

Jaakko Salminen & Juuso Seppi

RAVINTOLAPÄIVÄ JA POP UP -
RAVINTOLAT ILMIÖNÄ JA
KOKEMUKSENA

Opinnäytetyö
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma


Syyskuu 2014




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

		Opinnäytetyön päivämäärä 8.9.2014
Tekijät Jaakko Salminen, Juuso Seppi	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Restonomi, AMK Palvelujen tuottaminen ja johtaminen	
Nimeke Ravintolapäivä ja pop up -ravintolat ilmiönä ja kokemuksena		
Tiivistelmä Opinnäytetyö käsittelee Ravintolapäivää ja Ravintolapäivänä perustettavia pop up -ravintoloita. Suomessa alkunsa saanut neljännesvuosittain järjestettävä ruokatapahtuma on saavuttanut lyhyessä ajassa kansainvälisestäkin suuren suosion, mutta tutkimuksia aiheesta on tehty vähän, tai ne vain sivuavat aihetta. Ilmiöstä haluttiin saada mahdollisimman laaja kokonaiskuva, joten käytettyjä tutkimusmenetelmiä on useita: havainnointi, teemahaastattelut sekä tutkimuskysely pop up -ravintoloiden perustajille. Lisäksi työhön sisältyy toiminnallinen osuus, jossa avattiin oma pop up -ravintola. Tapahtumaa havainnoitiin Jyväskylässä pop up -ravintoloita kiertäen ja järjestäjiä haastatellen. Teemahaastatteluissa haettiin erilaisia näkökulmia Ravintolapäivän teemoihin kytkeytyviltä henkilöiltä. Tutkimuskysely suoritettiin Webropol-ohjelmalla. Kyselyitä lähetettiin yhteensä noin tuhannelle järjestäjälle. Vastauksia saatiin 284, joista 113 Suomesta ja 171 ulkomailta. Tutkimusmenetelmillä saatiin menetelmästä riippuen monenlaisia tuloksia. Havainnointi näytti konkreettisesti Ravintolapäivän toimintamalleja ja tarjontaa. Oman pop up -ravintolan perustaminen opetti pienimuotoisenkin yrittämisen työläyttä ja etukäteissuunnittelun merkityksellisyyttä. Kyselylomakkeista tärkeimpänä yksittäisenä asiana nousi esiin järjestäjien innokkuus tapahtumaa kohtaan. Hienoisia eroja havaittiin Suomen ja ulkomaiden välillä. Teemahaastatteluista kävi ilmi selkeä polarisoituminen viiteryhmästä riippuen.		
Asiasanat (avainsanat) Pop up -ilmiöt, ravintolat, ruoanvalmistus, ruokakulttuuri		
Sivumäärä 51 s. + 11 s.	Kieli Suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Eeva Koljonen	Opinnäytetyön toimeksiantaja Tuija Pesonen, Matkailu- ja ravitsemisalan laitos, MAMK	

DESCRIPTION

		Date of the bachelor's thesis September 8th, 2014
Author(s) Jaakko Salminen, Juuso Seppi	Degree programme and option Bachelor's Degree in Hospitality management	
Name of the bachelor's thesis Restaurant Day and pop-up restaurants as a phenomenon and experience		
Abstract The Bachelor's thesis is about Restaurant Day and pop-up restaurants established during the day. Originating from Finland, the quarterly held food event has attained vast popularity in a short period of time but studies regarding the subject are scarce. The phenomenon was to be researched as thoroughly as possible, so several different methods of research were conducted: observation, theme-centered interview and a web-based inquiry for the restaurateurs. The thesis also includes a functional part wherein an own pop-up restaurant was established. Observation was made in Jyväskylä by visiting pop-up restaurants and interviewing the restaurateurs. Theme-centered interviews were used to find different perspectives from individuals associated with the Restaurant Day. Inquiries were gathered by Webropol software. The inquiry was sent to about one thousand restaurateurs, and 284 answers were received, 113 from Finland and 171 abroad. The research methods allowed us to gather vast amounts of different information depending on the method. The observation revealed the pop-up restaurants in action. Establishing an own pop-up restaurant revealed the effort needed to open a small business even for one day's time. Web inquiries most importantly revealed how excited people are to take part in the event and establish their own restaurants. Slight differences could also be found between the answers of the Finnish and foreign participants. The interviews revealed clear differences in opinions depending on the individuals and where they stand.		
Subject headings, (keywords) Pop-up phenomenons, restaurants, cookery, cuisine		
Pages 51 p. + 11 p.	Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices		
Tutor Eeva Koljonen	Bachelor's thesis assigned by Tuija Pesonen, Accomodation and Catering facility, MAMK	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO.....	1
2	TYÖN TAUSTAT, TARKOITUS JA TAVOITTEET.....	2
2.1	Tilaaajaorganisaatio	2
2.2	Työn tarkoitus, tavoitteet ja menetelmät.....	3
2.3	Näkökulmia Ravintolapäivään	4
3	TYÖSSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT	9
3.1	Havainnointi.....	10
3.2	Tutkimuskysely	12
3.3	Teemahaastattelu.....	16
3.4	Toiminnallinen osio	17
4	RAVINTOLAPÄIVÄT KOKEMUKSENA.....	18
4.1	Ravintolapäivän havainnointi.....	19
4.2	Havainnoinnin tulokset	19
4.3	Oman pop up -ravintolan toteutus.....	28
5	KYSELY RAVINTOLAPÄIVÄÄN OSALLISTUNEILLE JÄRJESTÄJILLE ...	31
5.1	Yleistä kyselystä.....	31
5.2	Kyselyn tulokset ja analysointi	31
6	HAASTATTELUT.....	41
6.1	Ravintolapäivän perustajan haastattelu	42
6.2	Terveystarkastajan haastattelu	45
6.3	MaRa Ry:n varatoimitusjohtajan haastattelu	47
	Pohdintaa.....	49
7	LOPUKSI.....	50
	LIITE/LIITTEET	
	1 MaRa ry:n varatoimitusjohtajan sähköpostihaastattelu	
	2 Tutkimuskysely	

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on merkittäväksi kansainväliseksi ilmiöksi noussut Ravintolapäivä ja siihen olennaisena osana liittyvät pop up -ravintolat. Työssä Ravintolapäivää tutkitaan ensisijaisesti ilmiönä, mutta myös kokemuksena, ottamalla itse osaa tapahtumaan niin asiakkaana, kuin järjestävänä tahona.

Ravintolapäivä on ruokakarnevaali, jolloin tuhannet ihmiset ympäri maailman perustavat pop up -ravintoloita yhden päivän ajaksi. Päivän tarkoituksena on pitää hauskaa, jakaa uusia ruokakokemuksia sekä nauttia yhteisestä ympäristöstä samanhenkisessä seurassa. Tapahtumaa koordinoi joukko vapaaehtoisia yksityishenkilöitä. Pop up -ravintoloitsija on itse vastuussa kaikesta ravintolan pitämiseen liittyvästä toiminnasta sekä oman ravintolansa onnistumisesta. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Pop up -liiketoiminta (esim. ravintola tai kauppa) tarkoittaa mitä tahansa projektia, joka on suunniteltu tiettyyn tilaan ja on avoinna rajatun ennalta määrätyn ajan. Tärkeintä on, että pop up -liiketoiminnassa asiat tehdään totunnaisesta poiketen ja kiinnostavalla tavalla. (Thompson 2012, 1.)

Tapahtuma on lähtenyt liikkeelle Suomesta vuonna 2011. Perustamisestaan lähtien se on kasvattanut tasaisesti suosiotaan: ensimmäisenä Ravintolapäivänä toukokuussa 2011 tapahtumaan osallistui 45 pop up -ravintolaa 13:ssa eri kaupungissa. Vuoden 2014 helmikuun Ravintolapäivään osallistui 1210 ravintolaa 27:ssä eri maassa. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Ravintolapäivä ja Ravintolapäivänä perustettavat pop up -ravintolat ovat herättäneet runsaasti huomiota eri medioissa. Esillä on ollut lukuisia lehtiartikkeleita ja mielipidekirjoituksia tapahtumasta. Runsaasta medianäkyvyydestä ja maailmanlaajuisestikin merkittäväksi tapahtumaksi noususta huolimatta aiheesta on tehty hyvin vähän tutkimuksia.

