostui aistiärsykkeet ja opetuksellisuus.

Strengell kertoi, että Brondassa on yleensäkin iltaisin DJ, mutta nyt se oli kutsuttu soittamaan jo heti tapahtuman alkaessa. Lupa oli myös tanssia, mutta en havainnut kenenkään tarttuvan tähän haasteeseen. Lapset saivat aistiradan päätteeksi mukaan myös oman valkoisen kokkihatus ja ilmapalloja. Aterian päätteeksi haastattelin muutamaa lapsiasiakasta. Heillä oli ollut ravintolassa kivaa ja he olivat maistaneet uusia makuja. Ruoassa oli myös jotain tuttua, ja muun muassa perunamuusista oli tunnistettu sitruunan maku. Lasten äiti kertoi, että he olivat innostuneet Perheet Safkaa -tapahtumasta heti kun kuulivat siitä ja tulisivat mielellään uudelleen samanlaiseen tapahtumaan. Jaettava menu, joka

sopi sekä aikuisten että lasten makuun, ilahdutti, sillä lapsille ei aina haluta tarjota nakkeja ja ranskalaisia. Myös Wikberg mainitsi, että lapset odottavat sitä mitä ovat tottuneet saamaan, ja olisi tärkeää tutustuttaa heidät uusiin makuihin ravintoloissa.

6.5 Sosiaalisen syömisen työkalupakki

Opinnäytetyöni tuotos, eli palvelumuotoilun menetelmin syntynyt työkalupakki sai lopulliseksi nimekseen *Yhdessä syömisen ABC – Työkaluja sosiaalisemman, yhteisöllisemmän ja elämyksellisemmän ravintolakokemuksen luomiseen*. Laadin työkalupakin Power Pointilla, mutta ELO-säätiö muokkasi siitä heidän omaan julkaisusarjaansa mukautuvan version. Lopullinen versio ei ehtinyt mukaan opinnäytetyöni raporttiin, mutta se julkaistaan huhtikuun 2017 aikana ELO-säätiön sivuilla.

Työkalupakki alkaa johdannolla, jossa kerrotaan opinnäytetyön taustoista, *Syödään yhdessä* -hankkeesta ja opinnäytetyöni prosessista. Seuraavaksi työkalupakissa kerrotaan, mitä se pitää sisällään, kenelle se on tarkoitettu ja miten sitä on tarkoitus hyödyntää. Kolmas aloitussivu sisältää katsauksen suomalaisen ruokakulttuurin historiaan ja taustoittaa siten tuotokseni tavoitetta.

Varsinainen opas alkaa sisällysluettelolla (kuva 6), joka johtaa kahdeksaan palvelupolun vaiheeseen. Sisällysluettelo opastaa eri ravintolakäynnin vaiheisiin sekä sivunumeroin että otsikkonumeroin. Jokaista numeroa klikkaamalla pääsee myös etenemään haluamalleen sivulle. Jokaisen pääotsikon eli palvelupolun vaiheen jälkeen on lisäksi erillinen esimerkkisivu, jossa annan konkreettisia esimerkkejä linkkeineen, videoineen ja kuvineen siitä, millä tavoin eri tapoja on jo toteutettu kotimaassa ja ulkomailla tai mitä työkaluja hyödyntäen ravintola voi edistää yhteisöllisyyttä ja elämyksellisyyttä toiminnassaan. Useimpia esimerkkisivuja ennen esittelen myös kokeilunarvoisia ja hauskoja teemoja, tapoja tai konsepteja, joista ravintolat voivat poimia itselleen sopivimmat vinkit esimerkiksi pop up -tapahtuman luomiseen. Jokaiselta sivulta pääsee siirtymään seuraavalle sivulle tai takaisin sisällysluetteluun yhdellä klikkauksella.

Työkalupakin sisältö

Työkalupakki koostuu mm. asiakkaan eri "palvelupolun" vaiheista. Voit klikata vaiheen numeroa tai edetä näppäimistön nuolilla. Jokaisen vaiheen jälkeen löydät konkreettisia esimerkkejä.



1	Kiinnostuksen herättäminen.....	6
2	Varaaminen.....	8
3	Saapuminen ja plaseeraus.....	11
4	Ruoka ja tarjoilu.....	14
5	Tunnelma ja miljöö.....	16
6	Ohjelma.....	19
7	Maksu ja lähtö.....	22
8	Vastuullisuus.....	26

Tiesitkö, että 42% suomalaisista haluaisi syödä yhdessä ravintolassa perheen tai ystävien kanssa useammin?

Talon kuvaa klikkaamalla pääset takaisin tälle sivulle.

Anne Rantala 2017

5

Kuva 6. Kuvakaappaus työkalupakin sisällöstä

Työkalupakin lopussa on annettu yhteystiedot työkalupakin laatijalle ja ELO-säätiölle palautetta ja kysymyksiä varten. Lisäksi lopussa on annettu kiitos pääasiallisille opinnäyte-työprosessin yhteistyökumppaneille.

Tuotoksen sisältö syntyi palvelumuotoiluprosessin tuloksena. Kaikki saamani ja jäsentelämäni tulokset otettiin jollakin tavalla huomioon työkalupakin sisällössä. Design driverit eli suunnitteluveturit toimivat yleisinä ohjenuorina tehdessäni valintoja siitä, mitkä työkalut ja ideat otan työhön mukaan ja mitä en. Kaikki ideat ovat palvelumuotoiluprosessin eri vaiheista saatuja. Ravintolaliiketoimintaan liittyvät suositukset ovat pääosin asiantuntijahaastatteluista ja työni teoriaosuudesta johdettuja. Monet konkreettiset ja lennokkaatkin konsepti-ideat ovat peräisin joko benchmarkingista tai fokusryhmän työpajasta. Kaikki esimerkkeinä käyttämäni linkit ja yritykset eivät kuitenkaan ole benchmarkkauksen tai prosessin muiden vaiheiden tulosta, vaan olen koonnut ne aktiivisen tiedonhaun ja yhteistyökumppaneiden vinkkien avulla. Esimerkeissä käytetään paljon asiantuntijoita ja yrityksiä, joihin prosessini aikana olen tutustunut.

7 Pohdinta ja johtopäätökset

Opinnäytetyöni viimeisessä luvussa tarkastelen kehittämistyöni tuloksia, niiden ajankoh-
taisuutta, luotettavuutta ja merkittävyyttä. Pohdin tulosten yhteyttä teoreettiseen aineis-
toon eli viitekehukseen ja arvioin käyttämiäni menetelmiä ja sitä, saavutettiinkö opinnäyte-
työn tavoitteet. Tässä luvussa annan myös jatkokehittämisehdotuksia ja pohdin omaa
oppimistani ja ammatillista kasvua.

7.1 Keskeiset tulokset ja lopputuotoksen arviointi

Opinnäytetyöni tavoitteena oli palvelumuotoilun keinoin mallintaa työkalupakki, jota ravin-
tolat ympäri Suomen voivat hyödyntää suunnitellessaan Suomi 100 -juhlavuoden ruokata-
pahtumia tai ideoidessaan esimerkiksi uutta ravintolakonseptia. Tuotosta eli produktia on
voitava hyödyntää myös juhlavuoden jälkeen. Tutkimuskysymyksiäni olivat muun muassa:
Kuinka rohkaista ihmisiä (suomalaisia) syömään enemmän yhdessä ravintolassa? Miten
tehdä ravintolakokemuksesta yhteisöllisyyttä ja sosiaalista syömistä korostava? Millaisin
elementein ravintolakokemuksesta voidaan tehdä elämyksellinen? Mitkä tekijät voisivat
madaltaa kynnystä yhteisöllisempään syömiseen? Työn yhtenä alitavoitteena oli vahvistaa
yhteisöllisyyttä ja yhdessä syömisestä kulttuuria Suomessa, joka perustuu opinnäytetyön
toimeksiantajan, ELO-säätiön *Syödään yhdessä* -hankkeen toiminta-ajatukseen.

Opinnäytetyö oli toiminnallinen, palvelumuotoilun monipuolisiin menetelmiin perustuva
prosessi, jonka tuloksena onnistuttiin mallintamaan tavoitteiden mukainen työkalupakki
(opas) yhdessä syömiseen ravintoloissa. Kuten Ojasalo ym. (2009, 18–22) kirjoittivat, työn
tulisi uudistaa työelämän käytäntöjä, tuotteita tai palveluita, ja tulosten tulisi olla perustel-
tavissa teorian valossa. Opinnäytetyöni produkti nimenomaan pyrkii uudistamaan palvelu-
konsepteja. Hieman myöhemmin tässä luvussa pohdin sitä, miten teoria tuki lopputulosta.

Produktilla eli työkalupakilla vastataan aiemmin esitettyihin tutkimuskysymyksiin ja sen
sisällössä korostuvat yhteisöllisyyden, sosiaaliseen syömiseen ja vuorovaikutuksellisuus-
teen vaikuttamisen mahdollisuudet. Työkalupakissa annetaan konkreettisia ideoita yhdes-
sä syömisestä rohkaisemiseksi ja elämyksellisyyden luomiseksi ravintolamiljöössä. Alitavoit-
teen saavutettavuutta ei kuitenkaan voida tässä vaiheessa vielä arvioida. Yhteisöllisyyden
vahvistaminen yhteiskunnassa, perheissä tai muissa yhteisöissä ja jopa ruokakulttuurin
muuttuminen ovat pidemmän ajan tavoitteita, joihin *Syödään yhdessä* -hankkeen yhteis-
työkumppanit pyrkivät omilla toimillaan. Tärkeintä on ollut aiheen näkyväksi tuominen ja
ajatusten herättäminen.

Opinnäytetyöni aihe on erittäin ajankohtainen ja monet tahot, joiden kanssa olen keskustellut, ovat olleet sosiaalisesta syömisestä ja työkalupakin ideasta kiinnostuneita. Useat ovat osoittaneet kiinnostusta yhteistyöhön työkalupakin valmistuttua ja ovat kokeneet ajatuksen työn takana tarpeelliseksi alan ja ruokakulttuurin kehittämisen kannalta. Kuten Mäkelä ym. (2003, 65) ovat todenneet, yhden hengen talouksia on nykyään valtavasti. Siksi juuri opinnäytetyöni tuotoksen avulla voidaan luoda enemmän yhdessä syömisessä tilaisuuksia myös niille, jotka eivät arjessa aterioi muiden kanssa. Vaikka työkalupakissa ei ole varsinaisesti keskitytty työpaikkaruokailun edistämiseen, uskoisin siitä olevan myös hyötyä esimerkiksi lounasravintoloiden sosiaalisen syömisessä ja verkostoitumisen edistämiseksi. Sitä, miten työkalupakki ravintola-alalla otetaan vastaan, tai kuinka moni sitä loppujen lopuksi hyödyntää, on vaikea arvioida etukäteen. Työkalupakki on tarkoitus julkaista keväällä 2017 ja se jaettaneen muun muassa alan ammattilehtien kautta. ELO-säätiö vastaa jakelusta. Työkalupakin hyödyllisyys palveluntarjoajalle riippuu ravintolakonseptista ja ravintoloiden taustalla olevasta asiantuntijuudesta. ELO-säätiön antaman palautteen mukaan työkalupakki on niin perusteellinen, että se voisi sopia aloittavan ravintolayrittäjän oppaaksi tai vaikka Ravintolapäivä-konseptiin osallistuville ei-ammattilaisille. ELO-säätiö kommentoi lopputyön tulosta:

Odotukset muuttuivat prosessin mukana. – – Tavoitteeksi muodostui matkan varrella ravintolakonseptit. Lopullisesta työstä tuli palvelupolku kohti yhdessä syömistä. Valmistunut työ on täydellinen opas jokaiselle ravintolapäivän järjestäjälle. Se muodostaa hyvän parin jo aiemmin ilmestyneen Kyläjuhlien ABC-oppaan kanssa. Näiden oppaiden avulla on helppo lähteä järjestämään yhdessä syömisessä tapahtumia Suomi100-juhlavuonna. Suomen kasvava rooli kiinnostavana ruokamatkailumaana saa voimaa Suomi100-juhlavuodesta. Suomi on noteerattu monissa kansainvälisissä listauksissa vuoden 2017 must-see -matkakohteena. Tänä vuonna on tärkeä lunnastaa odotukset aktiivisesta ja monipuolisesta ruokamatkailumaasta. Tarjoamalla työkaluja Suomi100-juhlien ja pop up-tapahtumien järjestäjille mahdollistamme sen! Voisiko tämän [työkalupakki] nimetä – – pop up -ravintolan ABC:ksi? (Garam 10.2.2017.)

Tuotos sisältää paljon sellaista tietoa, joka kokeneelle alan ammattilaiselle saattaa olla jo tuttua. Kuitenkin se antaa paljon konkreettisia, täsmällisiä ehdotuksia eri palvelupolun vaiheisiin ja miljöön, tunnelman ja ohjelman luomiseen, joista palveluliiketoiminnan eri tahot voivat poimia itselleen osuvimmat ideat kokeiltavaksi. Esimerkit ulkomailta ja kotimaasta auttavat konkretisoimaan ideoita. Uskon, että kuka tahansa ravintoloitsija voi löytää teoksesta jotain uutta kokeilemisen arvoista.

Opinnäytetyön tietoperusta käsitteli suomalaisen ruokakulttuurin historiaa, suomalaisten syömisen tapoja ja tottumuksia, ruokatrendejä, yhdessä syömisen sosiologiaa eli sen fundamentaalista merkittävyyttä sekä hyödyllisyyttä ihmisen sosiaalisiin suhteisiin ja hyvinvointiin. Teoreettisessa osiossa selvitin myös ravintolakulttuurin kehittymistä ja nykytilaa sekä tämän hetken yhteisöllisyyttä ja sosiaalisuutta korostavia konsepteja. Lisäksi tietoperustassa tutustuin elämyksellisyyden eri osa-alueisiin. Osa tutkitusta teoriasta ja palvelumuotoilun ymmärtämisympäristöstä saadusta tiedosta tuki kehittämisprosessia ja lopputuotosta hyvin. Osa teoriasta taas lähinnä taustoitti aihepiiriä.