Ruokakulttuuri on edennyt Suomessa viime vuosina aimo harppauksin eteenpäin: televisiossa on jatkuvasti esillä erilaisia ruokaohjelmia sekä ruoanlaittokilpailuja ja lehdet ovat täynnä ruoka-artikkeleita ja reseptejä. Ravintolapäivä on yksi osoitus uudelleenlaisen ruokakulttuurin syntymisestä.

Opinnäytetyössä on käytetty useita eri menetelmiä: havainnointia, teemahaastatteluita sekä kyselytutkimusta. Opinnäytetyöhön sisältyy myös ns. toiminnallinen osuus, jolloin perustetaan oma pop up -ravintola vuoden 2014 helmikuun Ravintolapäivänä. Monen eri menetelmän käyttämistä perustellaan sillä, että Ravintolapäivää ja pop up -ravintoloita tutkitaan kokonaisvaltaisesti ilmiönä sekä kokemuksena, ja aiheesta kerätään tietoa mahdollisimman kattavasti.

2 TYÖN TAUSTAT, TARKOITUS JA TAVOITTEET

Aihe päätettiin vuoden 2013 elo-syyskuun taitteessa. Ravintolapäivä on uusi konsepti, jota ei ole juurikaan tutkittu aiemmin. Aikaisempia opinnäytetöitä/tutkielmia aiheesta löytyi ainoastaan yksi. Helsingin Yliopistossa, taloustieteen laitoksella Ravintolapäivästä tutkielman on tehnyt Jaana Liiri. Liirin tutkielman nimi on ”Luvattomien ravintoloiden karnevaali: Ravintolapäivä kaupunkilaisen kulutuskulttuurin ilmiönä”. Liiri (2013) kertoo tutkielman tiivistelmässä työnsä käsittelevän: ”Ravintolapäivän karnevaalihenkiä kuluttaja-aktivismia ja kaupunkitapahtumaa.” Liirin tutkielmaan verraten tämä opinnäytetyö on enemmän käytännönläheisempi sisältäen paljon ns. kenttätöitä, kun taas Liirin tutkielma liikkuu abstraktimmalla tasolla keskittyen ruoka- ja kaupunkikulttuurin kehitykseen. Olemassa on myös joitakin opinnäytetöitä jotka sivuavat aihetta, mutta eivät varsinaisesti keskity Ravintolapäivään ja/tai pop up -ravintoloihin.

2.1 Tilaajaorganisaatio

Työn tilaajana toimii Majoitus- ja ravitsemisalalan laitos Mikkelin ammattikorkeakoulu. Aiheen valinnasta ja täsmentämisestä käytiin keskusteluita koulutusjohtajan kanssa ja selvitettiin, olisiko mahdollista saada laitos työn tilaajaksi. Vastaanotto oli innostunut ja aihe hyväksyttiin.

Mikkelin ammattikorkeakoulu, tunnetaan myös lyhenteellä MAMK, tarjoaa opetusta jopa seitsemällä eri koulutusalueella, tekee tutkimus- ja kehittämistyötä ja tuottaa erilaisia palveluja alueen yrityksille ja ihmisille. Savonlinnan ja Mikkelin kampuksilla on yhteensä 4500 opiskelijaa ja henkilökuntaa 400. Mikkelin ja Kymenlaakson ammattikorkeakoulut muodostavat yhdessä Kaakkois-Suomen Ammattikorkeakoulu Oy:n. Mikkelin ammattikorkeakoulun rehtorina ja toimitusjohtajana toimii Heikki Saastamoinen. (MAMK 2014.)

2.2 Työn tarkoitus, tavoitteet ja menetelmät

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia perusteellisesti Ravintolapäivän syntyä, kehitystä, suosiota ja merkitystä perinteiselle ravintola-alalle sekä visioida pop up -ravintoloiden ja Ravintolapäivän tulevaisuudennäkymiä. Opinnäytetyössä käytetyillä kolmella eri tutkimusmenetelmällä ja toiminnallisella osuudella etsitään eri näkökulmia aiheeseen, pyrkien samalla laaja-alaiseen katsantoon Ravintolapäivästä kokonaisuutena.

Havainnoimalla Ravintolapäivää asiakkaina tavoiteltiin näkökulmia mm. ravintoloiden sijainteihin, yleisilmeisiin ja asiakaskuntiin. Havainnointi suoritettiin ensimmäisenä työn osana, koska haluttiin nähdä mistä Ravintolapäivässä on kyse.

Toiminnallisella osuudella, oman pop up -ravintolan perustamisella, saatiin kokemusta ”yrittämisestä”: mitä pop up -ravintoloitsijan tulee ottaa huomioon sijainnin, tarjoilun, hinnoittelun, mainostamisen sekä kaikenlaisen muun oheisjärjestelyn myötä. Haluttiin myös selvittää, olisiko konseptilla mahdollista tehdä rahallista voittoa.

Kyselytutkimus tehtiin Ravintolapäivään oman pop up -ravintolan perustamisen muodossa osallistuneille. Vastauksia kyselyyn saatiin lähes 300, joten otanta on varsin kattava. Vastauksia haluttiin saada mm. siihen, mikä motivoi perustamaan pop up -ravintolan, minkälaisia liikeideoita on olemassa, minkälainen on järjestäjien ikä- ja sukupuolijakauma, montako asiakasta heidän ravintoloissaan käy, onko heillä ennestään alan työkokemusta, monettako kertaa he ovat mukana Ravintolapäivässä järjestäjinä ja aikovatko he osallistua uudestaan. Kyselytutkimuksen suuntautuessa myös Suomen ulkopuolelle ja vastauksista 171:n ollessa muualta kuin Suomesta, on tämä samalla mahdollisuus tutkia konseptia globaalissa mittakaavassa.

Teemahaastattelut suoritettiin kolmen eri ryhmän edustajan kesken: Ravintolapäivän perustajajäsenen, Matkailu- ja Ravintolapalveluiden (MaRa ry) edustajan sekä terveystarkastajan.

MaRa ry, eli Matkailu- ja ravintolapalvelut, on majoitus-, matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajanpalvelualan sekä niihin liittyvän hyvinvointipalvelualan yrittäjien ja työnantajien edunvalvoja ja työmarkkinajärjestö. (MaRa ry 2014.) Haastateltavaksi lupautui varatoimitusjohtaja Veli-Matti Aittoniemi. Häneltä haluttiin mm. kysyä, mieltääkö yhdistys Ravintolapäivän mahdollisesti uhaksi jäsentensä liiketoiminnalle, vai onko se kenties heidän mielestään positiivinen, ihmiset liikkeelle saava tapahtuma, josta myös he hyötyvät.

Mikkelin kaupungin terveystarkastaja Hannu Hulkkoselta saatiin viranomaisnäkökulmaa mm. Ravintolapäivän valvomattomuuteen ja hygieniakysymyksiin: pitäisikö pop up -ravintoloitsijoilla olla alan koulutusta tai ainakin omavalvontaan liittyvää tietoutta esim. hygieniapassin muodossa, vai voiko tällaista yhden päivän ruokakarvenaalia katsella ns. sormien läpi.

Kolmas haastateltava oli Ravintolapäivän perustaja Timo Santala. Hän kertoi kokemuksiaan Ravintolapäivän synnystä ja kehityksestä, sekä ajatuksiaan tulevaisuuden näkymistä, rahallisen voiton tavoittelun oikeutuksesta ja siitä, mitä hän nyt muuttaisi Ravintolapäivässä sekä mikä on hänen mielestään onnistunutta.

Näillä tutkimusmenetelmillä, toiminnallisella osuudella ja huolellisesti valitulla lähdemateriaalilla, tavoitellaan kattavaa tutkimusta, joka vastaa kysymykseen: *Mikä on Ravintolapäivä?*

2.3 Näkökulmia Ravintolapäivään

Ihmiset perustavat päivän ajaksi oman pienen ravintolan. Se on yksinkertainen, mutta nerokas idea. Tiesin aika pian, että siitä tulee varmasti hitti. Hyvä ajatuskaan ei toimi, ellei ole ihmisiä, jotka ovat valmiita tekemään töitä sen puolesta – usein vapaaehtoisesti.

- Timo Santala, yksi kolmesta Ravintolapäivän perustajasta (Kytölä 2013.)

Ravintolapäivästä on julkaistu runsaasti artikkeleita ja mielipidekirjoituksia niin alan ammattilehdissä, sanomalehdissä kuin sosiaalisessa mediassakin. Kaisa Hakkarainen (2011) tiivistää Helsingin Sanomien internetsivuilla artikkelissaan Ravintolapäivän idean lyhyesti: ”Ravintolapäivän idea on antaa tavallisille ihmisille tilaisuus kokeilla ravintolanpitoa ilman niuhaa byrokratiaa tai suuria investointeja.” Ravintolapäivänä jokaisella on siis mahdollisuus perustaa oma pop up -ravintola yhden päivän ajaksi. Ravintolapäivänä perustettavia pop up -ravintoloita ei valvota viranomaisten toimesta käytännössä mitenkään.

Yksityisten ihmisten aloitteesta syntynyt tapahtuma kannustaa ihmisiä perustamaan pop up -ravintoloita yhden päivän ajaksi. Ravintolapäivässä on ruoan lisäksi erittäin tärkeää myös miljöo ja palvelut. Ravintolapäivän konseptin ja organisoinnin takana on pieni joukko helsinkiläisiä, jotka haluavat kannustaa ihmisiä ”hauskanpitoon, yhteiseen tekemiseen ja erilaisten ravintolaideoiden kokeilemiseen.” (Aromi 2011.)

Ravintolapäivä on saanut alkunsa Suomessa ja levinnyt myöhemmin myös ulkomaille, mutta pop up -ravintoloita on ollut olemassa jo ennen Ravintolapäivää. 2000-luvun alkupuolen tienoilla ilmiöinä alkanut pop up -ravintolailmiö on trendi, jonka juuret löytyvät luultavimmin Lontoo – New York -akselilta (Lehtinen 2013).

Kritiikkiä Ravintolapäivälle

Ravintolapäivä on kerännyt paljon positiivista huomiota ja jopa erilaisia palkintoja, mutta kaikki huomio ei kuitenkaan ole ollut positiivista. Mm. valvonnan puute, hygienia-asiat ja alkoholin anniskelu ovat herättäneet keskustelua. Teija Sutisen (2012) Helsingin Sanomissa julkaistussa artikkelissa Ravintolapäivää arvosteli Perussuomalaisten kansanedustaja Maria Tolppanen:

Ravintolapäivä eli yhden päivän ajaksi perustetut ravintolat edustavat harmaata taloutta ja eurooppalaista ruoka- ja juomakulttuuria siinä mielessä, ettei niistä saa kuuttia. Tämä on juuri sitä, minkä takia koko Eurooppa on pienessä lirissä. Pop up -ravintolat ovat kiva juttu niin kauan, kuin mitään vakavaa ei tapahdu. Kuka ottaa vastuun, jos asiakkaat saavat ruokamyrkytyksen?

Jarmo Aaltonen (2012) kritisoi Helsingin Sanomien kolumnissaan Ravintolapäivää vastuuttomasta toiminnasta ja intoutui ironisoimaan:

Mutta miksi jäädä vain ravintola-alalle? Minä ajattelin perustaa päiväksi lääkäri-, sähkönasennus- ja putkiliikkeen. Eivät kai Fimea (lääkealan turvallisuus- ja kehittämiskeskus) ja Tukes (turvallisuus- ja kemikaalivirasto) valvojan vapaamielisessä hengessä mokomiin pikkuasioihin aio puuttua? Tervetuloa siis Tumpelopäivilleni! Vastuu ja takuu päättyvät, kun autoni perävalot katoavat näkyvistä.

MaRa ry:n toimitusjohtaja Timo Lappi (2011) kritisoi Vitriini -lehden pääkirjoituksessa mm. Ravintolapäivänä perustettavien pop up -ravintoloiden ja Facebook -ruokafestivaalitapahtumien eriarvoista kohtelua verrattaessa tavallisiin anniskelu- ja ruokaravintoloihin:

Samanlaista toimintaa harjoittaville on oltava samanlaiset pelisäännöt. Ei ole mahdollista, että viranomaiset sulkevat silmänsä uusilta ilmiöiltä, jotka heikentävät merkittävästi lain mukaan toimivien ravintoloiden kilpailuasetelmaa. Jos lainsäätäjät ja viranomaiset eivät puutu tällaisiin ilmiöihin, ne kasvavat ja leviävät hallitsemattomasti. Samalla valtio menettää verotuloja, ravintola-alan ammattilaiset työpaikkoja ja asiakkaiden terveys ja turvallisuus vaarantuvat.

Pop up -ravintolasta oikeaksi ravintolaksi

Ravintolapäivä on myös innoittanut pop up -ravintoloitsijoita avaamaan oikeita ravintoloita. Ari Virtanen kirjoittaa ”Maailma mausteilla” -blogissaan, Kehittyvän elintarvikkeen internetsivuilla:

Pop up on kasvamassa aikuiseksi. Ylpeänä on voinut seurata, kuinka Suomessa on Ravintolapäiviä ja pop up -ravintoloita. Maailmalla parhaista pop up -ravintoloista on kasvanut ihan oikeita ravintoloita. Hieno työnäyte kokille kokkailla kokeeksi tellassa ja siirtyä sisätiloihin ja vakituisiksi, kun suosio on kohdallaan. (Kehittyvä Elintarvike 2014.)

Antti ja Ellen Hinttala perustivat Ravintolapäivän innoittamana ”Pieni Ravintola” nimeä kantavan ravintolan Rajamäkeläiseen ostoskeskukseen vuoden 2013 tammikuun lopussa. Vuonna 2012 pariskunta osallistui kahteen Ravintolapäivään ja molemmat pop up -kokeilut osoittautuivat menestyksiksi. ”Pieni Ravintola” tarjoaa bistrohenkistä ruokaa paikallisista aineksista ”ilman yhtään ylimääräistä E-koodia”. (Laitinen 2013.)

Ravintolapäivä & tunnustukset

Ravintolapäivä on saanut Suomalaisen matkailupalkinnon vuonna 2014. Yleisöäänestyksen voittanut tapahtuma sai palkinnoksi Suomen messusäätiön myöntämän 3000 euron arvoisen stipendin. Kilpailun tavoitteena on nostaa esiin matkailun monipuolisuutta ja laatua sekä esitellä ajankohtaisia ja kiinnostavia matkailuyrityksiä. Kilpailussa etsittiin henkilöä, yritystä, kohdetta tai tapahtumaa, joka elämyksellisyydellään, lahjakkuudellaan ja omaperäisyydellään kannustaa matkailualaa kehittämään uudenlaisia palveluita. Ravintolapäivän lisäksi finaalinelikossa olivat Suomen luontokeskus Haltia, Vaarojen maraton sekä Ahvenanmaalla sijaitseva ravintolakokonaisuus Smakbyn. Voitto ratkesi netissä käydyssä äänestyksessä, mutta finaalinelikon valitsi matkailualan ammattilaisista koostuva raati. (Aromi 2014.)