Suomalaisen ruokakulttuurin historia näkyy nykyisissä syömisen tottumuksissamme ja syömissämme ruokalajeissa. Tietynlainen ”nuukailu” ja kotiruokailun arvostus voi näkyä siinä, ettemme käy niin paljon ulkona syömässä. Syödään yhdessä -lähtötasotutkimus, joka oli osa Ruoan arvostus -kuluttajatutkimusta, osoitti, että vain puolet ruokailee perheen kanssa joka päivä. Uusiin ihmisiin ei ruoan ympärillä juuri tutustuttu. (MMM 2016, 41; 47.) Tekemäni trendikartoitus kuitenkin osoitti, että vaikka suomalaisessa yhteiskunnassa korostetaan yksilöllistä pärjäämistä, on nähtävissä yhteisöllisyyden ja ruoan arvostuksen uutta tulemistä. Sainkin trendikartoituksen kautta työkalupakkiin paljon ideoita ja oivalluksia siihen, mitkä ilmiöt tulevaisuudessa voisivat saada kannatusta. Tietoperustassa mainittiin esimerkiksi trenditutkimus, jonka mukaan ”seating” eli sosiaalinen syöminen tulee yleistymään, ja seuranhaku painottunee tulevaisuudessa yhä enemmän ruoan ympärille ruokakerhojen, ruokatapahtumien ja yhteisöllisten ravintolapöytien myötä (Kallio-koski 2013).

Trendit näkyivät myös asiantuntijahaastatteluiden ja fokusryhmätyöskentelyn tuloksissa siinä, että ihmiset arvostavat yhä enemmän lähi- ja luomuruokaa, suomalaisia perinteitä ja luonnon antimia sekä läheistä kanssakäymistä muiden kanssa. Sota-aikojen ja sitä edeltäneen ajan tiiviiseen perheyhteisöön palaamiseen on vielä matkaa, eikä se kenties ole tarkoituksenmukaistakaan. Onhan yhteiskunta ja perheen asetelma muuttunut. Yhdessä syömisen arvostus on kuitenkin alkanut korostua, ja etenkin Suomi 100 -juhlavuoden aikana teema on paljon näkyvillä eri medioissa. Teeman näkyvyyden vaikutukset nähdään toki vasta myöhemmin. Tuloksissa voitiin nähdä myös historian vaikutus siihen, kuinka me suomalaiset olemme hieman varautuneita kontaktin ottamiseen etenkin vieraisiin ihmisiin. Sekä Danesin (2012) tutkimus saksalaisten ja ranskalaisten nuorten asenteista yhdessä ja yksin syömistä kohtaan, että etenkin ranskalaistaustaisen Thieulonin asiantuntijahaastattelu antoivat arvokasta kulttuurinäkökulmaa ideoinnin pohjaksi. Ymmärsin paremmin sen, että aiheeni ei liity vain konsepti- tai tapahtumasuunnitteluun vaan sen esteet ja mahdollisuudet lähtevät kulttuurista, mitä taas yksittäisillä opinnäytetöillä ei muuteta. Sosiaalisuus ja sujuva vuorovaikutus eivät tule suomalaisille välttämättä luonnostaan verra-

ten esimerkiksi ranskalaiseen kulttuuriin, jossa jo kasvatusta ja lähtökohdat ovat erilaisia kuin Suomessa. Oma tahtoni vaikuttaa kulttuuriin ja edistää suomalaisten yhteisöllisyyttä kasvoi koko projektin ajan.

Tietoperustassa käsittelin yhdessä syömisen sosiologiaa, eli syömisen sosiaalista ulottuvuutta ja sen hyötyjä yksilölle. Palvelumuotoilua hyödyntävän tutkimukseni tavoitteena ei ollut kuitenkaan selvittää yhdessä syömisen vaikutuksia ihmiseen, joten tuloksia eli työkalupakin ideoita ei voida suoraan perustella tieteen tuloksilla. Yhdessä syömisen sosiaalinen ulottuvuus toimi kuitenkin niin sanotusti kivijalkana aiheen ymmärtämiselle, ja tieteellisen tutkimuksen antamaa tietoa voidaan tuki hyödyntää myös ruokatapahtumia suunnitellessa ja markkinoidessa. Kuten esimerkiksi Räsänen (1980, 28) on todennut, ruoka sekä yhdistää että erottaa ihmisiä ja ennen kaikkea luo merkityksiä. Ajatus siitä, että ruoka on yhteisyyden symboli (Mäkelä 2000, 11) luo oikeastaan koko pohjan opinnäytetyöni tuotokselle ja perustelee sen merkityksellisyyttä. Tuloksissa ei kuitenkaan varsinaisesti korostunut tai noussut esiin yhdessä syömisen vaikutukset vaikkapa ihmisten hyvinvointiin, eikä se ollut työni tavoitekaan. Sitä vastoin, elämyksellisyyden eri osa-alueet tukivat työkalupakin laatimista merkittävästi. Etenkin Pinen ja Gilmoren (1999) käsittelemät viihteellisyyden, opetuksellisuuden, eskapismien ja esteettisyyden ulottuvuudet antoivat paljon sisältöä tutkimusprosessiin ja valmiiseen tuotokseen. Myös Tarssasen (2009) elämuskolmiolla oli tärkeä osuus tutkimuksessani. Aitous, kontrasti, moniaistisuus, vuorovaikutuksellisuus, tarina ja yksilöllisyys korostuvat työkalupakissa jatkuvasti ja olivat merkittäviä lähtökohtia sosiaalisen ravintolakokemuksen luomisessa. Nämä tekijät korostuivat myös asiantuntijoiden näkemyksissä ja fokusryhmän työpajan ideoissa. Elämyksellisyyden elementit olivat tärkeässä roolissa myös design drivereita eli suunnitteluvetureita laatiessani.

Benchmarkingin avulla voitiin nähdä, että Suomessa pyritään luomaan jatkuvasti uusia ilmiöitä yhteisöllisyyden ja ruoan ympärille. Erilaisia sivustoja ja sovelluksia kehitetään, ja tapahtumia järjestetään, joiden avulla ihmisiä saataisiin enemmän yhteisen ruokapöydän ääreen ja tekemään asioita yhdessä. Benchmarkingin, fokusryhmän haastattelun ja asiantuntijahaastatteluiden välillä nähtiin yhteyksiä. Niissä korostuivat yhteisölliset pöydät, baaritiskillä syöminen, jaettava ruoka sekä erilainen yhteisöllisen ohjelman luominen. Perheille suunnatut ruokatapahtumat korostavat nimenomaan yhteisöllisyyttä ja perheen sosiaalisten suhteiden tiivistämistä, aterian toimimista oppimisalustana lapsille sekä ruokakulttuurin viemistä eteenpäin nuorimman sukupolven kautta.

7.2 Prosessin ja menetelmien arviointi

Opinnäytetyöprosessi kesti yhteensä noin vuoden. Opinnäytetyön aihe muotoutui hitaasti, joten iso osa prosessin alusta kului lähinnä aiheen ja tietoperustan suunnitteluun. Tavoitteeni opinnäytetyön valmistumiselle toimeksiantajan käyttöön oli helmikuu 2017, joksi työkalupakki juuri valmistuikin. Toimeksiantajalla ei ollut selkeitä vaatimuksia työni suhteen, joten sain suunnitella aiheen omien mieltymysten mukaan. Vaatimusten ja toiveiden epäselvyys saattoi hieman hidastaa prosessin etenemistä muiden opintojen ohella. Kun opinnäytetyön empiirinen osio lähti kunnolla käyntiin syksyllä 2016, eteni opinnäytetyö vauhdilla ja lähes aikataulussa.

Yhdessä syömisen sosiologiaan ja suomalaisiin ruokatottumuksiin ja -tapoihin lähdin tutustumaan toimeksiantajan kehotuksesta. Näiden lisäksi suomalaisen ruokakulttuurin historia ja kehittyminen olivat mielestäni luonnollisia valintoja viitekehukseksi. Ne auttoivat minua ymmärtämään, mistä nykyiset syömisen tapamme ovat peräisin, miten ruokakulttuuri on syntynyt ja minkälainen sosiaalinen ulottuvuus ruoalla on. Kirjoitin tietoperustaa pitkälle jo ennen lopullisen aiheen valintaa, joten huomasin vasta myöhemmin, että viitekehuksesta tuli kenties liian laaja suhteessa tavoitteeseeni ja siinä olisi voinut keskittyä enemmän yhteisöllisyyteen liittyvään tutkimukseen. Etenkin tietoperustan mahdollinen irrallisuus opinnäytetyön tavoitteesta huolestutti, sillä aihe lyötiin lukkoon vasta niin myöhään. Koska tavoitteeni täsmentyivät vasta prosessin aikana, ja viiteryhmistä yksilöiden rooli potentiaalisena asiakasryhmänä korostui, saatoin keskittyä tietoperustassa liikaa yhdessä syömisen vaikutuksiin lapsiin ja perheisiin. Toisaalta, maailmalla tehty tutkimus myös painottui tähän kohderyhmään. Palvelumuotoilussa trendien kartoitus ja benchmarking olivat hyödyllisiä työkaluja ja niihin paneutuminen tälle työlle jopa edellytys. Niiden avulla sain kuvan siitä, mitkä tekijät vaikuttavat ravintolaliiketoimintaan nyt ja kenties tulevaisuudessa. Benchmarkingin olisi kuitenkin voinut ulottaa koskemaan myös muita aloja ja etsiä monipuolisemmin yhteisöllisyyden ilmiöitä.

Palvelumuotoilu sopi tutkimusmenetelmäksi melko hyvin. Kuten Ojasalo ym. (2009, 94) mainitsevat, menetelmätriangulaation avulla voidaan parantaa tulosten luotettavuutta. Palvelumuotoilussa eduksi koin nimenomaan sen, että pääsin hyödyntämään erilaisia menetelmiä ja työkaluja, joiden avulla syvennyin aihepiiriin ja käyttäjäkokemukseen. Käyttäjäkokeushan (engl. customer insight) on palvelumuotoilun perusta, joten kehittämisen ja ideoinnin tulisi perustua asiakasymmärrykselle ja asiakkaiden osallistamiselle (Moilanen 2015). Koska työssäni ei ollut yhtä tiettyä yritystä, jonka kohderyhmän tarpeisiin olisin voinut paneutua, päädyin käyttämään jo aiemmin mainittua kolmea viiteryhmää.

Asiakasymmärrystä pyrin vahvistamaan jo tietoperustassa, mutta varsinaista osallistavaa yhteiskehittämistä pääsin tekemään vasta fokusryhmän kanssa työpajassa ja ryhmähaastattelussa prosessin loppupuolella. Yhteiskehittämistä olisin toivonut kuitenkin enemmän, koska se olisi parantanut tulosten luotettavuutta ja uskottavuutta. Asiantuntijahaastatteluista sain arvokasta liiketoimintanäkökulmaa aiheeseen ideoinnin pohjaksi. Palvelumuotoilun avulla kehitetyn palvelun tavoite on olla haluttavuutensa ja hyödyllisyytensä lisäksi myös palveluntarjoajalle kannattava (Moilanen 2015). Vaikka en varsinaisesti keskittynyt työssäni mahdollisten ruokatapahtumien kannattavuuteen, en voinut täysin sulkea pois sitä, että syntyneiden ideoiden ja työkalujen tuli lähtökohtaisesti tukea ravintolaliiketoiminnan edellytyksiä ja jopa lisätä niitä. Olenkin työkalupakin sisällössä pyrkinyt huomioimaan toteutettavuuden.

Asiantuntijoiksi valitsin tunnettuja alan toimijoita. Valinnat olivat onnistuneita, mutta sen lisäksi olisin voinut haastatella asiantuntijoita myös yhteisöllisyyden ja suomalaisen ruokakulttuurin ympäriltä ja esimerkiksi ruokabloggaajia. Ulkomainen näkökulma ja kokemukset olisivat olleet myös hyödyllisiä. Asiantuntijahaastattelut eivät varsinaisesti antaneet syvälistä tietoa käyttäjien tarpeista, joten asiakkaiden käyttäytymisen, kulutustottumusten ja palvelupolun havainnointi olisi ollut suureksi avuksi jo heti prosessin alussa. Vaikka pääsinkin myöhemmin havainnoimaan Perheet Safkaa -tapahtumaa ja ELO-säätiön Syömään! -tempausta Helsingin rautatieasemalla, eivät ne olleet riittävän systemaattisia tai suunniteltuja, jotta olisin voinut perustellusti hyödyntää niitä työssäni. Ne olivat kuitenkin arvokkaita kokemuksia.

Haaga-Helian palveluliiketoiminnan yliopettaja Teemu Moilanen (2015) mainitsee, että palvelumuotoilussa hyödynnetään usein eri alojen osaajia ja projekteissa voi olla mukana niin muotoilijoita, sosiologeja kuin graafikoitakin. Palvelumuotoilumenetelmällä voitaisiin parhaimmillaan saada hyvin laaja-alaista informaatiota kehittämistyön perustaksi. Vaikka opinnäytetyössä kehittämistehtävä onkin tehtävä yksin, on asiantuntijahaastatteluilla, kirjallisuuteen ja tutkimuksiin tutustumisella ollut tärkeä roolinsa työkalupakin synnyssä. Tietoperusta ja asiakasymmärrys -vaiheesta keräämäni tiedon tiivistin suunnitteluvetureiksi. Pyrin ottamaan suunnitteluveturit huomioon ideointityössä ja etenkin silloin, kun valitsin ideoista työkalupakkiin sopivimmat. Koen strategisen viitekehyksen eli suunnitteluvetureiden (kts. 6.3) olleen tavoitteen kannalta osuvia ja työkalupakin sisällön laatimisessa erittäin tärkeitä ohjenuoria. Ne tiivistivät edellytykset opinnäytetyöni tavoitteelle luoda työkaluja ja ideoita ravintoloiden yhdessä syömisen tapahtumille tai -konsepteille. Niissä tiivistyivät yhdessä oleminen ja ihmisten kohtaaminen, elämyksellisyys sekä palvelun vieraanvaraisuus, luontevuus ja uutuusarvo.