Matkailupalkinnon lisäksi Opetus- ja kulttuuriministeriö jakoi vuonna 2011 Ravintolapäivälle Suomi-palkinnon. Suomi-palkintoja jaettiin Ravintolapäivän lisäksi viidelle muulle henkilölle/organisaatiolle. Palkinnot jakoi silloinen kulttuuri- ja urheiluministeri Paavo Arhinmäki. Suomi-palkinto on kulttuuriministerin ja valtion antama tunnustus ja samalla kiitoksenosoitus taiteellisesta luomistyöstä ja merkittävästä taiteellisesta urasta. Perusteena palkinnon saannille voi myös olla huomattava saavutus tai lupaava läpimurto. Jo vuodesta 1993 jaetut Suomi-palkinnot ovat suuruudeltaan 30 500 euroa. (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2011.)

Opetus- ja kulttuuriministeriö perusteli palkinnon jakamista Ravintolapäivälle mm. seuraavasti: ”Ravintolapäivä on hieno ruokakulttuuriteko, jonka vaikutus suomalaiseen ravintolakulttuuriin on luultavasti suurin sitten keskioluen vapautumisen. Ravintolapäivä on yhteisöjen vapaamuotoista, lyhytaikaista muovautumista, toimintaa ihmisiltä ihmisille, ikiaikaista kestäväyyttä. Se on yhteisöllisyyttä ja kansalaistoimintaa demokraattisimmillaan ja herkullisimmillaan. Se on tarkoitettu aivan kaikille ja tapahtuu kaikkialla: kodeissa ja kaduilla Helsingistä Rovaniemelle, Oulusta Turkuun. Ravintolapäivä on hieno osoitus siitä miten ihmisiä motivoi konkreettinen tekeminen, jolla he voivat vaikuttaa omaan ympäristöönsä.” (Opetus- ja kulttuuriministeriö 2011.)

Matkailu- ja Suomi-palkinnon lisäksi Ravintolapäivä on saanut lukuisia muita tunnustuksia, mm. Helsingin kaupungin Vuoden kulttuuriteko 2011 -palkinnon, Gloria-

lehden Vuoden ruokateko 2011 -palkinnon ja Vuoden ruokatapahtuma Tanskassa 2013 -palkinnon. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Kaupunkitoimittajien yhdistys valitsi vuonna 2011 vuoden kaupunkilaiseksi Ravintolapäivän toiminnanjohtajan Olli Sirénin Helsingistä. Yhdistys perusteli valintaansa sillä, että Sirén ystävineen on kehittänyt jotain aivan uutta ja kekseliästä, jolle on aivan selvästi ollut tilausta. Hän on ollut myös mukana järjestämässä We Love Helsinki ja Lasten Kaupunki -tapahtumaa. (YLE 2011.)

Ravintolapäivä ja alkoholi

Ensimmäisenä Ravintolapäivänä vuonna 2011 useissa pop up –ravintoloissa tarjoiltiin myös alkoholia, mutta poliisiviranomaiset puuttuivat asiaan. Alkoholin anniskelu Ravintolapäivänä pop up -ravintoloissa on kiellettyä ilman erillistä lupaa.

Valvira ja poliisihallitus yhdessä tiedottivat, Valviran internetsivuilla vuoden 2012 toukokuussa:

Alkoholijuomia ei saa anniskella eikä myydä ilman virallista lupaa väliaikaisissa pop up -ravintoloissa. Poliisihallitus ja sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valvira korostavat, että ilman virallista lupaa tapahtuva alkoholijuomien myynti ja anniskelu on laitonta. Alkoholijuomien tilapäistä anniskelulupaa voidaan anoa aluehallintovirastosta.

Sekä Poliisihallitus että Valvira pitävät hyvänä sitä, että kaupungeja halutaan elävöittää tarjoamalla ihmisille mahdollisuuksia viettää aikaa yhdessä erilaisissa tapahtumissa, kuten Ravintolapäivänä. Rungas alkoholin kokonaiskulutus aiheuttaa kuitenkin paljon yhteiskunnallisia ongelmia. (Valvira 2012.)

Luvaton alkoholijuomien anniskelu ja myyminen on lainvastaista toimintaa ja poliisilla on lakisäätäinen velvollisuus puuttua siihen myös Ravintolapäivänä. Poliisihallitus korostaa, että luvaton alkoholipitoisen aineen myynti ja anniskelu on vähintäänkin rangaistusvaatimuksena käsiteltävä asia, ei siis rikesakkorikkomus. Poliisi voi takavarikoida luvattonta anniskelua ja myyntiä varten tarkoitetun alkoholin omaan haltuunsa. (Valvira 2012.)

Ravintolapäivän internetsivut ja sosiaalinen media

Ravintolapäivän keskiössä ovat ravintoloiden lisäksi viralliset internetsivut ja tapahtuman Facebook-sivusto. Internetsivuilta löytyy runsaasti tietoa tapahtumaan liittyen, tärkeimpänä kartta Ravintolapäivänä avattavista pop up -ravintoloista. Ravintoloiden perustajat ilmoittavat oman ravintolansa virallisille internetsivuille ja voivat oheen kirjoittaa esimerkiksi lyhyen kuvauksen mahdollisesta teemasta ja tarjonnasta. Ravintolapäivän internetsivuilla on saatavilla myös suppeahkot ohjeet oman pop up -ravintolan perustamiselle.

Ravintolapäivällä on lisäksi oma mobiilisovellus, joka helpottaa ravintoloiden löytämistä. Sovelluksen avulla voi suunnistaa kohteisiin, lukea ravintoloiden kuvauksia ja nähdä mm. aukioloajat. Sovellus käyttää hyväkseen puhelimen GPS-sijaintitietoja.

3 TYÖSSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT

Opinnäytetyö on monimenetelmällinen tutkimus, johon kuuluu kvalitatiivisia tutkimusmenetelmiä sekä kvantitatiivinen tutkimuskysely. Heikkilän (2008, 17) mukaan kvalitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin *miksi, miten ja millainen*. Näihin kysymyksiin on opinnäytetyössä pyritty etsimään vastauksia. Kvalitatiivinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkimuskohdetta tai ilmiötä ja selittämään sen käyttäytymisen ja päätösten syitä. Laadullisessa tutkimuksessa rajoitetaan yleensä pieneen määrään tapauksia, mutta ne pyritään analysoimaan mahdollisimman tarkasti. Tutkittava tai tutkittavat kohteet ja/tai ilmiöt valitaan usein harkinnanvaraisesti, eikä silloin pyritä tilastollisiin yleistyksiin. (Heikkilä 2008, 16.)

Toisin kuin kvantitatiivisessa, kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään keräämään aineistoa vähemmän strukturoidusti ja aineisto on usein tekstimuotoista. Selviä rajoja aineistonkeruutavoissa näiden kahden tutkimusotteen välillä ei voida kuitenkaan tehdä. Aineistot voivat olla tutkimusta varten kerättyä tai muuta tarkoitusta varten tuotettua kirjallista, kuvallista tai äänellistä materiaalia. Kvalitatiivista tutkimusta varten tietoja kerätään perinteisten lomakehaastattelujen lisäksi avoimilla keskustelunomai-

silla haastatteluilla ja tiettyyn aihealueeseen keskittyvillä teemahaastatteluilla. Haastatteluille tyypillistä on vuorovaikutus, jossa molemmat (haastattelija ja haastateltava) vaikuttavat toisiinsa. (Heikkilä, 2008, 17.) Opinnäytetyössä on Ravintolapäivään osallistuville ”ravintoloitsijoille” teetetävän tutkimuskyselyn lisäksi käytetty juuri teemahaastattelua. Teemahaastattelulla haluttiin tuoda esille erilaisia näkemyksiä Ravintolapäivään ja pop up –ravintoloihin liittyen. Heikkilän (2008, 17) mukaan kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija voi myös kerätä aineistoa tekemällä havaintoja ja osallistumalla itse tutkimansa yhteisön toimintaan. Me osallistuimme tutkimamme yhteisön toimintaan havainnoimalla ja perustamalla oman pop up -ravintolan.

Saaranen-Kauppinen ym. (2012, 4) toteavat kvalitatiivisen tutkimusotteen sisältävän lukuisia erilaisia suuntauksia, tiedonhankinta- ja analyysimenetelmiä sekä tapoja tulkitta kerättyä aineistoa. Opinnäytetyötä varten on käyty havainnoimassa Ravintolapäivänä pop up -ravintoloiden toimintaa, perustettu oma pop up -ravintola, laadittu tutkimuskysely Webropolin avulla Ravintolapäivään osallistuneille sekä haastateltu tapahtumaan eri tavoin kytkeytyviä ihmisiä. Tiedonhankintaan on käytetty lukuisia eri menetelmiä mahdollisimman kattavan materiaalin keräämiseksi.

3.1 Havainnointi

Havainnoijan työkaluja ovat korvat, silmät ja kädet (Kananen 2008, 71).

Opinnäytetyössä käytettiin havainnointia osallistuttaessa marraskuun 2013 Ravintolapäivään asiakkaan näkökulmasta. Päivän aikana käytiin rajallisen ajan puitteissa mahdollisimman monessa pop up -ravintolassa vierailulla asiakkaina.

Havainnointi on tieteellisen tutkimuksen perusmetodi ja sillä saadaan tietoa mm. toimivatko ihmiset siten kuin he sanovat toimivansa. Havaintoja voidaan kerätä tutkimusta varten havainnoinnilla sekä luonnollisessa ympäristössä että laboratorioolosuhteissa. Luonnollisessa ympäristössä tehtyjen havaintojen etuna on, että havainto tehdään aina siinä asiayhteydessä jossa se ilmenee. (Vilka 2006, 37.)

Opinnäytetyössä havainnointi tapahtui nimenomaan Vilkan (2006, 37) mainitsemissa ns. luonnollisessa ympäristössä, ei laboratorio-olosuhteissa. Havainnointi suoritettiin

pop up -ravintoloiden yhteydessä. Ravintoloita oli pystytetty esimerkiksi kerrostalo-asuntoon, pyörävarastoon, kadun varrelle ja kahvilan toimitiloihin.

Havainnointi sopii tutkimuksiin, joissa tutkitaan esimerkiksi yksittäisen ihmisen toimintaa ja hänen vuorovaikutustaan toisten ihmisten kanssa. Se on myös toimiva menetelmä kun tutkitaan esimerkiksi tekstejä, esineitä, kuvia, luontoa ja ympäristöä. Havainnointi aineiston keräämisen tapana sopii niin kvantitatiiviseen, kuin kvalitatiiviseen tutkimukseenkin. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa havainnointi toteutetaan yleensä jäsennellysti, kun taas kvalitatiivisessa havainnot löydetään osallistumalla enemmän tai vähemmän tutkimuskohteensa toimintaan. (Vilka 2006, 38.) Opinnäytetyön ollessa kvalitatiivinen tutkimus, pop up -ravintoloita ja niiden toimintaa havainnoidessa osallistuttiin epäsuorasti tutkimuskohteen toimintaan olemalla asiakkaita heidän ravintoloissaan.

Havainnointi voi olla joko ennalta tarkasti suunniteltua ja hyvin jäsenneltyä tai hyvin vapaata ja tutkittavan kohteen toimintaan mukautunutta. Ennalta jäsennellyssä havainnoinnissa on edellytyksenä, että havainnoitavaa tapahtumaa tai tilannetta on läpikäyty jo ennen tutkimusaineiston keräämistä. Ennalta jäsennelty havainnointi vaatii muistiinpanotekniikan, tarkistuslistojen, luokittelun ja mitta-asteikon tarkkaa suunnittelua. Jäsennellyn havainnoinnin toteuttaminen edellyttää ongelman tai ongelmien asettelua ennen havainnointia ja tarkkaa tutkimuskohdetta koskevien taustatietojen selvittelyä. Mitta-asteikko ja luokittelu taas edellyttävät, että tutkimuksen kohteesta on jo ennen havainnointia riittävästi tietoa. Jäsennelty havainnointi ei sovellu tutkimuskohteeseen, josta on hyvin vähän ennalta tietoa ja sitä käytetään enimmäkseen tutkimuksissa joissa menetelmänä on kvantitatiivinen tutkimus. (Vilka 2006, 38–39.)

Ennalta suunniteltu ja jäsennelty havainnointi olisi enemmän määrällisen tutkimuksen aineiston keruumenetelmä. Tämän vuoksi päätettiin käyttää ns. vapaata havainnointia.

Vapaampi ja tutkittavan kohteen toimintaan mukautunut ns. osallistuva havainnointi on tyypillistä laadullisessa tutkimuksessa. Vapaa havainnointi on vaativa tutkimusaineiston keräämisen tapa. Useimmiten saatu tietomäärä havainnoitavassa tilanteessa on valtava ja sen kirjaaminen muistiin on erittäin hankalaa tutkimustilanteessa. (Vilka 2006, 40.) Voidaan helposti yhtyä Vilkan (2006, 40) tekemiin johtopäätöksiin havainnoitavan tiedon määrästä ja muistiin kirjaamisen vaikeudesta. Havainnointiin ei oltu

valmistauduttu tarpeeksi hyvin, ja tiedon määrä yllätti Ravintolapäivään tutustuttaessa. Vilkka (2006, 41) huomauttaa, että vapaassa havainnoinnissa havainnoinnin pitäisi olla mahdollisimman kattavaa ja tämän vuoksi havainnointijaksot ovat usein pitkiä. Ravintolapäiviä on järjestetty vuodesta 2012 lähtien neljä kertaa vuodessa ja opinnäytetyön tekemisen aikana on järjestetty niin ikään neljä Ravintolapäivää. Yhteen näistä osallistuttiin havainnoitsijoina ja toiseen pop up -ravintoloitsijoina. Havainnointijakso kesti vajaan päivän ajan, mutta tapahtuman lyhyen keston ja rajallisen ajan vuoksi havainnointijakso jäi lyhyeksi.

Vapaassa havainnoinnissa tutkija on koko ajan vuorovaikutuksessa tutkittavan kohteen kanssa ja siksi myös koko ajan luomassa tutkittavaa kohdetta. (Vilkka 2006, 41.) Opinnäytetyössä keskusteltiin pop up -ravintoloitsijoiden kanssa, sillä havainnoinnin lomassa oltiin myös heidän asiakkaitaan, eli itse ”luomassa tutkittavaa kohdetta”.

3.2 Tutkimuskysely

Helmikuun 16. päivänä järjestetyn Ravintolapäivän yhteydessä lähetettiin sähköpostitse kyselylomake pop up -ravintolan perustaneille. Ravintoloita perustetaan lukuisiin maihin, minkä vuoksi oli perusteltua teettää tutkimuskysely myös englanninkielellä.

Kyselylomake on osa kvantitatiivista, määrällistä tai myös tilastollista tutkimusta. Määrällisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosentiosuuksiin liittyviä muuttujia. Onnistuneeseen kvantitatiiviseen tutkimukseen tarvitaan riittävän suuri ja edustava otos. Aineistoa kerätään standardoiduin lomakkein, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia havainnollistetaan taulukoin tai kuvioin. Usein pyritään myös selvittämään eri asioiden välisiä riippuvuuksia tai tutkittavassa ilmiössä tapahtuneita muutoksia. Aineistoista saadut tulokset pyritään yleistämään tutkittuja havaintoyksiköitä laajempaan joukkoon tilastollisen päättelyn keinoin. Määrällisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne, mutta ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä. Kvantitatiivinen tutkimus vastaa kysymyksiin: *mikä, missä, paljonko ja kuinka usein*. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa ilmiötä kuvataan numeerisen tiedon pohjalta. (Heikkilä 2008, 16 – 17.)