Työpajan ja ryhmähaastattelun yhdistelmä oli kokonaisuutena todella onnistunut. Alun perin suunnittelin järjestäväni kaksi eri työpajaa tai haastattelua, mutta aikataulusyistä jouduin tyytymään yhteen. Fokusryhmän osallistujat sopivat erinomaisesti työhöni ja he olivat motivoituneita ja täynnä ideoita. Mukana olisi kuitenkin voinut olla myös lapsiperheiden edustajia sekä miehiä. Myös sellainen ryhmä, jonka jäsenet eivät lähtökohtaisesti olisi kiinnostuneita osallistumaan sosiaalisen syömisen tapahtumaan (engl. unfocus group) tai joilla ei ole erityistä kiinnostusta ravintolasyömiseen tai sosiaaliseen kanssakäyntiin vieraiden kanssa, olisi ollut mielenkiintoista ottaa kehittämiseen mukaan. Näin olisin saanut syvempää ymmärrystä sille, minkälaisia eri haasteita ihmisten tuomiseksi yhteisten ravintolapöytien ääreen voi olla, ja miten nimenomaan harvoin yhdessä syöviä saisi houkutellua ravintolaan muiden kanssa. Työpajasta nousi erinomaisten ideoiden lisäksi alkuperäiseen palvelupolkuun yksi uusi näkökulma – vastuullisuus, joka on tärkeä edellytys kaikessa liiketoiminnassa nyt ja tulevaisuudessa. Kaiken kaikkiaan työpajasta nousi valtavasti ideoita ja niiden seulonta eli parhaiden valitseminen olikin oma haasteensa. Tavoite oli toisaalta luoda paljon erilaisia uusia ideoita, joita ravintolat voivat hyödyntää, joten idearikkaus oli vain eduksi. Toisaalta ideoiden potentiaalisuutta olisi ollut tärkeä arvioida myös objektiivisesti esimerkiksi haastatteleamalla asiakkaita tai asiantuntijoita.

Työkalupakin laatiminen oli opinnäytetyöni yksi tärkeimmistä vaiheista. En kuitenkaan välttynyt ongelmilta. Opettelin aluksi online-pohjaisen presentaatiotyökalu Prezin käyttöä ja laadin työkalupakin sitä hyödyntäen. Prezin alusta ei kuitenkaan tukenut sitä määrää sisältöä, mitä oli tarpeen käyttää, joten vaihdoin sen viime tipassa PowerPointiin. Hyödynsin kuitenkin samoja asetteluja ja muotoiluja, joita Prezissä olin käyttänyt, joten visuaalinen ilme oli kutakuinkin sama. Lopulta totesimme opinnäytetyöni ohjaajan kanssa, että PowerPoint palveli PDF-muotoisena toteutuksena parhaiten. Esiteltyni työkalupakin toimeksiantajalle, päätettiin visuaalinen ilme laittaa uusiksi ja yhdenmukaistaa se heillä jo valmiin Kyläjuhlien ABC - oppaan ilmeen mukaiseksi. Tästä syystä tuotoksen julkaiseminen hieman myöhästyi suunnitellusta.

7.3 Oman oppimisen arviointi ja jatkotutkimusehdotukset

Viitaten johdantoon omiin oppimistavoitteisiinihan kuului tietämyksen lisääminen suomalaisen ruokakulttuurin ja yhdessä syömisen teeman saralla. Lähtökohtaisestikin suomalainen ruokakulttuuri, sen kehittyminen ja nykytilanne ovat olleet kiinnostukseni kohteita. Etenkin tämän projektin aikana kiinnostus on entisestään kasvanut, ja koenkin erilaiset yhteisöllisyyttä korostavat ruokakulttuurin kehittämishankkeet ”omaksi jutukseni”. Tiedonhaku, vaikka onkin melko työlästä, oli mielenkiintoista ja tiiviimmillään projektin alussa. Sain paljon apua tieteellisten artikkeleiden hakuun ELO-säätiön projektipäälliköltä, mutta

pääasiassa voin olla tyytyväinen siihen, minkälaisia lähteitä löysin niin ammattikorkeakoulun kuin Helsingin yliopistonkin kirjastoista. Kirjallisuus ei välttämättä aina ollut kovin tuoretta, mutta perustutkimus kuitenkin hyvin omaa tutkimustani perustelevaa.

Tietoperustan luku elämyksistä (3) syntyi melko myöhään prosessin aikana. Koska olin luomassa tuotosta, jonka tulisi palvella palveluliiketoiminnan toimijoita uudenlaisten tapahtumien, ilmiöiden ja kokemusten synnyttäjinä, oli luonnollista kasvattaa tietouttani myös elämysten luomisen mahdollisuuksista. Elämyksellisyys tukikin erinomaisesti työkalupakin syntyä ja olen tyytyväinen otettuani tämän näkemyksen mukaan työhöni. Pinen ja Gilmoren teos *The Experience Economy - Work Is Theatre and Every Business is a Stage* (1999) sai minut innostumaan elämysten tuottamisesta. Kirjailijat kertovat yksityiskohtaisesti, kuinka elämyksiä luodaan ennen kaikkea draamallisuuden ja palvelujen ”lavastamisen” avulla. Opinnäytetyön tutkimustuloksissakin korostui henkilönkunnan rooli isäntänä ja tietynlainen heittäytyminen sosiaalisiin tilanteisiin. Oma harrastuneisuuteni improvisaatioteatteriin saikin minut miettimään, mitä kaikkea draamallisuuden ja heittäytymisen kautta saataisiin lisättyä ravintoloiden palvelumaisemiin sekä teeman ja tarinan rakentamiseksi. Mieleeni kimposikin useita uusia opinnäytetyön aiheita. Olisi esimerkiksi kiinnostavaa luoda palveluliiketoiminnalle uudenlainen käsikirja asiakaskohtaamisiin, jossa improvisaation kautta rohkaistaisiin vieraanvaraiseen, läsnä olevaan ja ”tuntosarvet herkkänä” olevaan ihmissläheiseen vuorovaikutukseen. Palvelut, vuorovaikutus ja improvisaatio kulkevat luontevasti käsi kädessä, joten siitä saisi ammennettua paljon elämysten luomiseen.

Yksi oppimistavoitteistani oli palvelumuotoilun työkalujen käyttäminen työelämän kehittämishankkeita tukevalla tavalla. Palvelumuotoilun työkaluja käytin melko monipuolisesti, mutta näin jälkikäteen ajateltuna olisin voinut valita myös vähemmän ilmeisiä menetelmiä. Esimerkiksi haastattelut, työpajatyöskentely ja benchmarking ovat yleisiä ja tunnettuja menetelmiä, joten olisi kenties ollut opettavampaa kokeilla sellaisia menetelmiä, jotka eivät ole niin tavallisia toiminnallisissa tai laadullisissa tutkimuksissa. Etenkin erilaisten havainnointien, simulaatioiden tai ideoiden testausten hyödyntäminen olisi kiinnostanut. En ollut kuitenkaan aiemmin tehnyt asiantuntijahaastatteluita enkä järjestänyt työpajaa. Voin siis sanoa oppineeni niiden ansiosta valtavasti, ja sain niistä myös arvokasta alan kokemusta ja kontakteja. Etenkin työpajan toteutukseen olin erityisen tyytyväinen. Siinä ylittyivät kaikki odotukset niin kokemusrikkaana tilaisuutena kuin sisällön runsautenakin. Opin innostavan ja johdonmukaisen työpajan vetämisestä ja siitä, minkälaista on toimia fasilitaattorina.

Prosessin edetessä suunnitelmat muuttuivat alkuperäisestä jonkin verran, enkä hyödyntänyt aivan kaikkia menetelmiä, joita alun perin olin suunnitellut. Monenlaiset vastoinkäymi-

set ja itsestäni riippumattomat viivästykset opettivat kuitenkin sietämään epävarmuutta. Välillä projekti tuntui täysin mahdottomalta ja tehty työ turhalta, kun taas aika ajoin uskoin, että tulisin onnistumaan. Projektin tuloksena ymmärsin, että vaikka palveluiden kehittäminen on systemaattista ja tiettyjä prosesseja mukailevaa, ei sen tarvitse olla turhan virtaviivaista tai lineaarista. Muutoksia tulee aina, ja tärkeintä muutostilanteissa on löytää pikaiset ratkaisut prosessin jatkumon varmistamiseksi. Uskon pystyväni opinnäytetyön ansios-ta viemään läpi samankaltaisen palvelumuotoilun kehittämisprojektin uudemman ker-ran, sekä nopeammassa aikataulussa että johdonmukaisemmin.

Työkalupakin toteutuksessa tein aluksi väärää ratkaisuja valitessani mallintamistyökaluksi Prezin. Se vaikutti hauskalta keinolta toteuttaa työkalupakki, mutta sen tekniset edellytyk-set eivät vastanneetkaan vaatimuksia. Tätä en voinut tietää etukäteen, mutta turhien työ-tuntien menetys harmitti silti. Toimeksiantaja päätti lopulta myös taittaa PowerPointilla tekemäni työpakin visuaalisesti uusiksi ammattilaisella. Opin toisaalta käyttämään kum-pakin työkalua suhteellisen hyvin.

Mietin useaan otteeseen projektin aikana, miten olisin voinut hyödyntää enemmän opin-noissani oppimaani tässä työssä. Esimerkiksi trendikartoituksessa olisin voinut hyödyntää Ennakointi- ja toimintaympäristöanalyysin menetelmät -opintojakson oppeja. Tekemäni kartoitus koski lähinnä jo pinnalla olevia trendejä, mutta en juurikaan ennakoanut esimer-kiksi ravintola-alan tulevaisuutta tai luonut mahdollisia skenaarioita yhteisöllisyyden ja sosiaalisen syömisen saralla. Projektijohtamisen opintojakson kävin opinnäytetyön ollessa parhaillaan käynnissä. Projektijohtamisesta vasta myöhemmin tutuksi tullut vaatimusmää-rittely olisi tullut tarpeeseen jo opinnäytetyösuunnitelmaa laatiessani. Vastuullisen liiketoi-minnan toteutuksen käytyäni koin sen luonnolliseksi osaksi työkalupakkia, etenkin kun vastuullisuus nousi selkeästi esiin myös trendikartoituksen ja työpajan kautta. Pystyinkin hyödyntämään oppimaani myös tässä projektissa. Käyn elämyksiin liittyvän opintojakson Developing and Managing Experiences vasta opinnäytetyön valmistuttua, mutta ainakin minulla on siitä jo hyvät pohjatiedot. Sähköisen liiketoiminnan opintojakson kurssitehtävän aion myös liittää opinnäytetyöhöni aiheeseen.

Koska produktityöni ei ole sen valmistuessa vielä työelämän testauksessa, en pysty arvi-oimaan sen onnistumista tai hyötyä liike-elämälle kovin objektiivisesti. Koen, että olisin voinut tuottaa parempaakin sisältöä, olla valikoivampi ideoiden seulonnassa ja kenties myös rajata sisällön koskemaan enemmän yhtä tiettyä viiteryhmää. Nyt työkalupakki pyrkii antamaan ideoita vähän kaikenlaiseen tapahtumaan ja tilanteeseen. Toivon, että sen mo-nipuolisuus ja toimeksiantajankin mainitsema perusteellisuus kuitenkin kääntyvät mahdol-listen käyttäjien eduksi. Tavoitteenani on ainakin ollut tuottaa konkreettista hyötyä ja in-

nostavia, toteutettavissa olevia työkaluja hauskaan ja uusia ilmiöitä tuottavaan yhdessä tekemiseen.

Kuten johdannossa mainitsin, olen rajannut opinnäytetyön ulkopuolelle yhdessä syömisen kotiympäristössä, eikä tarkoitukseni ole ollut myöskään arvioida ruokatapahtumien kannattavuutta ravintoloille. Sen vuoksi hyvä jatkotutkimuksen aihe voisi olla esimerkiksi se, kuinka kyläilykulttuuria saisi enemmän herätettyä henkiin ja minkälaisia arkea ja yhdessä syömistä helpottavia ratkaisuja voisi löytää palveluliiketoiminnan innovaatioiden kautta. Työkalupakin avulla järjestettävien ruokatapahtumien ja sosiaaliseen syömiseen liittyvien pop up -kokeiluiden onnistumista olisi tärkeä testata ja mitata. Minkälaiset konseptit toimivat? Mistä asiakkaat innostuvat? Miten eri työkalupakin ideat toteutuvat käytännössä ja tukevatko ne liiketoimintaa? Syntykö aitoja ilmiöitä? Opinnäytetyöprosessin aikana kuulin, että Suomessakin ollaan kehittämässä puhelinsovellus, jolla mahdollistetaan tuntemattomien kohtaamisia eri aktiviteettien tai vaikka ravintolapöydän ääressä. Tätä ajatusta voisi hyvin jalostaa ja luoda sähköisiä menetelmiä hyödyntäen tapoja, joilla sekä yhdessä syömistä että ravintolaliiketoimintaa edistetään. Perheet Safkaa -tapahtuman järjestäjät olivat myös kiinnostuneita opinnäytetöistä, joiden avulla saisi perheiden ravintolassa syömiseen sisältöä. Tuntuu, että työkalupakin kautta voisi syntyä paljon hyviä jatkotutkimuksen aiheita ruokatapahtumien ympärille. Se sisältää paljon idea-aihoita, joita useita voisi jalostaa eteenpäin.

Antoisinta koko projektin aikana on ollut uusiin ihmisiin tutustuminen ja verkostoituminen eri alojen ihmisten kanssa. Olen saanut uusia kontakteja niin Haaga-Helian opintoihin liittyvien SILAB-tapahtumien kautta kuin opinnäytetyönikin tiimoilta. On myös ollut mielenpainuvaa saada olla osallinen johonkin merkittävään, kuten *Syödään yhdessä* -hankkeeseen. Jään uteliaana seuraamaan, mitä juhlavuoden aikana ja sen jälkeen tapahtuu yhteisöllisyyden ja sosiaalisen syömisen saralla.

Lähteet

Anguiano, J. 2015. Restaurant Trends: A Communal Table. RMagazine. Luettavissa: <http://rmagazine.com/restaurant-trends-the-communal-table/>. Luettu 13.12.2016.

Bar Social Eating. Ravintolan verkkosivut. Luettavissa: <http://barsocialeating.no/>. Luettu 18.10.2016.

Ravintola Bronda. Ravintolan verkkosivusto. Luettavissa: <http://ravintolabronda.fi/>. Luettu 22.10.2016.

Brotherton, B. & Wood, R.C. 2008. The SAGE Handbook of Hospitality Management. Sage. Lontoo.

Cappello, N. 2013. Social Dining Apps That Set Up You To Eat With Strangers. The Huffington Post. Luettavissa: http://www.huffingtonpost.com/2013/09/18/dining-app_n_3942874.html. Luettu 18.10.2016.

ELO-säätiö. Verkkosivusto. Luettavissa: <http://www.elo-saatio.fi/>. Luettu 17.11.2016.

ELO-säätiö 2016. Lehdistötiedote. Tutkimus: Suomalaiset kaipaavat rentoa yhdessä syömistä. Luettavissa: <http://www.elo-saatio.fi/tutkimus-suomalaiset-kaipaavat-rentoa-yhdessa-syomista>. Luettu 11.10.2016.

English Thesaurus 1999. Geddes & Grosset. Scotland.