Kyselylomakkeet voidaan nykyisin tehdä www-sivuille ja vastausten käsittelyyn hyödynnetään internetistä saatavaa tilasto-ohjelmaa. (Heikkilä 2008, 47.) Opinnäytetyössä käytettiin kyselylomakkeiden muodostamiseen, lähettämiseen ja vastauksien saamiseen sekä analysointiin Webropolia, joka on selaimella käytettävä kysely- ja tiedonkeruuohjelma. (Tietohallinnon internetsivut 2014)

Taustatyönä on tutustuttava kirjallisuuteen, pohdittava ja täsmennettävä tutkimusongelma sekä määriteltävä ja valittava tutkimusasetelma. Suunniteltaessa on otettava huomioon myös aineiston käsittely. Lomakkeen tekijällä on oltava tiedossa käytettävä ohjelma, tietojen syöttäminen ja tulosten raportointitapa. On selvitetävä kuinka tarkkoja vastauksia halutaan ja kuinka tarkkoja tietoja on mahdollista saada. (Heikkilä 2008, 47.) Webropol oli ennestään tuttu työväline, joten kyselyn työstäminen sen avulla oli luontaista ja sujuvaa.

Tutkimuksen tavoitteiden on oltava täysin selvillä ennen kyselylomakkeen laatimista. Tutkijan täytyy tietää, mihin kysymyksiin etsitään vastauksia. On myös selvitetävä, mitkä ovat ne taustatekijät (selittävät muuttujat), joilla voi olla vaikutusta tutkittaviin asioihin (selitettäviin muuttujiin), ellei niistä ole etukäteen vaikutusta teorian antamaa tietoa. On varmistettava että tutkittava asia myös saadaan selvitettyä tutkimuslomakkeen kysymysten avulla. Kysymyksiä ei voi enää parannella tai muuttaa tiedonkeruun jälkeen. (Heikkilä 2008, 47.)

Heikkilän (2008, 48) mukaan tutkimuslomakkeen laatimiseen sisältyvät seuraavat vaiheet:

- tutkittavien asioiden nimeäminen
- lomakkeen rakenteen suunnittelu
- kysymysten muotoilu
- lomakkeen testaus
- lomakkeen rakenteen ja kysymysten korjaaminen
- lopullinen lomake

Kyselylomakkeen suunnitteluun, muotoiluun ja korjaamiseen käytettiin runsaasti aikaa. Aiheesta käytiin myös mielipiteenvaihtoa opinnäytetyötä ohjaavan opettajan kanssa. Saadun palautteen perusteella tehtiin tarvittavia korjauksia lomakkeeseen ja

kysymyksenasetteluihin. Tutkimuskysely sisältää useita erilaisia kysymystyypppejä, mm. avoimia kysymyksiä, suljettuja eli vaihtoehdot antavia kysymyksiä ja sekamuotoisia kysymyksiä.

Heikkilän (2008, 49) mukaan avoimet kysymykset kannattaa sijoittaa yleensä lomakkeen loppuun. Muutamien kysymysten loppuun jätettiin tilaa vastata avoimesti, mutta suurin osa kysymyksistä oli suljettuja eli vaihtoehdot antavia kysymyksiä.

Suljetuissa kysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot, joista ympyröidään tai rasti-tetaan sopiva tai sopivat vaihtoehdot. Tällaisia kysymyksiä kutsutaan myös strukturoiduksi kysymyksiksi. Suljettuja kysymyksiä kannattaa käyttää, kun mahdolliset, selvästi rajatut vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen ja kun niitä on rajoitetusti. Vastausten käsittely helpottuu ja virhemarginaali kaventuu. Vastaajien kielelliset valmiudet heijastuvat vastauksiin. Osalle vastaajista kritiikin antaminen voi olla myös vaikeaa. Jos käytetään sekamuotoisia kysymyksiä, on tapana antaa esimerkiksi yksi avoin kysymys ja laatia muut vastausvaihtoehdot valmiiksi. (Heikkilä 2008, 50 - 52.)

Hyvän tutkimuksen perusvaatimukset

Tavoitteena on puolueeton, rehellinen ja tutkimukseen luotettavia vastauksia antava tutkimus. Vastaajille ei myöskään saa aiheutua tutkimuksesta haittaa. (Heikkilä 2008, 29.)

On huolehdittava, että kvantitatiivinen tutkimus mittaa juuri sitä, mitä sen on tarkoitus selvittää (täsmälliset tavoitteet). Validiteetilla tarkoitetaan systemaattisen virheen puuttumista ja validit mittarit takaavat keskimäärin oikeat tulokset. Tulosten validius on varmistettava etukäteen huolellisella suunnittelulla ja tarkoin harkitulla tiedonkeruulla. (Mt. 29 – 30.)

Reliabiteetilla eli luotettavuudella tarkoitetaan tulosten tarkkuutta. Tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia. Luotettavalle tutkimukselle on tunnusomaista, että se voidaan toistaa samanlaisin tuloksin omalla pätevyysalueellaan. Tutkijan on oltava koko tutkimuksen ajan kriittinen ja tarkka. Virheitä voi sattua tietoja syötettäessä, kerättäessä, käsiteltäessä ja tuloksia tulkittaessa. (Mt. 30.) Webropolia käyttämällä on minimoitu

mahdollisten virheiden mahdollisuus. Vastaukset syötetään suoraan Webropoliin ja se kerää vastaukset valmiiksi aineistoksi.

Mikäli otoskoko on pienehkö, tulokset ovat sattumanvaraisempia. Kyselytutkimuksissa on myös huomioitava (joskus suurikin) kato, mikä tarkoittaa lomakkeita palauttamatta jäänyttä kohderyhmän osaa. Otoksen tulisi myös edustaa koko tutkittavaa perusjoukkoa. Näin vältetään kohderyhmän ”vinous”. (Mt. 30 – 31.)

Tutkijoiden subjektiiviset valinnat (tutkimusmenetelmä, kysymysten muotoilu, analysointimenetelmät ja raportointitavat) vaikuttavat tutkimuksiin. Tahattomia virheitä sattuu, mutta tahallista vääristelyä tai helposti saatavilla olevien kontrollikeinojen käyttämättä jättämistä ei voida hyväksyä. Omat poliittiset tai moraaliset vakaumukset eivät saa vaikuttaa tutkimusprosessiin. Tutkijan vaihtaminen ei saa vaikuttaa objektiivisiin tutkimustuloksiin. (Mt. 31.)

Tietojen keräämisessä tulee huolehtia, että tutkittava tietää tutkimuksen tarkoituksen ja käyttötavan. Kaikki tärkeät tulokset ja johtopäätökset esitetään tutkimusraportissa, eikä rajoituta vain toimeksiantajan kannalta edullisiin tuloksiin. Käytetyt menetelmät ja epätarkkuusriskit tulee kertoa ja niiden vaikutustulokset yleistettävyyteen pyritään selvittämään. Tuloksia raportoitaessa on myös pidettävä huolta yksilöiden ja yritysten tietosuojasta. Yksittäistä vastaajaa ei saa tunnistaa tuloksista. (Mt. 31 – 32.)

Tutkimuksen tulee olla relevantti, hyödyllinen ja käyttökelpoinen. Aiheen tulisi suuntautua tärkeiksi koetuille ongelma-alueille, jolloin on helppo saada aikaan hyödyllinen tutkimus. Tutkimusmenetelmä voi vaikuttaa myös tulosten hyödyllisyyteen. Erilaisilla käsittely- ja keräämismenetelmillä saadaan samasta kohteesta erityyppistä tietoa. On pidettävä huolta, ettei esitetä turhia kysymyksiä, joiden informaatioarvo on pieni. (Mt. 32.)