Eskola, J. & Suoranta, J. 2003. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Family Matters 2016. Tapahtumat. Perheet Safkaa 21.1.2017. Luettavissa: <http://familymatters.fi/tapahtumat/1>. Luettu 5.12.2016.

Finfood 2009. Suomen Ruokatieto ry. Suomalaisen ruokakulttuurin ulottuvuuksia. Luettavissa: http://www.ruokatieto.fi/sites/default/files/Liitetiedostot/sru_katsaus_2702091.pdf. Luettu 15.9.2016.

Fulkerson, J. A., Larson, N., Horning, M. & Neumark-Sztainer, D. 2014. A Review of Associations Between Family or Shared Meal Frequency and Dietary and Weight Status

Outcomes Across the Lifespan. Journal of Nutrition Education and Behavior, vol 46, no 1, s. 2-19.

Garam, S. 10.2.2017. Projektipäällikkö. ELO-säätiö. Sähköposti.

Gnammo. Verkkosivusto. Luettavissa: <https://gnammo.com/>. Luettu 18.10.2016.

Gergov-Koskelo, P. & Koskelo, M. 19.1.2017. Puhelinkeskustelu. Family Mattersin perustajat ja Perheet Safkaa -tapahtuman järjestäjät. Helsinki.

Haaga-Helia MyNet 2016. Intranet. Opinnäytetyö, ylempi AMK.

Haavisto, S. & Karjula, S. 2016. Satokauden ruokaa. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Harrison, M., Norris, M., Obeid, N., Fu, M., Weinstangel, H. & Sampson, M. 2015. Systematic review of the effects of family meal frequency on psychosocial outcomes in youth. Canadian Family Physician, vol 61, s. 96-106.

Helsinki Foodism, Helsingin kaupungin ruokakulttuuristrategia. Luettavissa: <http://www.helsinkifoodism.com/>. Luettu 22.10.2016.

HopLopster. Ravintolan verkkosivut. Luettavissa: <https://hoplopster.fi/>. Luettu 19.1.2017.

Häyrynen, L. 2004. Pommisuojusta pakariin. Teoksessa Knuuttila, M., Pöysä, J. & Saari-
nen, T. Suulla ja kielellä. Tulkintoja ruuasta, s. 57-78. Saarijärven Offset Oy. Saarijärvi.

Kalliokoski, L. 2013. Tulevaisuuden ruokatrendejä: DNA Dinner, syötävät pakkaukset. Ruoka.fi. Luettavissa: <http://ruoka.fi/ruokajutut/tulevaisuuden-ruokatrendeja-dna-dinner-syotavat-pakkaukset>. Luettu 11.10.2016.

Karjalainen, M. 2016. "Enää viimeiset änkyrät korahteelee" – Lihaton lokakuu tuli jäädäkseen. Luettavissa: <http://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/439422-ena-viimeiset-ankyrat-korahteelee-lihaton-lokakuu-tuli-jaadakse>. Luettu 30.11.2016

Kiiski, P. 2013. Uusi ravintolatrendi – tuppisuiden suomalaisten painajainen? MTV Lifestyle. Luettavissa: <http://www.mtv.fi/lifestyle/makuja/artikkeli/uusi-ravintolatrendi-tuppisuiden-suomalaisten-painajainen/3295416>. Luettu 18.10.2016.

- Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Taiteen maisterin lopputyö. Taideteollinen korkeakoulu.
- Lehtinen, E. 2013. Ravintola kuuluu jo arkipäivään. Aromi-lehti, 46, 2, s.7.
- Lihatiedotus 2016. Lihan kulutus Suomessa. Luettavissa:
http://www.lihatiedotus.fi/www/fi/tilastot/lihan_kulutus_suomessa.php. Luettu 2.8.2016.
- Lupton, D. 1996. Food, the Body and the Self. Sage. Lontoo.
- MaRa ry 2012. Ravintolaruokailun trenditutkimus 2012. Luettavissa:
<https://www.mara.fi/ext/cms3/attachments/ruokatrendit-11122012-vain-luku-.pdf>. Luettu 22.10.2016.
- McGormick, R. 28.1.2016. Ravintoloitsija. The Future of Finnish Gastronomy –tapahtuma. Haaga-Helia.
- Meiselman, H. 2000. Dimensions Of The Meal. The Science, Culture, Business and Art of Eating. Aspen Publishers, Inc. Gaithersburg, Maryland.
- Meiselman, H. 2008. Dimensions Of The Meal. Journal Of Foodservice, 19, s. 13–21.
- Mennell, S., Murcott, A. & van Otterloo, A.H. 1992. The Sociology Of Food. Eating, diet and culture. Sage. Lontoo.
- Miettinen, S. & Koivisto, M. (toim.) 2009. Designing Services With Innovating Methods. Otava. Keuruu.
- MMM 2016. Maa- ja metsätalousministeriö. Ruoan arvostus -raportti. Luettavissa:
<http://mmm.fi/documents/1410837/2191243/Ruuan+arvostus+raportti.pdf/c3bd2da8-cdd0-4212-b614-ca5e0c48cd19>. Luettu 11.10.2016.
- Moilanen, T. 30.1.2015. Service Design, Palvelumuotoilu. Mukailen Moritz, S. 2005. Luentomateriaali. Haaga-Helia.
- Moitus, S. 1995. Suomalainen tapa- ja ruokakulttuuri kansainvälistyvässä maailmassa. Valtioneuvoston kulttuurihanke, Opetusministeriö. Helsinki.

Moritz, S. 2005. Service Design. Practical Access to an Evolving Field. Verkkokirja osoitteesta <http://www.stefan-moritz.com/#book>. Lontoo.

MTV Uutiset 2016. Vain puolet perheistä syö joka päivä yhdessä - ”Ei kerta kaikkiaan ole tapana”. Luettavissa: <http://www.mtv.fi/uutiset/kotimaa/artikkeli/puolet-perheista-syo-joka-paiva-yhdessa-ei-kertakaikkiaan-ole-tapana/5931056>. Luettu 11.10.2016.

MTV Lifestyle 2016. Maailmankuulu huippukokki avaa Suomeen kaksi ravintolaan. Luettavissa: <http://www.mtv.fi/lifestyle/makuja/artikkeli/maailmankuulu-huippukokki-avaa-suomeen-kaksi-ravintolaa/6013414>. Luettu 18.10.2016.

Mäkelä, J. 1991. Defining a Meal. Teoksessa Fürst, E., Prättälä, R., Ekström, M., Holm, L. & Kjaernes Unni (toim.). Palatable Worlds. Sociocultural food studies, s. 87–95. Solum Forlag. Oslo.

Mäkelä, J. 2000. Cultural Definitions of the Meal. Teoksessa Meiselman, H. 2000. Dimensions Of The Meal. The Science, Culture, Business and Art of Eating, s. 7–18. Aspen Publishers, Inc. Gaithersburg, Maryland.

Mäkelä, J., Palojoki, P. & Sillanpää, M. 2003. Ruisleivästä pestoon. Näkökulmia muuttuvaan ruokakulttuuriin. WS Bookwell Oy. Porvoo.

Mäkelä, J. 2004. Pysyvä ja muuttuva suomalainen ruokakulttuuri. Teoksessa Saarikangas, K., Mäenpää, P., Sarantola-Weiss, M. Suomen kulttuurihistoria 4, s. 361-372. Otavan Kirjapaino Oy. Keuruu.

Ochs, E. & Shoet, M. 2006. The Cultural Structuring of Mealttime Socialization. New directions for child and adolescent development, no. 111, s. 35–47. Wiley InterScience.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. WSOYpro Oy. Helsinki.

Pine, B. J. & Gilmore, J. H. 1999. The Experience Economy. Work Is Theatre and Every Business is a Stage. Harvard Business School Press. Boston.

Pliner, P. & Rozin, P. 2000. The Psychology of the Meal. Teoksessa Meiselman, H. 2000. Dimensions Of The Meal. The Science, Culture, Business and Art of Eating, s.19–39. Aspen Publishers, Inc. Gaithersburg, Maryland.

ProLuomu 2016. Suomen luomumarkkinat vahvassa kasvussa. Luettavissa:
<http://proluomu.fi/suomen-luomumarkkinat-vahvassa-kasvussa/>. Luettu 7.10.2016.

Purhonen, S. & työryhmä: Gronow, J., Heikkilä, R., Kahma, N., Rahkonen, K. & Toikka, A. 2014. Suomalainen maku. Kulttuuripääoma, kulutus ja elämäntyylien sosiaalinen eriytyminen. Tallinna Raamatutrükikoja OÜ. Tallinna.

Rahkonen, J. 2013. Taloustutkimus Oy. Uutiskirje 4/2013. Mureneeko yhteisöllisyys Suomesta? Luettavissa: <http://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutiskirje/uutiskirje-4-2013/mureneeko-yhteisollisyys-suomest/>. Luettu 20.9.2016.

de Rezende, Carvalho D., Alberto, M. ja Silva, R. 2014. Eating-out and experiential consumption: a typology of experience providers. *British Food Journal*, 116, 1, s. 91 – 103.

Ruoppila, S. & Cantell, T. 2000. URBS – kirja Helsingin kaupunkikulttuurista. Toim. Stadiipiiri. Helsinki.

Räsänen, M. 1980. Ruoka ja juoma sosiokulttuurisena kuvastimena. Jyväskylä.

Sillanpää, M. 1999. Happamasta makeaan. Suomalaisen tapa- ja ruokakulttuurin kehitys. Gummerus Kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Sneck, P. 2016. Vain joka toinen suomalaisperhe syö päivittäin yhdessä – ”Yhteinen ateriointi tuntuu vaivalloiselta ja oudolta”. Helsingin Sanomat. Luettavissa:
<http://www.hs.fi/kotimaa/a1465183247496>. Luettu 26.10.2016.

Sobal, J. 2000. Sociability and Meals: Facilitation, Commensality and Interaction. Teoksessa Meiselman, H. 2000. Dimensions Of The Meal. The Science, Culture, Business and Art of Eating, s. 119–133. Aspen Publishers, Inc. Gaithersburg, Maryland.

Sre 2009. Suomalaisen ruokakulttuurin edistämishjelma. Ravintolassa syöminen vaikuttaa lapsiperheen imagoon. Luettavissa:
http://www.laaturketju.fi/ruoka.fi/www/fi/index.php?we_objectID=261. Luettu 18.11.2016.

Suolaa & Hunajaa 9.1.2015. Kasvikset valtaavat tilaa lautasiltamme. Luettavissa:
<http://suolaajahunajaa.com/2015/01/09/kasvisten-syomisesta/>. Luettu 2.8.2016.

Syödään yhdessä graafinen ohjeistus kumppaneille. 15.12.2016.

Tarssanen, S. 2009. Elämystuottajan käsikirja. Luettavissa:

[http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/\\$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf](http://87.108.50.97/relis/REL_LIB.NSF/0/04BF71151EF96086C225763300257188/$FILE/elamystuottajan-kasikirja.pdf). Luettu 21.10.2016. Oy Sevenprint Ltd. Rovaniemi.

The Thai Experience. Verkkosivusto. Luettavissa: <http://www.thethaiexp.com/the-thai-experience/>. Luettu 13.12.2016.

Tilastokeskus 2013. Syömisen ajat ja paikat. Luettavissa:

http://www.stat.fi/artikkelit/2012/art_2012-09-24_007.html?s=0. Luettu 19.9.2016

Turun Sanomat 2013. Hei, let's eat together. Tilli & Pulla -blogi. Luettavissa:

<http://ruoka.ts.fi/tilli-pulla/hei-lets-eat-together-2/>. Luettu 18.10.2016.

Unicef 2007. An overview of child well-being in rich countries. Luettavissa:

https://www.unicef-irc.org/publications/pdf/rc7_eng.pdf. Luettu 11.10.2016.

Varjonen, J. & Peltoniemi, A. 2012. E-kirja. Kodin ulkopuolella ruokailu osana ruokailutottumusten muutosta 1990–2010. Kuluttajatutkimuskeskus.

Warde, A. & Martens, L. 2000. Eating Out. Social Differentiation, Consumption and Pleasure. University Press. Cambridge.

Wilderness, T. 2015. Neighbour Challenge. Youtube-video. Katsottavissa:

<https://www.youtube.com/watch?v=D36zHMSZ3VA>. Katsottu 22.10.2016.

Wood, Roy C. 1995. The sociology of the meal. Edinburgh University Press. Edinburgh.

Yieng-Sbirakos, V., Dixon, J., Seubsman, S-A. & Sleigh, A. 2015. Health, Happiness and Eating Together: What can a large Thai cohort study tell us? Global journal of health science. December 2015, s. 270-275. Luettavissa:

https://www.researchgate.net/publication/273310983_Health_Happiness_and_Eating_Together_What_Can_a_Large_Thai_Cohort_Study_Tell_Us . Luettu 19.4.2016.

Liitteet

Liite 1. Asiantuntijahaastattelun kysymykset

Asiantuntija: _____

Yritys: _____

Asema yrityksessä: _____

Nimeni ja yritykseni nimi saavat näkyä opinnäytetyössä Kyllä ___ Ei ___

Päivämäärä ja paikkakunta:

1. Onko Sinulla kokemusta (palveluntarjoajana tai kuluttajana) sosiaalisen syömisen konsepteista ja jos on, mitkä olivat konseptin ominaispiirteet?
2. Sosiaaliseen syömiseen keskittyvällä konseptilla voivat olla kohderymänä esimerkiksi perheet, ystäväporukat tai yksilöt.
 - a. Minkälaisia tarpeita näet näillä eri kohderyhmillä yhteisölliselle ravintolakäynnille?
 - b. Minkälaisia ennakkoluuloja, esteitä tai haasteita näet eri kohderyhmillä, jotka tulisi voittaa?
3. Millä tavoin ravintola voisi rohkaista eri kohderyhmiä yhteisöllisyyttä korostavaan yhdessä syömiseen...
 - a. Varausvaiheessa? (Esim. varaustapa ja -aika, -kanava.)
 - b. Saapumisen yhteydessä?
 - c. Plaseerauksessa? (Esim. pöytien koko, muoto, asettelu, istumajärjestys.)
 - d. Ruoan valitsemisessa ja tilaamisessa? (Esim. millainen menu, miten valitaan, kuka valitsee/tilaa)
 - e. Palvelu- ja tarjoilutavassa? (Esim. jaettavat annokset, tarjoilutapa ja -järjestys, palvelun tarinallisuus.)
 - f. Ruoassa ja juomassa (Esim. raaka-aineet, yhdessä tekeminen, vastuullisuus, luomuruoka, terveellisyys, valmistustavat.)
 - g. Oheisohjelmassa (Esim. aktiviteetti, joka madaltaisi kynnystä syödä yhdessä)
 - h. Miljöössä? (Esim. musiikki, tunnelma, tarina.)
 - i. Maksutavassa? (Esim. ennakkoon, saapuessa, lähtiessä, kuka maksaa.)
 - j. Poistumisen yhteydessä? (Esim. jotain mukaan otettavaa.)
 - k. Muulla tavalla?

4. Mitkä voivat olla sosiaaliseen syömiseen keskittyvän konseptin haasteet ravintolalle?
5. Muita kehitysehdotuksia ja näkökulmia yhdessä syömiseen ravintolassa?

Liite 2. Ryhmähaastattelun kysymykset

Kiinnostus/motivaatio

- a. Mikä sinut saisi innostumaan ja lähtemään sosiaalisen syömiseen tapahtumaan? Mitä odottaisit tapahtumalta?
- b. Tulisitko yksin vai yhdessä jonkun kanssa?
- c. Millaista tietoa olisi kiva saada etukäteen? Motivoisiko jokin tieto tai ajatus sinua lähtemään?

Varaus

- a. Minkälainen varaustapa sopisi yhteisöllisen syömiseen tapahtumaan?
- b. Mitä mieltä olet, jos maksu ja tilaus tapahtuisi etukäteen?
- c. Mikä voisi olla linkki, joka yhdistäisi ihmisiä?

Saapuminen ja istuminen:

- a. Minkälainen vastaanotto rohkaisisi yhdessä syömiseen muiden kanssa?
- b. Mitkä asiat saavat luottamuksesi ja tekisivät olosi rentoutuneeksi?
- c. Minkälaiset pöydät ja istumajärjestys tekisi tilaisuudesta yhteisöllisen ja mieluisan?

Miljöö ja tunnelma

- a. Minkälainen olisi ihanteellinen miljöö, tunnelma ja palvelutapa?
- b. Millä tavoin henkilökunta voisi vaikuttaa viihtyvyyteesi?
- c. Minkälaiset asiat rohkaisisi sinua tutustumaan myös uusiin ihmisiin?

Ruoka ja tarjoilu

- a. Minkälaista ruokaa haluaisit syödä (suomalaisuus, lähiruoka, jaettava, sormiruoka)?
- b. Minkälainen olisi ihanteellinen ja yhteisöllinen tilaus- ja tarjoilutapa?
- c. Minkälaisia asioita lapsiperheet arvostaisivat erityisesti?

Aikana (ohjelma)

- a. Minkälaista muuta sisältöä sosiaalisen syömiseen tapahtumassa voisi olla?
- b. Miten haluaisit olla osallinen ja mitä itse tehdä tapahtumassa?
- c. Mitä haluaisit nähdä, kokea tai oppia?
- d. Mitä sosiaalisen syömiseen tapahtumassa olisi inhottavinta?

Maksu ja lähteminen

- a. Mikä olisi ihanteellisin tapa saada lasku ja maksaa? Mikä ärsyttävintä?
- b. Millä tavoin ravintola voisi huomioida lähtiessä? Haluaisitko saada tai ostaa jotain mukaan?
- c. Mitä pitäisi tapahtua, jotta joko tulisit uudelleen, suosittelisit muille tai veisit jostain uutta arkeen?

Liite 3. Sosiaalisen syömisen työkalupakki (alkuperäinen versio)



Yhdessä syömisen ABC

Työkaluja sosiaalisemman, yhteisöllisemmän ja elämyksellisemmän ravintolakokemuksen luomiseen

Johdanto



Vuonna 2017, kun itsenäinen Suomi täyttää 100 vuotta, tehdään yhdessä. Suomalaisen ruokakulttuurin edistämissäätiö, ELO, on mukana juhlavuoden toiminnassa *Syödään yhdessä* -hankkeella. Valtakunnallisen hankkeen tavoitteena on herättää henkiin yhdessä syömisen kulttuuria kutsumalla kaikki yhteisen pöydän ääreen, oli se sitten kotona, kylässä, luonnossa, työpaikoilla, kouluissa tai ravintoloissa.

Juhlavuoden marraskuun teema on *Syödään yhdessä ravintolassa*. Tämä työkalupakki on laadittu avuksi ravintoloille ympäri Suomen, jotta ne onnistuisivat kutsumaan suomalaiset syömään enemmän yhdessä ravintoloihin.

Työkalupakki on syntynyt Haaga-Helia ammattikorkeakoulun ylemmän AMK-tutkinnon (restonomi, YAMK) opiskelijan opinnäytetyönä, jonka toimeksiantajana ELO-säätiö on toiminut. Konstruktivisen lopputyön tutkimusmenetelmänä käytettiin *palvelumuotoilua*.

Prosessi sisälsi muun muassa

- ✓ suomalaisen ruokakulttuurin historiaan, syömisen sosiologiaan sekä elämysten tuottamiseen ja elementteihin tutustumista
- ✓ trendikartoitusta
- ✓ benchmarkingia
- ✓ asiantuntijahaastatteluja
- ✓ fokusryhmähaastattelua, brainstormingia sekä työpajatyöskentelyä.

Mikä työkalupakki?

Miksi?

ELO-säätiö haluaa suomalaiset ravintolat mukaan juhlavuoden tekemiseen. Opinnäytetyön ideana on ollut löytää ravintoloille työkaluja, joiden avulla ne voivat kokeilla jotain uutta tapaa, tapahtumaa, ideaa tai konseptia saadakseen asiakkaat enemmän ravintolaan syömään yhdessä.

Työkalupakki tarjoaa vinkkejä siihen, miten ravintolakokemuksesta voi tehdä sosiaalisemman, yhteisöllisemmän ja elämyksellisemmän, sekä miten tuttuja ja tuntemattomia voidaan rohkaista yhteisen ravintolapöydän ääreen. Se antaa konkreettisia esimerkkejä Suomesta ja maailmalta.

Kenelle?

Kuka tahansa saa osallistua. Työkalupakki on tarkoitettu kaikenkokoisille ja -tyyppisille ravintoloille ympäri Suomen. Olennaista on omalle liikeidealleen sopivien elementtien löytäminen.

Miten?

Työkalupakin avulla ravintolasi voi

- ✓ löytää ideoita siihen, kuinka se voi osallistua Syödään yhdessä –hankkeeseen ja Suomi 100 –juhlavuoden tekemiseen
- ✓ löytää oikean kohderyhmän, jolle tarjota yhteisöllisemmän syömisen kokemuksen ja sitä kautta saada enemmän asiakkaita
- ✓ löytää keinoja luoda toistuva tai pop up -henkinen yhdessä syömisen tapahtuma
- ✓ poimia omalle liikeidealleen osuvimmat elementit sosiaalista syömistä korostamaan
- ✓ löytää lisämyynnin paikkoja
- ✓ valita yhden tai useamman idean, joita hyödyntää luodakseen kokonaisen uuden konseptin
- ✓ saada ideoita siihen, kuinka tuottaa elämyksiä ravintolamiljöössä
- ✓ herätellä henkiin yhdessä syömisen kulttuuria toiminta-alueellaan ja synnyttää uusia ilmiöitä, jotka toivottavasti jäävät elämään tulevinakin vuosina.

Suomalaisesta ruokakulttuurista



Suomalainen ruokakulttuuri on alun perin syntynyt lännen ja idän vaikutteista. Maailmansodat, pula-aika, sesonkien vaihtelut ja pohjoinen ilmasto ovat vaikuttaneet moniin syömisen tapoihimme, suomalaisille tuttuun ruokalajien syntyyn ja valmistustapoihin, raaka-aineiden käyttöön sekä perinteisiin.

Kaupungistuminen, naisten työssäkäynnin lisääntyminen, kodinkoneiden yleistymisen, raaka-aineiden monipuolistunut valikoima ja omavaraisuuden väheneminen ovat muuttaneet ruokakulttuuriamme merkittävästi. Aiemmin suomalaisten ruokatapoja määritteli ruoan ja ruokailun arvostus: ruokaa ei saanut arvostella, kaikki raaka-aineet hyödynnettiin täysin eikä pöydässä sopinut käyttäytyä huonosti. Metelöinti ja nauraminen oli kiellettyä, ateriat tuli syödä loppuun ja lopuksi kiittää. Etenkin iltaruoka on ollut aiemmin suomalaisille tärkeä hetki kokoontua yhteen perheen kanssa. Äiti oli yleensä perheen keittiön valtiatar.

Myöhemmin ruokatavat vapautuivat, miesten kiinnostus ruoanlaittoon kasvoi ja nykyisin ”välipalaistuminen”, yhteiskunnan arvomaailman yksilöityminen ja hektinen elämänrytmi koettelevat sekä ravitsemuksen laatua että yhdessä syömisen perinteitä.

Tiesitkö, että 85% suomalaisista toivoo että yhdessä syöminen lisääntyisi Suomessa?

Vaikutteet ulkomailta, kaupunkikulttuurin monipuolistuminen, globaalit trendit ja etenkin vastuullisuus ovat muovanneet suomalaisesta ruokakulttuurista nykyisenlaisen.

Nykyisen suomalaisen ruokakulttuurin ominaispiirteitä ja vahvuuksia ovat joukkoruokailu ja puhtaat raaka-aineet, mutta heikkouksina nähdään tarinoiden ja sosiaalisen ulottuvuuden puute.

Etenkin kaupungeissa ravintolakulttuuri kukoistaa, uusia ideoita ja konsepteja kokeillaan jatkuvasti ja kilpailu on kovaa. Ulkona syömiseltä ei haeta enää vain palvelua, vaan kokonaisvaltaista elämystä eri aistiärsykkeineen. Ravintolaan mennään nauttimaan, rentoutumaan, tapaamaan ystäviä ja kokemaan uutta.

OECD-maiden välinen tutkimus osoittaa, että suomalaiset perheet syövät vähiten yhdessä. Sosiologien mukaan yhdessä syöminen luo alustaa oppimiselle ja muokkaa sosiaalisia suhteita. Sen myötä ihmiset luovat ja tiivistävät ihmissuhteita. Yhdessä syömisellä on paljon myönteisiä vaikutuksia eri ikäisten hyvinvointiin, etenkin lasten ja nuorten psyykkiseen ja fyysiseen terveyteen.

Yhteisöllisyyden arvostus on alkanut kuitenkin nostaa päätään Suomessa, ja muun muassa Syödään yhdessä –hankkeen avulla pyritään palauttamaan suomalaisten mieliin yhdessä syömisen perinteitä ja yhdessä olemisen tärkeyttä.

Työkalupakin sisältö



Työkalupakki koostuu mm. asiakkaan eri "palvelupolun" vaiheista. Voit klikata vaiheen numeroa tai edetä näppäimistön nuolilla. Jokaisen vaiheen jälkeen löydät konkreettisia esimerkkejä.

1	Kiinnostuksen herättäminen.....	6
2	Varaaminen.....	8
3	Saapuminen ja plaseeraus.....	11
4	Ruoka ja tarjoilu.....	14
5	Tunnelma ja miljöö.....	16
6	Ohjelma.....	19
7	Maksu ja lähtö.....	22
8	Vastuullisuus.....	26

Tiesitkö, että 42% suomalaisista haluaisi syödä yhdessä ravintolassa perheen tai ystävien kanssa useammin?



Kiinnostuksen herättäminen



Miten saat ihmiset kiinnostumaan yhdessä syömisen tapahtumasta tai konseptista? Mikä motivoi ihmisiä saapumaan paikalle? Olen näistä on idean esille tuominen näkyvästi, osuva kampanjointi sekä jokin uutusuusarvo. Voit myös perustella, miksi yhdessä syöminen on tärkeää ihan jokaiselle.

1. Kaikki lähtee liikeideasta!

- Minkälaista ruokaa tarjotaan?
- Missä ravintola sijaitsee?
- Minkälainen on ravintolan tyyli, entä hintataso?
- Onko tapahtumalla teema?

2. Kenet haluat kutsua?

- Haluatko tuoda perheitä yhteen vai tarjota eri ikäisille ystäväporukoille unohtumattoman illan?
- Olisiko sittenkin aika kokeilla uutta ja tuoda toisilleen tuntemattomat yhteisen pöydän ääreen?
- Keitä toisilleen tuntemattomat olisivat ja mikä heitä voisi yhdistää?

3. Markkinoi ja informoi selkeästi!

- Asiakkaan on tärkeä tietää, mihin hän tulee.
- Tuo siis ideasi selvästi esille. Käytä esimerkiksi verkkosivuilla kuvia, videoita, animaatioita tai sloganeita.
- Mistä asiakas kuulee teistä? Mieti löydettävyys ja markkinointi. Hyödynnä somea!
- Tee viestistä innostava ja lämminhenkinen!

4. Perustele, miksi kannattaa tulla!

- Korosta yhdessä ravintolassa syömisen hyötyjä, vaivattomuutta, uuden kokemista ja oppimista, hemmottelua, yhdessäoloa, yhdessä tekemistä, kontrastia arkeen sekä sitä, kuinka hauskaa se on!

Järjestä kohtauksia!

Ei etiketeistä väliä!

"Tule mukaan!"

"Jokainen on kutsuttu!"

5. Tee tilaisuudesta kiinnostava ja yllätyksellinen!

- Se voi olla tempaus, "pop up" tai kerran viikossa tai kuukaudessa toistuva tapahtuma, ja se voidaan järjestää koko ravintolassa tai vain osassa sitä.
- Mieti, mitä erilaisia tiloja voit hyödyntää: halleja, auloja, katuja, toreja, käytäviä ja saleja. Voisiko tilaisuuteen olla yhteiskuljetus?
- Mikä on tarjoamasi uutusuusarvo ruoassa, teemassa tai palvelussa?
- Hyödynnä jo valmiita Syödään yhdessä -hankkeen teemoja!

Ravintolakin voi jalkautua kadulle tai luontoon!

6. Värvää mukaan tunnettuja toimijoita vetonauloiksi!

- Kutsu mukaan TV-kokki, ruokabloggari tai alueen ruokavaikuttaja tai tee yhteistyötä paikallisten toimijoiden ja yritysten kanssa

Esimerkkejä!



1 Kiinnostuksen herättäminen



Selkeitä, visuaalisia ja innostavia verkkosivustoja:

- Roster Helsinki: <https://rosterhelsinki.com/>
- The Thai Experience: <http://www.thethaiexp.com/>

Uusi kanava ravintoloille asiakashankintaan:

- Finn Foodies: <http://www.finnfoodies.fi/> !