Kokonaistutkimus vs. otantatutkimus

Tutkimuksessa päädyttiin käyttämään kokonaistutkimusta, koska tutkittava joukko (ravintolapäivään ilmoittautuneet) oli helpohkosti saavutettavissa sähköisesti. Joukko, jolle kyselylomake pystyttiin lähettämään oli suurempi - n. 1000 ravintolaa - kuin esim. Heikkilä (2008, 33.) suosittaa (200-300:n perusjoukko) otantatutkimukseen siir-

tymisessä. Palautekadon jälkeen vastauksia jäi tilastollisesti käsiteltäviksi 284, mikä oli n. 28% kyselyn vastaanottaneista ja antoi lopulta kadosta huolimatta tarpeeksi materiaalia tilastolliseen käsittelyyn.

Otantatutkimuksen hyödyntäminen - ollakseen pienoiskuva perusjoukosta - olisi vaa-
tinut käytännössä vaikeasti toteutettavaa perusjoukon ominaisuuksien ennakoita mää-
rittelyä. Otoksen tulisi olla pienoiskuva perusjoukosta ja siinä pitäisi olla samassa suh-
teessa ominaisuuksia kuin perusjoukossa. Heikkiän (2008, 35.) mukaan otannan suunnit-
telemiseksi pitäisi määrittää otosyksikkö (henkilö, perhe, yritys), valita soveltuva
otantamenetelmä ja ratkaista otoksen koko. Ottamalla perusjoukoksi koko saatavilla
oleva populaatio, pystyttiin ohittamaan otantaongelmat. Ravintolapäivän osallistuja-
joukko koostuu heterogeenisistä, väliaikaisista, tapahtumasta toiseen vaihtuvista ko-
koonpanoista, joiden ennalta määrittäminen olisi ollut vaikeaa tai jopa mahdotonta.

3.3 Teemahaastattelu

Tutkimusongelma määrittää haastattelijan haastateltaville esittämät kysymykset, joissa
selvitellään faktoja, ajatuksia ja mielipiteitä. Tavoitteena on ratkaista tutkimusongelma
tutkimuskysymysten avulla. Pelkkien tutkimuskysymysten esittäminen haastateltaville
ei tuota ratkaisua eikä paljasta salaisuutta. (Kananen 2008, 73.) Kananen viittaa Esko-
lan ja Suorannan (1998, 87.) haastattelujaotteluun:

- * strukturoidut haastattelut
- * puolistrukturoidut haastattelut
- * teemahaastattelut
- * avoimet haastattelut

Opinnäytetyössä päädyttiin käyttämään teemahaastattelua, koska haluttiin haastatella
terveystarkastajaa, ravintolapäivän perustajaa ja MaRa ry:n varatoimitusjohtajaa. Heil-
lä oletettiin olevan erilaiset näkökulmat Ravintolapäivään liittyen. Teemoina olivat
luonnollisesti Ravintolapäivä, pop up -ravintolat sekä esimerkiksi ruoan turvalliseen
tarjoiluun liittyvät asiat

Kanasen (2008, 74.) mukaan haastattelu voidaan toteuttaa joko yksilö- tai ryhmähaas-
tatteluna. Kysymysten asettelu tutkimusta varten oli jossain määrin erilaista viran-

omaiselle, yrittäjien etujärjestön edustajalle ja viranomaisvalvonnan tietoisesti ohittavalle pop up -”aktivistille”.

Haastattelut suoritettiin käytännön syistä kolmella eri tavalla: kasvokkain (terveystarkastaja), sähköpostitse (MaRa ry:n varatoimitusjohtaja) ja internetpuhelu- ja pikaviestisovellus Skypen kautta (Ravintolapäivän perustajajäsen).

Haastattelu voi olla vapaamuotoinen (ns. avoin haastattelu) tai haastateltavat teemat tarkasti määrittelevä haastattelu. Teemahaastattelussa varmistetaan, että kaikkia ilmiöön liittyviä osa-alueita sivutaan. Informantteja on tällöin vähän ja saatu tieto syvällisempää. Luonnollisesti haastattelijan taidot haastattelutilanteessa vaikuttavat saadun tiedon määrään ja laatuun. Aineisto ja sen hallinta tuo näkemystä ja tuntemusta ilmiöön, ja uusien kysymysten noustessa pystytään jopa ”kaivamaan ilmiön sisäkuoria auki”. Tutkimus etenee (haastateltavan osalta) ilman ennakkorakennetta. Teemahaastattelun tulosten analysointi voi olla työlästä, sillä jokainen haastatteluaineisto on omanlaisensa. (Kananen 2008, 74-75.)

Opinnäytetyön teemoina olivat Ravintolapäivä ja pop up -ravintolat. Jokaiseen haastatteluun oli laadittu rungoksi muutamia kysymyksiä, joilla päästiin alkuun. Haastattelun edetessä heräsi lisäkysymyksiä vastauksiin liityen. Haastatteliijoilla ei ollut juurikaan kokemusta teemahaastatteluista, mutta saatuun informaatioon voitiin olla tyytyväisiä.

3.4 Toiminnallinen osio

Toiminnallinen opinnäytetyö on vaihtoehto ammattikorkeakoulun tutkimuksellisille opinnäytetöille. Toiminnallinen opinnäytetyö tavoittelee ammatillisissa kentissä käytännön toiminnan ohjeistamista, opastamista, toiminnan järjestämistä tai järjeistämistä. Toiminnallinen opinnäytetyö voi olla esimerkiksi ammatilliseen käytäntöön suunnattu ohje, ohjeistus tai opastus, kuten perehdyttämisopas, ympäristöohjelma tai turvallisuusohjeistus. Se voi myös olla jonkin tapahtuman toteuttaminen kuten messuosaston, konferenssin, kansainvälisen kokouksen järjestäminen tai näyttely riippuen koulutusalaista. Toteutustapana voi olla kohderyhmän mukaan esimerkiksi kirja, kansio, vihko, opas, cd-rom, portfolio, kotisivut tai johonkin tilaan järjestetty näyttely tai tapahtuma. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 9.)

Toiminnallista opinnäytetyötä tehtäessä tarvitaan ns. toimintasuunnitelma. Toimintasuunnitelma tehdään jotta työn idea ja tavoitteet tulevat tiedostetuiksi, harkituiksi ja perustelluiksi. Tarkoituksena on jäsentää itselleen, mitä on tekemässä. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 26.)

Toimintasuunnitelmat ovat suhteellisen pitkiä silloin, kun niiden tekemisessä on käytetty kriittistä harkintaan ja valinnat ovat hyvin perusteltuja. Idean ja tavoitteiden mukaan toimintasuunnitelmassa on tavoiteltava noin kymmenen sivun mittaa. (Vilkkä & Airaksinen 2003, 28.)

Opinnäytetyö ei ole varsinaisesti toiminnallinen, mutta se sisältää toiminnallisen osion pop up -ravintolan perustamisen muodossa. Pop up -ravintolaa varten laadittiin lyhyt toimintasuunnitelma. Sen avulla hahmottui mitä tehdään, miten tehdään ja miksi tehdään. Näin pop up -ravintolan perustaminen helpottui huomattavasti.

Toimintasuunnitelman pituus perustettavaa pop up -ravintolaa varten oli muutaman sivun mittainen, mutta lyhyttä suunnitelmaa perustellaan sillä, että pop up -ravintolan perustaminen oli vain pieni osa opinnäytetyötä. Toimintasuunnitelma sisälsi mm. aikataulutuksen Ravintolapäivälle ja edeltävälle valmistelupäivälle, muistilistan ostoksia ja hankittavia tarvikkeita varten sekä valmistettavien tuotteiden reseptit.

4 RAVINTOLAPÄIVÄT KOKEMUKSENA

Perustamisvuotenaan 2011 Ravintolapäivä järjestettiin kolme kertaa. Vuosina 2012 - 2013 Ravintolapäiviä järjestettiin neljä kertaa vuodessa ja vuonna 2014 järjestetään niin ikään neljä tapahtumaa. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.) Osallistuimme vuoden 2013 viimeiseen ja vuoden 2014 ensimmäiseen Ravintolapäivään. Konkreettisen käytännön kokemuksen saimme perustaessamme oman pop up -ravintolan jälkimmäisenä Ravintolapäivänä.