Sivusto, joka yhdistää tuntemattomia yhdessä syömisen kautta:

- Eatwith: <https://www.eatwith.com/>

Pop up -tapahtumia, joilla rohkaistaan lapsiperheitä ravintolaan:

- Perheet Safkaa: <http://familymatters.fi/tapahtumat/1>
- HopLopster: <https://hoplopster.fi/>

Syödään yhdessä –hankkeen tema- ja tapahtumakalenteri:

- ELO-säätiö: <http://syodaanyhdessa.fi/kalenteri/>

Yhteisöllisiä ruokatapahtumia, erilaiset sijainnit:

- Illallinen taivaan alla: <http://illallinentaivaanalla.yhteismaa.fi/suomi-100/>
- ELO-säätiön Syömään! –tempaus Helsingin rautatieasemalla: <https://www.facebook.com/syodaanyhdessa/videos/684275928414962/>
- Murun pop up Tytyrin kaivoksella: <http://www.turkulainen.fi/artikkeli/121868-vuoden-ravintola-muru-avaa-maailman-ensimmaisen-pop-down-ravintolan>

Tiesitkö, että yhdessä syöminen lisää perheiden yhteenkuuluvuuden tunnetta?

Tiesitkö, että vain puolet suomalaisista perheistä syö yhdessä päivittäin?



② Varaaminen



Jos tilaisuus on pop up -tyyppinen tai kertaluontoinen tapahtuma, saattaa ennakoon varaaminen olla paras ratkaisu. Varausvaiheessa asiakkaiden toiveista ja odotuksista on mahdollista saada tietoa jo etukäteen ja heitä voidaan informoida siitä, mitä tuleman pitää. Varaaminen voidaan myös tehdä uudella ja hausalla tavalla. Tapahtuman luonteesta riippuen paikalle on voitava tulla yksin tai yhdessä muiden kanssa.

1. Valitse ideaasi tukeva varaustapa

- Varataanko pöytä tai yksittäinen paikka verkkosivujen kautta, puhelimitse vai puhelinsovelluksen avulla, joka voi yhdistää asiakkaita hausalla tavalla?
- Mikä kiinnostuksen kohde, tema tai aihepiiri voisi toimia linkkinä ihmisten välillä?
- Varaustavan kannattaa olla vaivaton ja sitouttava.

2. Mieti jo nyt, mitä tilataan ja miten maksetaan

- Ravintolassa voi olla valmiit menukokonaisuudet, joista asiakas voi valita, tai ruoka voi olla pöytäseurueen kesken jaettavaa, jolloin hinnoittelu on helppoa.
- Ruoka on mahdollista tilata ja maksaa etukäteen. Ennakkomaksaminen sujuvoittaisi etenkin lapsiperheiden vierailua ja voi helpottaa myös ravintolan prosesseja.
- Tee yhteistyötä muiden toimijoiden ja sidosryhmien kanssa. Tapahtumaan voidaan myydä lippuja, jotka myöhemmin tilitetään ravintolalle.
- Juomat on yleensä kätevää maksaa paikan päällä kulutuksen mukaan.

3. Minkälaiseen pöytään varataan?

- Miten ravintolatilaa voidaan eri tavoin hyödyntää? Varaus voidaan tehdä esim.
 - pyöreään pöytään, jolloin keskustelu on helppoa kaikkien kanssa
 - pitkään pöytään, joka korostaa yhteisöllisyyttä ja vie vähiten tilaa
 - intiimimpään loosiin, joka voi olla etenkin perheille paras ratkaisu
 - tai jopa baaritiskille, jolloin kynnys saapua ravintolaan yksin madaltuu.

Pyöreä pöytä helpottaa keskustelua!

4. Yhteisölliseen pöytään varaaminen

- Asiakas voi varata paikan yhteisöllisestä pitkästä pöydästä (engl. community table).
- Tällöin yhteisöllisyyden ydin voi olla siinä, että kaikki syövät samaa, muiden kanssa jaettavaa ruokaa.
- Asiakkaat saapuvat samaan aikaan. Olisiko myös kätevintä maksaa etukäteen?
- Aina ei tarvitse kuitenkaan saapua yksin, vaan tuttavien voi ottaa mukaan, mikä madaltaa kynnystä lähteä kokeilemaan uutta.

Kynnystä voi madaltaa ottamalla kaverin mukaan!

Kokeile myös näitä!



Kokeile myös näitä!



Yllätyspöytätoveri

- Varausjärjestelmä antaa varata paikan 1 + 1 henkilölle. "Viereeni saa istuttaa kaverin!"

Maku-Match

- Voin varata paikan pöytään, jossa tiedän tapaavani uusia ihmisiä, jotka myös rakastavat...esimerkiksi pastaa!
- Mikä muu voisi yhdistää saman henkisiä ihmisiä?
- Voin myös itse lähettää kutsun syömään muille, myös ystäville.

Syödään yhdessä –potti

- Voin varata paikan isosta pöydästä ja maksaa oman panoksen (esim. 30 €).
- Ravintola laskee saavutetulle potille sopivan yllätysmenun.
- Koko rahan edestä herkkuja!

Ruokakutsurinki

- Ravintola voi tarjota kaveriporukoille mahdollisuuden säännöllisiin ruokakutsuihin, esimerkiksi joka tiistai klo 18.
- Kuka kutsuu seuraavaksi ja millä temalla?

Kuka muu tulee?

- Nettivaraus voi olla visuaalinen ja toimia kuten lentokoneessa.
- Voit klikata pöydän kuvaa, johon haluat istua ja valita paikan sen perusteella, keitä muita pöytään on tulossa.
- Voit luoda oman profiilin, jossa kerrot itsestäsi jotain kiinnostavaa.

Esimerkkejä!



② Varaaminen

Linkki ihmisten välille, seuran etsiminen ja löytäminen, sovelluksia varaamiseen:

- Randevoo: <https://www.randevoo.io/general/about/>
- Tinder Social: <http://blog.gotinder.com/launching-tinder-social-a-new-way-to-plan-your-night/>
- Meetup: <https://www.meetup.com/>

← Huom.
Suomalainen sovellus!

Tapoja, joilla yhdistää syöminen ja harraste, teema tai paikallisuus:

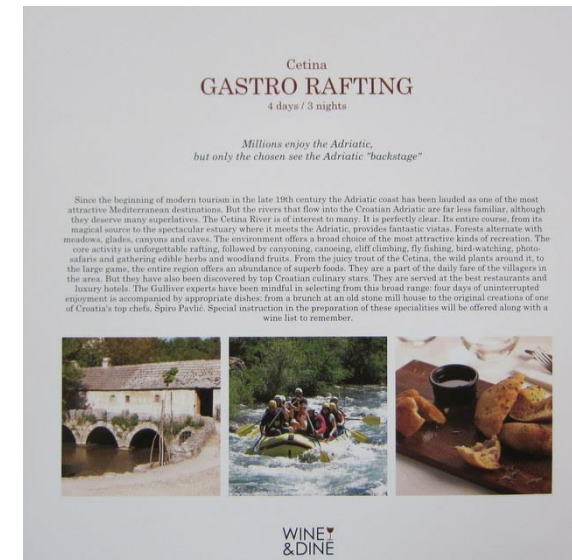
- Lumiravintola: <http://www.visitkemi.fi/fi/lumiravintola>
- Amazing Italy (ruoka ja autot): <http://amazing-italy.com/>
- Wine&Dine (ruoka ja joenlasku): <http://www.wineanddine.hr/>

Tapa, jolla tuntemattomat voivat varata paikan ravintolaan tutustuakseen uusiin ihmisiin:

- TableForEight: <http://tableforeight.com/>

Artikkeleita yhteisöllisten pöytien käytöstä ravintoloissa:

- RMagazine: <http://rmagazine.com/restaurant-trends-the-communal-table/>
- The Atlantic: <http://www.theatlantic.com/health/archive/2014/03/alone-together-the-return-of-communal-restaurant-tables/284481/>



③ Saapuminen ja plaseeraus



Ensivaiikutelma on tärkein! Kun ravintolaan saavutaan, on vastaanotolla suuri merkitys sille, minkälaisessa ilmapiirissä tilaisuus vietetään. Tee siitä henkilökohtainen, lämminhenkinen ja avoin. Asiakkaan luottamus saadaan ensi hetkessä. Asiakas tulee saada antautumaan palvelulle, ja henkilökunnalla on tässä suuri rooli.

1. Henkilökunta rikkoo jään

- Toivota jokainen asiakas tervetulleeksi persoonallisella ja vieraanvaraisella tavalla! Asiakas on tuttu, mutta ”vieras” (engl. guest).
- Saavuttaessa, kerro asiakkaille tilaisuuden kulku. Mitä tulee tapahtumaan? Miten istutaan? Miten tarjoilu etenee? Mitä ja miten syödään ja miten maksetaan?
- Luo asiakkaille rento ja luottavainen fiilis.
- Rohkaise tuntemattomia esittäytymään toisilleen.



”Mahtavaa, että tulitte, tervetuloa!”

2. Miten istutaan?

- Ohjaa asiakkaat heille varattuun pitkään tai pyöreään pöytään tai loosiin.
- Mieti, onko asiakkailla tietyt paikat, joissa istutaan koko tapahtuman ajan, vai saako pöydässä vaihtaa paikkaa?

3. Kata baaritiski!

- Voit kattaa baaritiskille paikat esimerkiksi yksin ravintolaan saapuville.
- ”Baaritiskisyöminen” voi toimia parhaiten ilman varausta saapuville.
- Baaritiskillä syödessä asiakas, vaikka olisikin yksin, on osa ravintolan yhteisöä.
- Henkilökunta huomioi asiakkaat, jutustelee ja luo rentoa ilmapiiriä.

Baaritiskilläkin voi tapahtua kohtaamisia!



4. ”Community table” ilman varausta

- Yhteisölliseen pitkään pöytään voi tulla myös ilman varausta, yksin tai muiden kanssa.
- Asiakkaat voivat tulla ja mennä omia aikojaan, eikä varsinaista kontaktia ole pakko ottaa muihin.
- Henkilökunta voi kuitenkin jutustella kaikille pöydissä oleville yhtä aikaa ja tehdä kaikkien olosta kotoisaa.
- Community table voi myös tarjota mahdollisuuden yksilöiden tai ystäväporukoiden kohtaamisille.
- Työpaikkaruokaloissakin voi hyödyntää yhteisöpöytiä verkostoitumiseen.

Herätetään yhdessä syömisessä henkiin myös työpaikoilla!



Kokeile myös näitä!



Kokeile myös näitä!



Nimeä pöytä!

- Olisiko se "Community table", "Istu kanssani -pöytä", "Yhteisöpöytä", "Yhdessä-pöytä"? Vai työlounaille "Verkostopöytä" tai "Kännykkävapaa-pöytä"? Ystävyksille "Friends' table", "Kaveripöytä" vai perheille "Family table" tai suomalaisittain "Perhepöytä"?

Pöytä ja tuolit vai sittenkin...

- ...nurkkaus, jossa on kasa tyynyjä, joilla voi rennosti oleskella porukassa.
- Pöydät voidaan korvata matalilla tasoilla.

The Toastmaster

- Henkilökunta voi omaksua isännän roolin suunnannäyttäjänä ja viihdyttäjänä.
- "Toastmaster" voi kuitenkin olla myös vieras tai teemaan liittyvä opas.
- Isäntä/toastmaster antaa alkusysäyksiä keskusteluun, johdattelee ja esittelee.
- Hauska aihe voi rentouttaa esittelyä: "Mikä on ollut Sinun elämäsi paras ateria?"

Seisova aloitus

- Tunnelma rentoutuu, kun alussa "jutustellaan ja tutustellaan" seisten.
- Alkudrinkki kouraan ja pikkusytävää...ja vasta sitten pöytään!

Kysymyslista

- "10 hauskaa kysymystä, joilla tutustut tuntemattomaan".
- Hiljaisia hetkiä ei tarvitse pelätä, kun kuka tahansa voi nostaa kysymyskortin pöytään.

Esimerkkejä!



③ Saapuminen ja plaseeraus



”Community table” ja katettu baaritiski:

- Nopa (USA): <http://nopasf.com/>

Yhteisöllinen pitkä pöytä Suomessa:

- Kitchen & Table: <http://www.kitchenandtable.fi/>

Yhteisöllinen pitkä pöytä, henkilökunnalla isännän ja oppaan rooli:

- The Thai Experience (TH): <http://www.thethaiexp.com/>

Pöydän nimeäminen:

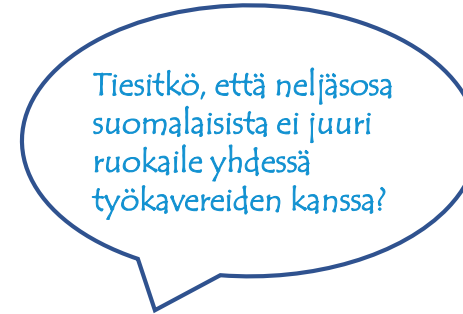
- Restaurant 17 (USA): <http://www.restaurant17.com/friends-table/>

Baaritiskillä syöminen, henkilökohtaisuus, isäntänä toimiminen:

- Mikko Utter: <http://www.mikkoutter.fi/index.html>

Erlaisia kysymyksiä, joita voi hyödyntää tutustumisessa:

- Cityn artikkeli: <http://www.city.fi/suhteet/rakastumiseen+tarvitaan+36+kysymysta/8482>



© Kitchen & Table Helsinki



4 Ruoka ja tarjoilu



Asiakkaat tulevat ensisijaisesti nauttimaan hyvästä ruoasta, joten ruokaan kannattaa kiinnittää erityistä huomiota. Se, mitä ja miten ruokaa tarjotaan, lähtee liikkeidestä, mutta ole kokeileva! Elämyksiä luodaan erilaisilla aistiärsykkeillä, yllätyksellisyydellä ja osallistamisella. Ruoan voi rakentaa myös teeman ja tarinan ympärille. Myös mystisyys kiehtoo.

1. Luo jokin teema

- Onko ravintolalla jokin valmis teema, tai voisitko luoda sellaisen, jonka ympärille ruoka ja miljöö rakentuisivat?
- Teemassa voivat korostua Suomen luonnon antimet, vuodenajat, maakunnalle paikalliset herkut, muun maan ruokakulttuuri tai vaikka jokin aihepiiri, kuten keskiaikainen ruoka, mindfulness tai ruokasymbolit.
- Hyödynnä Suomen ruokamatkailustrategian kärkiteemoja!
- Voisiko ruoka pohjautua tarinaan, jonka juoni kulkee läpi tapahtuman? Miten saat asiakkaan uppoutumaan?
- Henkilökunnalla on tärkeä rooli tarinankerronnassa.

2. Tarvitaanko ruokalista?

- Kirjoita menu ravintolan seinälle liitutauluun tai pöydällä olevaan menukorttiin. Vältä pitkiä ruokalista.
- Henkilökunnan on osattava myydä ja suositella. Vahvista siis luottamusta, ja pidä yllä sosiaalista ja vieraanvaraista tunnelmaa. Etsi uusia tapoja lähestyä asiakasta!
- Muista huomioida erikoisruokavaliot. Jaettava ruoka, jossa jokaiselle on jotain mistä valita, on helppo ratkaisu tähän - myös ennakkoon tilattaessa.

“Luetaan menuta yhdessä!”

Pieni asiakas on yhtä tärkeä!

Mieti, miten lapsikin voidaan osallistaa!

3. Trendiruokaa

Pieniä annoksia, tapaksia ja fingerfoodia!

- Vastuullisuus, suomalaisuus ja lähiruoka ovat nyt ”pop”! Hyödynnä trendejä ruoassa.
- Kun haluat korostaa yhteisöllistä kokemusta, tarjoa jaettavaa ruokaa. Asiakkaat annostelevat itse. Kulhojen kiertäessä myös kontakti ja jutustelu vierustoverin kanssa on luontevaa.
- Jaettavien annosten tarjoilu voi rytmittää alkuruokiin, pääruokiin ja jälkiruokiin. Tarjoile kaikille samaan aikaan.

Tarjoa jälkiruoksi vaikka kokonainen kakku!

Erlaisia ruokalajeja kipoista, kulhoista ja vadeista!

4. Lapsiperheille tarjoilu

- Lapsiperheet odottavat ravintolakäynniltä vaivattomuutta ja sujuvuutta. Alkuprosessien ja odottelun poisto voi keventää tunnelmaa.
- Mieti, jos tilaus olisi otettu ja ruoat maksettu jo etukäteen. Juomat ja leipäkori voidaan tuoda pöytään jo heti perheen saavuttua.
- Ota suora kontakti lapseen, jutustele ja tarjoa ratkaisuja vaativampaankin makuun.
- Jaettava ruoka sopii myös perheille!

Esimerkkejä!



④ Ruoka ja tarjoilu

Tapoja korostaa suomalaisuutta ja hyödyntää lähiruokaa:

- Finnjavel: <http://www.finnjavel.fi/>
- Grön: <http://www.restaurantgron.com/>
- Kultahovi (Inari-menu): <https://youtu.be/OlF1s7-ATrM>

Sosiaalista syömistä ja jaettavaa ruokaa:

- Bronda: <http://ravintolabronda.fi/>
- Baskeri & Basso (myös menutaulu): <http://www.basbas.fi/>

Tarinan luominen ruoan ja juoman ympärille:

- A21 Dining: <https://www.a21.fi/dining>
- Foodlab: <http://aromilehti.fi/artikkelit/ravintola-foodlabissa-luodaan-uutta-juomakulttuuria/>

Vinkkejä tarinallistamiseen:

- Tarinakone: http://www.tarinakone.fi/lataukset/tarinallistamisen_opas.pdf

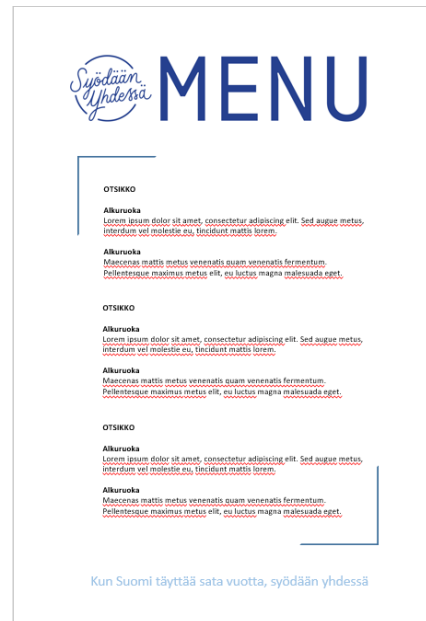
Teeman luominen valmiiden aiheiden ympärille:

- Suomen ruokamatkailustrategian teemalliset painopistealueet (Taste of Place, Pure Pleasure ja Cool and Creative): <http://www.hungryforfinland.fi/>

Tutustu Suomen ruokamatkailustrategiaan ja poimi vinkit teemallisuuteen!

Hyödynnä valmiita menupohjia!

<http://syodaanyhdessa.fi/materiaalipankki/>



Ravintola Baskeri & Basso



© Kaapo Kamu



5 Tunnelma ja miljöö



Tunnelman tekevät ihmiset ja miljöö. Tärkeintä on lämmin vuorovaikutus muiden kanssa. Ravintola voi kuitenkin valita, minkälaista palvelumaisemaa se haluaa lähteä rakentamaan. Mikä tekisi ravintolasi tunnelmasta ja miljööstä elämyksellisen?

Laita persoona peliin!

1. Henkilökunta luo tunnelmaa

- Sosiaalisen ja yhteisöllisen ilmapiirin luomisen taustalla on ammattitaitoinen, sosiaalinen ja vieraanvarainen (engl. hospitable) henkilökunta.
- Kun asiakas on vieras (engl. guest), on henkilökunnalla isännän rooli. Henkilökunta viihdyttää, ohjaa iltaa, keskustelee ja luo rentoa tunnelmaa.
- Kun henkilökunta heittäytyy, asiakaskin heittäytyy!

2. Toinen tunnelman rakentaja on tarina

- Tarinallisuus lähtee jo liikeideasta tai tapahtuman konseptista.
- Tarinan voi liittää ruokaan, palveluun ja miljööseen.
- Henkilökunnan rooli korostuu myös tarinankertojana. Tarina luo keskustelua ja haluttua palvelumaisemaa ravintolaan.
- Tarinallisuutta voi luoda esimerkiksi ruoasta, suomalaisista, ruokakulttuurista tai jostain tietystä temasta.
- Varoithan kuitenkin, ettei tarinasta tule "päälleliimattua".

3. Palvelumaiseman luominen

- Ravintolan palvelumaisema voi olla esimerkiksi autenttinen eli aito ja teeman mukainen, rento, kodinomainen kuten "paikallinen" tai erottuva eli sellainen, jossa on uutuusarvoa.
- Miten sinun ravintolasi voisi profiloitua? Minkälainen palvelumaisema vastaisi kohderyhmän odotuksia?
- Miltä näyttää? Huomioi esteettisyys ruoan esillepanossa, sisustuksessa ja kattauksessa!

Aina on syytä juhlaan, arjenkin keskellä!

QR-koodien avulla asiakas pääsee kurkistamaan syvemmälle tarinaan!

Järjestä "kekrit" tai "pidot"!

Kokeile myös näitä!



Kokeile myös näitä!

Ruokatahtumia ympäri vuoden

- Suomen ilmasto luo haasteita ympärivuotisille ruokatahtumille.
- Minkälaisen tapahtuman saisi rakennettua leirinuotion ympärille tai lämmitettyyn teltaan?
- Minkälainen ruokatahtuma olisi sellainen, jossa kokit valmistavat ruokaa asiakkaiden itse luonnosta keräämistä tai kotona kasvattamista raaka-aineista?
- Omavaraisuus, perinteet ja jakamistalous ovat uudessa nousussa. Hyödynnä näitä arvoja!

Nuorille oma olohuone

- Nuoret kaipaavat tiloja, joissa viettää aikaa ja tavata uusia ihmisiä. Minkälaisen sosiaalisen syömisen konseptin saisit luotua heille?
- Myös nuorille tulee suoda tilaisuuksia syödä yhdessä ja aterioida pitkään.
- Mitä edullista, terveellistä ja ajan hengen mukaista ruokaa keksisitkään nuorille?



Esimerkkejä!



5 Tunnelma ja miljö



Virtuaalisuus apuna miljöön ja teeman luomisessa:

- Haaga-Helian The Box-hanke: <http://www.thebox.fi>

Festivaalihenkiyys:

- FoodandFun Turku: <http://foodandfunfinland.fi/>

Tapa tehdä yhteistyötä ja luoda ”meininkiä”:

- Kaartin6: <http://kaartin6.com/#post-2>

"Näyttämön", miljöön tai ruoan tarinallistaminen:

- Tarinakone: http://www.tarinakone.fi/lataukset/tarinallistamisen_opas.pdf
- Måltidsvision: <http://www.maltidsvision.se/maltidsvision-a-creative-experience-designer/>

Erottuva miljö, leirinuotiolla ympäri vuoden:

- Cafe Regatta: <https://www.facebook.com/pages/Cafe-Regatta-official/125305227553336>

Ruokatapahtumia ympäri vuoden:

- Syödään yhdessä Suomi 100 –tapahtumat: <http://syodaanyhdessa.fi/kalenteri/>

Katso Haaga Box video!



Poimi ideoita ruokatapahtumiin
Syödään yhdessä –kalenterista!



6 Ohjelma



Yhdessä oleminen on tärkeintä, eikä erillistä ohjelmaa ole välttämätöntä olla. Kuitenkin, jos ohjelmaa on, se lähtee usein liikkeestä. Voit miettiä, rohkaisisiko jokin ohjelma tai yhdessä tekeminen kontaktin ottamiseen tai yhteisöllisyyteen. Tärkeintä on, ettei ohjelma, palvelutapa tai sosiaalisuuteen rohkaiseminen ole väkinäistä tai pakotettua. Kaiken on tapahduttava kuin luonnostaan.

1. Elämyksen osa-alueet avuksi

- Jos haluat järjestää jonkinlaista ohjelmaa, mieti voisiko se liittyä ruokaan, valittuun teemaan tai yhteisöllisyyteen.
- Elämyksen osa-alueita ovat viihteellisyys, opetuksellisuus, esteettisyys ja eskapismi eli todellisuudenpakoisuus.
- Voit pohtia, mikä olisi yllättävää, viihdyttävää, hienon näköistä, kuuloista tai tuoksuista. Mitä uutta asiakas voi oppia?
- Entä, miten asiakas voisi aktiivisesti osallistua ohjelmaan?

Luo moniaistisuutta!

2. Mitä se sitten voisi olla?

- Olisiko se pöydästä pöytään kiertävä taikuri vai yllätysvieras, kuten tunnettu TV-kasvo?
- Ohjelma voi olla yhdessä tekemistä, vaikkapa cocktailien valmistamista seurueen kesken. Mieti, mitä muuta pöydässä voidaan jakaa, kuin ruokaa.
- Lapsiperheet arvostavat pieniä huomionosoituksia ja pientä viihdykettä lapsille.

Enemmän fun-diningia kuin fine-diningia!

3. Ja kaikista tärkeintä...

- Keep it simple! Poista tunnelmasta, mahdollisesta ohjelmasta ja palvelusta liika monimutkaisuus.
- Parhaimmassa tapauksessa Family table, Friends table tai Community table jää elämään myös tuleviksi vuosiksi.

Pois etiketit ja pönöttäminen!

Puuhatehtäviä ja värikyniä!

Makutestejä ja tarinaa!

Kokeile myös näitä!



Kokeile myös näitä!

Yhdistävä teema

- Mindfulness-ruokailussa keskitytään tietoiseen syömiseen, maisteluun, pureskellaan rauhassa ja nautitaan hetkestä.
- Tule sellaisena kuin et ole: Naamiaiset tai venetsialaiset karnevaalit!
- Uuteen ruokatrendiin tai ruokavalioon tutustuminen oppaan johdolla.
- Ilta sinkuille! Värikoodeja, yhdistäviä teemoja ja yhdessä tekemistä!
 - Minkälainen olisi ravintolan oma ”Dinder” (vrt. Tinder)?

Tehdään omat juhlat!

- Tuodaan oma lempiraaka-aine.
- Katetaan pöytä yhdessä.
- Isäntä kutsuu pöytään, kun ruoka on valmis.



Ruokaopas

- Ruokaopas johdattelee aistimusten maailmaan, kertoo ruoasta ja mauista sekä herättää keskustelua.
- Ruokaopas voi olla tarjoilija, kokki tai teemaan sopiva kutsuvieras.
- Oppaan avulla voidaan löytää tarinaa raaka-aineiden takaa ja oppia uusia makuja.

Makujen ilta

- Osaammeko nimetä perusmakuja?
- Kokeillaan uusia raaka-aineita, yritetään tunnistaa ja arvata makuja.
- Kokitkin saavat haastetta pukiessaan raaka-aineet uusiin muotoihin.
- Miten tässä voisi hyödyntää molekyyli-gastronomiaa?

Esimerkkejä!



⑥ Ohjelma



Yhdessä tekemistä mm. cocktailien valmistamista:

- The Thai Experience: <http://www.thethaiexp.com/>

Uusien makujen tunnistamista ja aistimista, ohjelmaa lapsille:

- Heureka Makukoulu: <http://www.heureka.fi/makukoulu/>
- Ravintola Brondan aistirata Perheet Safkaa –tapahtumassa

Yhdessä tekemistä, workshoppeja:

- Bread Ahead (UK): <http://www.boroughmarket.org.uk/traders/bread-ahead>

Erilaisten asioiden yhdistämistä ja elämyksiä kaikille aisteille:

- Ruokateatteri: <http://www.ruokateatteri.fi/>

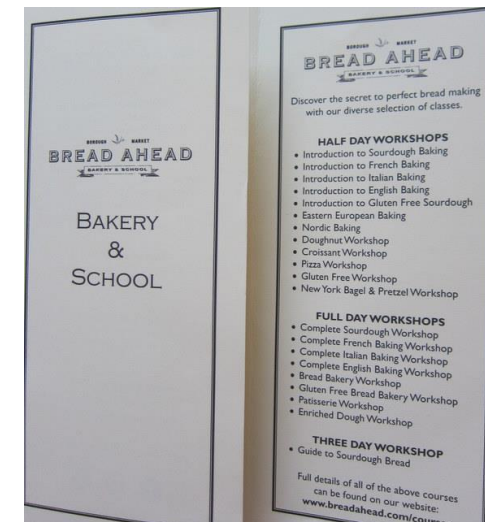
Hiljainen ateria, erilainen teema ja aistiärsyke:

- Gallen-Kallelan museon hiljainen ateria <http://www.gallen-kallela.fi/hiljainen-ateria/>

Mindfulness-ruokailu, erilainen teema:

- Tiirikkala: <http://ruoka.ts.fi/jutut/mindfulness-lounaalla-kaytetaan-kaikkia-aisteja/>

Ravintola Brondan aistirata lapsille



Bread Ahead, UK



7 Maksu ja lähtö



Isommissa seurueissa jokaiselle oman laskun tuominen vie aikaa sekä asiakkailta että ravintolalta. Rennompi ja hauskempi maksutapa voi "rikkoa jään" ja jättää asiakkaalle hyvän mielen myös lähtiessä. Tässä vinkkejä, miten vierailu jää asiakkaan mieleen.

"Yhdessä syöminen on tärkeää!"

"Tiesitkö että...? Muistatko vielä, kuinka...?"

1. Se ennakkoon maksaminen

- Ennakkoon maksaminen poistaa aikaa vieviä prosesseja ja tekee tilaisuuden päätöksestä mukavamman.
- Ensimmäinen kierros juomista voidaan maksaa myös etukäteen, mutta mieti lisäostoksille sopiva maksutapa.
- Hyödynnä teknologiaa! Olisiko varaaminen, tilaaminen ja maksaminen onnistunut esimerkiksi puhelinsovelluksella?

2. Tee maksamisesta hauskaa!

- Jos lasku maksetaan lähtiessä, mieti hauska, liikeideaan sopiva tapa tuoda lasku, vaikkapa säilyketölkissä tai pelikorttirasiassa.
- Mitä laskun kera voisi tuoda? Olisiko se vitsi, tietoisuus tai trivia?
- Asiakkaalla voi olla edessään pieni kortti, johon merkitään tilatut juomat ja esimerkiksi take away -tuotteet. Se ojennetaan tarjoilijalle, jonka perusteella tuotteet veloitetaan.
- Mikä muu voisi toimia maksun tunnisteena? Katso esimerkki!

3. Yhteisöllistä maksamista?

- Maksetaan yhdessä! Jokainen voi maksaa tasaosuuden joko etukäteen tai lähtiessä.
- Mieti, voisiko hinta olla edullisempi isoissa jaetuissa pöydissä.
- Tarjoa eri hintahaarukoita eri budjetteihin, esimerkiksi 30 euron tai 50 euron menu.

Kerro uudeltaisesta maksutavasta ennakkoon!

Hypisteltävää...giveaway...
trivioita...sloganeita...

4. Älä unohda viimeisiä sanoja!

- Isännän rooli jatkuu tilaisuuden alusta loppuun saakka.
- Mikä jättäisi asiakkaalle pysyvän muiston?

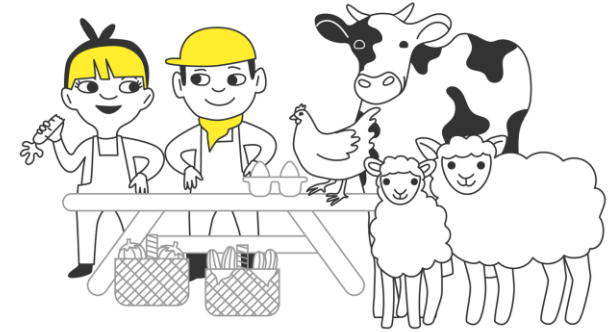
"Ihana, kun kävitte!"

Muista jälkihoito!

Kokeile myös näitä!



Kokeile myös näitä!



Give away!

- "Giveaway" voi olla pieni huomionosoitus, joka antaa pysyvän muiston.
- Ota valokuva tai anna käyntikortti, jonka takana on resepti tai muistutus syödä yhdessä myös arjessa.
- Ravintolan hauskalla tavalla tehty käyntikortti voi toimia myös suosittelun välineenä!

Lisämyyntiä!

- Tuotteista tapahtuman elementit ruokapaketein, herkkutuottein, reseptikirjoin tai lahjakortein.
- Pientuottajien tai ravintolan omia tuotteita voidaan myydä kotiin.
- Pöydissä voi olla pieni lehtinen tai kortti, josta kotiin viemiset voidaan valita. Rasti ruutuun!
- Tuotteet maksetaan ja ojennetaan asiakkaalle lähtiessä.

Uusia ystäviä ja kontakteja

- Varmista, että uudet kontaktit ja ystävyydet säilyvät!
- Osa vieraista voi haluta pitää yhteyttä toisiinsa myös tapahtuman jälkeen.
- Jo varausvaiheessa järjestelmä voi kysyä lupaa yhteystietojen välittämiseen muille, niin käyntikortit voidaan unohtaa!

Tee toimitusketju näkyväksi!

- Asiakkaat arvostavat läpinäkyvyyttä ja tietoutta tuotteista.
- Avaa ravintolan yhteistyökumppaneiden verkostoa ja jaa tietoutta siitä, mistä ruoka ja juoma tulee.
- Kerro tarinaa tuotteiden takaa!

Esimerkkejä!



7 Maksu ja lähtö



Hauska tunniste (cocktail-tikut), jonka perusteella ruoka maksetaan:

- Pinchos-baarit Espanjan Baskimaassa: <http://www.timeout.com/barcelona/food-and-drink/pintxos-in-barcelona>

Mukaan otettava esite tai menu sekä nettikauppa ja puhelinsovellus lisämyynnin tueksi:

- Jamie's Italian (UK): <https://www.jamieoliver.com/italian/>

Lapsille väritettävää ja mukaan otettava resepti:

- Ravintola Bronda (kts. kuvat)

Kätevä tapa tehdä lisämyyntiä tuotteiden ulosmyynnillä (keittiötarvikkeet, ruokatuotteet):

- Bill's (UK): <https://bills-website.co.uk/menu/>

Pientuottajien tuotteiden myyntiä ravintolassa:

- Ravintola Nokka: <http://www.ravintolanokka.fi/fi/ravintola/pientilatori/>

Edullisempaa ravintolaruokailua asiakkaille ja lisää asiakkaita ravintoloille:

- Finn Foodies: <http://www.finnfoodies.fi/>

Materiaalia ja tietoiskuja yhdessä syömisestä:

- ELO-säätiön materiaalipankki: <http://syodaanyhdessa.fi/materiaalipankki/>

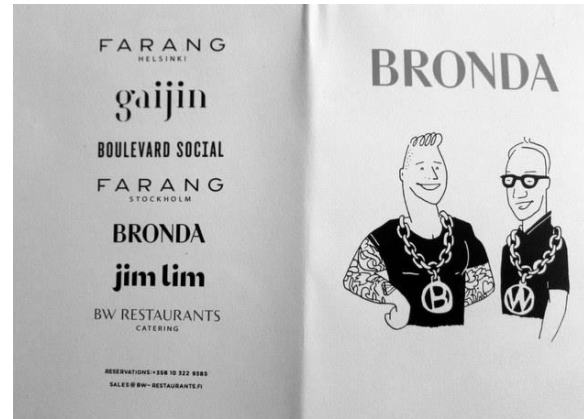


Kuvia seuraavalla sivulla!

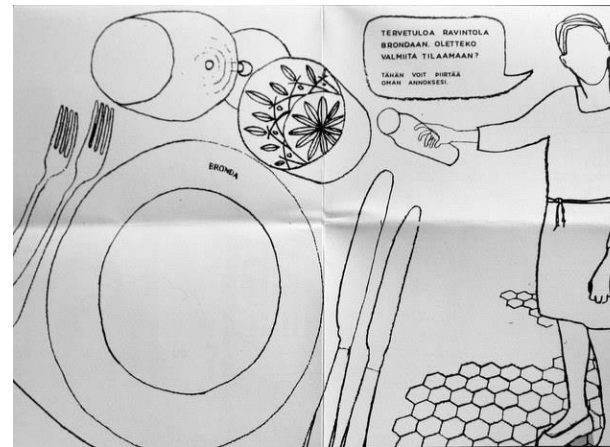




Jamie's
Italian, UK



Ravintola Bronda



Bill's, UK

Tutkimusfaktoja
yhdessä syömisestä,
ELO-säätiö.



8 Vastuullisuus



Vastuullisuus ei ole vain trendi, vaan nykyisin asiakkaat edellyttävät läpinäkyvyyttä ja vastuunkantoa jokaiselta yritykseltä. Vastuullisuus kuuluu myös ravintolaliiketoimintaan, ja yhdessä syömiseen rohkaiseminen on ennen kaikkea sosiaalisen vastuun kantamista. Mieti, kuinka niin sosiaalinen kuin ekologinenkin vastuunkanto voitaisiin tuoda näkyväksi. Tässä muutama idea.

1. Hyväntekeväisyysdinneri

- Illallinen, jossa osa tuotosta annetaan hyväntekeväisyyteen.
- Asiakkaat voivat itse äänestää lahjoituksen kohteen.
- Mitä muita elementtejä tapahtumaan syntyisi liikeidean kautta?

Mitä asiakas voisi tehdä toisen iloksi?

3. Tarjoa ateriat toiselle

- Ravintolan hävikkiä voidaan pienentää asiakkaita osallistamalla.
- Tilaisuuden päätteeksi asiakkaat voivat lahjoittaa esim. 10 € ravintolalle, joka toimittaa päivän ylijäämäruokaa niille, joilla ei tavallisesti ole mahdollisuutta käydä ravintolassa, esimerkiksi vähävaraisille perheille, vanhuksille tai yksinäisille.

2. Nouda asiakas!

Erilaiset ihmiset oppivat toisiltaan!

- Ravintola voi noutaa esimerkiksi liikuntaesteisen, lapsiperheen tai vanhuksen ravintolaan.
- Teemana voi olla yhteisruokailu vaikkapa vanhuksille ja nuorille tai lapsille vähentämään yksinäisyyttä.
- Tavoitteena myös yhteisöllisyys, uuden oppiminen ja muiden ilahduttaminen.
- Yhteisöllinen ruokailuhetki voidaan järjestää myös esimerkiksi palvelutaloissa, päiväkodeissa tai kouluissa.

4. Hyvä kiertää myös ravintoloissa

- Ravintolassa voidaan yhdistää kierrätys ja ruoka myymällä tai lahjoittamalla esimerkiksi vanhoja astioita, kattiloita ja huonekaluja.
- Myös asiakkaat voivat osallistua ja tuoda "kierrätysiltan" omia hyväkuntoisia tavaroitaan.

Myös vanhoilla tavaroilla on omat tarinansa!

Esimerkkejä!



8 Vastuullisuus

Kahvilan ja kierrätyksen yhdistäminen:

- Relove Cafe: <http://relove.fi/>

Hanke hävikin vähentämiseen ja sen hyödyntämiseen sekä ruokahävikkiravintola:

- From Waste To Taste: <http://waste2taste.com/>

Tuotto lahjoitetaan hyväntekeväisyyteen:

- HopLopster: <https://hoplopster.fi/>

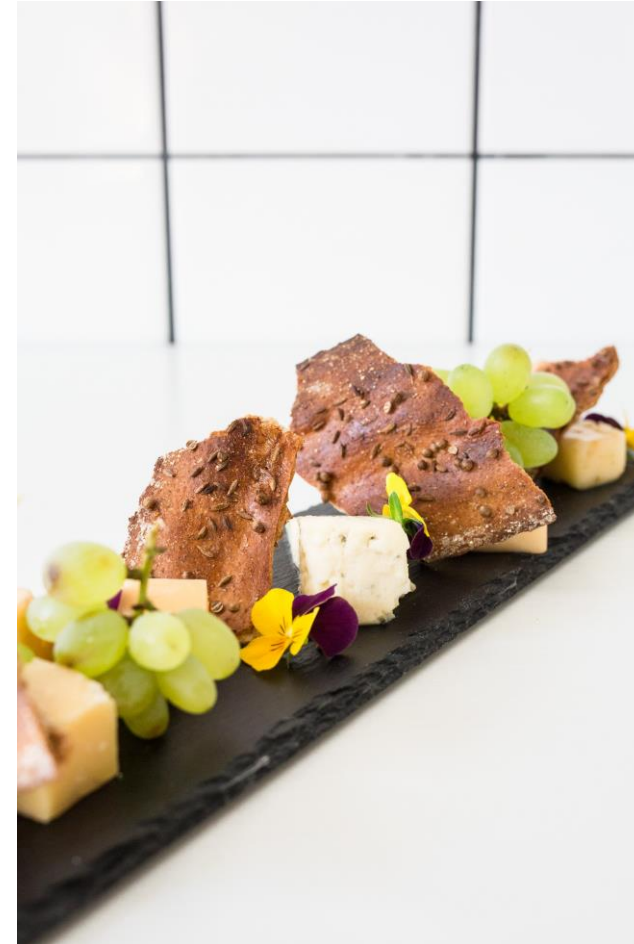
Hävikkiruoan hyödyntäminen, vastuullisuus sekä yhteisöruokailuja:

- Yhteinen Pöytä: <http://www.yhteinenpoyta.fi/>



Katso video Juhla Moka
ja Yhteisen Pöydän
hävikkihaasteesta!

Anne Rantala 2017



© Waste2Taste.com



*Suomi
Finland*
100

*Syödään
Yhdessä*

Tulisiko tästä hitti? Nyt luomaan uutta yhdessä
syömisen kulttuuria ja herättämään henkiin
yhteisöllisyyttä suomalaisissa ravintolapöydissä!
Tehdään se yhdessä.

ELO

**Hungry
for
Finland**

 Haaga-Helia





Yhteydenotot ja palaute



Otamme mielellämme vastaan palautetta, kokemuksia ja kommentteja!

Tutkimuksesta sekä työssä käytetystä materiaalista ja lähteistä antaa lisätietoja työkalupakin laatija.

Anne Rantala
Työkalupakin laatija
Opinnäytetyön tekijä
rantala.anne@hotmail.com

Sini Garam
Syödään yhdessä –projektipäällikkö
ELO-säätiö
sini.garam@elo-saatio.fi

Kiitokset

ELO-säätiö
Fokusryhmän jäsenet
Kari Aihinen, Roster Helsinki
Nicolas Thieulon, Baskeri & Basso
Matti Wikberg, Bronda
HAAGA-HELIA ja RUOKA&MATKAILU-hanke
Family Matters

Lähteet (mm.)

- ✓ Rantala, A. 2017. Syödään yhdessä ravintolassa: Palvelumuotoiltu sosiaalisen syömisen työkalupakki ravintoloille. Opinnäytetyö. Haaga-Helia AMK.
- ✓ ELO-säätiö. Materiaalipankki. [Http://syodaanyhdessa.fi/materiaalipankki/](http://syodaanyhdessa.fi/materiaalipankki/).