4.1 Ravintolapäivän havainnointi

Osallistuimme vuoden 2013 viimeiseen Ravintolapäivään lauantaina 16. marraskuuta. Tarkoituksenamme oli osallistua Ravintolapäivään Mikkelissä, mutta vähäisen osanottajamäärän vuoksi päätimme etsiä muita vaihtoehtoja. Työn tilaajan kanssa käytyjen keskustelujen jälkeen päätimme, että oli parasta suunnata kokonaan toiseen kaupunkiin. Läheisen sijainnin ja runsaan ravintolamäärän vuoksi kohteeksi valikoitui lopulta Jyväskylä.

Jyväskylässä oli Mikkelistä poiketen useita kymmeniä pop up -ravintoloita. Aikaa oli rajallinen määrä ja ravintoloita useita laajalla alueella. Siksi rajasimme kohteiksi pienen määrän ravintoloita keskustasta. Tarjonta vaihteli laajalti pikkupurtavasta menukokonaisuuksiin. Yritimme parhaamme mukaan valita kohteiksemme mahdollisimman erilaisia pop up -ravintoloita.

Jokaisessa kohteessa ostimme myynnissä olevia tuotteita. Antimia nauttiessamme tarkkailimme ravintolassa työskennelleiden ihmisten toimintaa, asiakkaita ja miljöötä. Aterioituamme paljastimme olevamme Mikkelin Ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoita ja olevamme paikalla keräämässä aineistoa opinnäytetyötämme varten. Teimme myös muistiinpanoja, joissa arvioimme ravintolan yleisilmettä, sijoitusta, tarjottavia ja hintatasoa. Haastattelimme myös lyhyesti pop up -ravintoloiden perustajia.

4.2 Havainnoinnin tulokset

Jäljempänä on erittely ravintoloista, joissa vierailimme ja suoritimme havainnointia. Meillä oli valmiiksi laaditut kysymykset, joilla haettiin taustatietoa ravintoloista ja ravintoloitsijoista. Kysyimme jokaiselta järjestäjältä, monettako kertaa he ottivat osaa ravintolapäivään, oliko heillä jonkinasteista alan koulutusta, mikä oli Ravintolapäivään osallistumisen motivaatio ja aikoivatko he osallistua tapahtumaan myös tulevaisuudessa.

Tuloksilla ei haeta tieteellisesti päteviä tuloksia otannan pienuudesta ja haastattelun suppeudesta johtuen. Halusimme kuitenkin ottaa selvää Ravintolapäivän luonteesta, koska aiempaa kokemuspintaa tapahtumaan meistä kummallakaan ei ollut.

Jokaisen ravintolan ohessa on lyhyt kuvaus, jonka ravintolanpitäjät ovat itse marraskuun Ravintolapäivän yhteydessä tapahtuman nettisivuille kirjoittaneet. Mukana on myös haastatteluihin saamiamme vastauksia ja omia mielteitämme mm. ravintoloiden miljöistä, tarjottavista ja asiakkaista. Kuvien käyttöön työssämme on ravintoloitsijoiden lupa.

Angry Thai Chicken Wings

Herkullisia yrteillä maustettuja kanansiipiä, rapeita ranskanperunoita ja salaattia Thaimaalaisen kokkiopiskelijan tekemänä. Juomaksi vesi, mehu. 5eur/annos, sis. juoman. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Ensimmäinen vierailmamme ravintola oli Puistokadulla yrityksen varastotilassa sijainnut *Angry Thai Chicken Wings* (Kuva 1.). Ravintolassa myytiin annoksia (Kuva 1.) viidellä eurolla kappale. Juomaksi sai vettä tai mehua ja jälkiruoaksi kahvia sekä luomulakritsipatukan. Kanat ja ranskalaiset friteerattiin erillisissä uppoaistikeittimissä ja porkkana-kaalisalaatti raastettiin käsin paikan päällä.

Järjestäjinä olivat Thaimaasta Suomeen muuttanut kotitalousoppilaitoksen opiskelija yhdessä aviomiehensä ja nuoremman sisarensa kanssa. Haastattelussamme selvisi heidän ottavan ensimmäistä kertaa osaa Ravintolapäivään. Nainen kertoi haluavansa selvittää, olisiko thaimaalaisittain maustetulle ruoalle menekkiä suomalaiseen makuun. Rahallista tavoitetta ei ollut, mutta he toivoivat pääsevänsä omilleen. Tämä olikin todennäköistä, sillä kauppa oli käynyt erittäin hyvin ja järjestäjät olivat jopa päättäneet pidentää aukioloaikaa aluksi suunnitellusta. He eivät osanneet haastattelutilanteessa sanoa, aikovatko osallistua tapahtumaan myös tulevaisuudessa.

Ravintola sijaitsi aviomiehen isän omistaman liiketilan varastossa. Sitä ei oltu erityisemmin sisustettu ravintolaksi ja istumapaikkoja oli vain muutama, pöytiä ei lainkaan. Tämä hankaloitti syömistä merkittävästi. Tila oli myös varsin sotkuinen, eikä sitä oltu luultavasti juurikaan siivottu.

Ruoka oli mielestämme erittäin hyvää ja viidelle eurolle sai oivaa vastinetta. Hieman kummaksuimme ravintoloitsijan motiivia selvittää ruoan maistumista suomalaisille, sillä se ei maukkaudesta huolimatta ollut juurikaan uudenlaista tai eksoottista – ainoastaan selvästi laadukkaampaa kuin kaupasta ostettavat valmiiksi marinoitunut kanansiivet.



KUVA 1. Angry Thai Chicken Wings

Kuppikakkukotvanen

Kuppikakkukotvanen on täällä taas, tällä kertaa uudessa paikassa! Listalta löytyy taas kuppikakkuja joka lähtöön: niin tuttuja, kuin uusia, lämpöisiä makuja. Kahvilamme on tällä kertaa take away -painotteinen, varaudu siis ihmeessä omalla rasialla. Meiltäkin kyllä leivosrasioita löytyy, mikäli kotona kaapit huutavat ei-oota. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Toinen vierailemamme ravintola oli Kuppikakkukotvanen Aionkadulla yksityisasunnossa (Kuva 2.). Järjestäjinä olivat kaksi ystävää, jotka olivat osallistuneet tapahtumaan myös edeltävänä Ravintolapäivänä elokuussa.

Kummallakaan ei ollut minkäänlaista alan koulutusta, mutta he ilmoittivat olevansa innokkaita leipojia ja harrastavansa ruoanlaittoa usein vapaa-ajallaan. Motiiviksi he kertoivat hauskanpitämisen ja mahdollisuuden myydä ja tarjota leipomuksiaan ihmisille. Rahallista tavoitetta ei ollut, mutta toinen järjestäjästä toivoi jäävänsä voitolle sen verran, että pystyisi hankkimaan uudet kengät. Tulevien ravintolapäivien varalle heillä ei ollut vielä mitään suunnitelmia.

Tilaa oli selkeästi yritetty muokata ”kahvilaksi”. Paikalle oli tuotu pitkiä pöytiä ja huoneisto oli siistitty kaikesta ylimääräisestä mahdollisimman hyvän tilankäytön toteuttamiseksi.

Tuotteina oli pääasiassa erilaisia kuppikakkuleivonnaisia. Juomaksi tarjoiitiin teetä, mehua ja kahvia. Esittelytekstissä suositeltiin varautumaan tuotteiden mukaan ottamiseen, ja näin me myös teimme. Osin siitä syystä, että paikka oli aivan tupaten täynnä eikä istumapaikkoja ollut jäljellä ainuttakaan.

Kuppikakut maksoivat kolme euroa kappaleelta, mikä oli mielestämme sopiva hinta. Tuotteet olivat esteettisesti silmää miellyttäviä, reilunkokoisia ja herkullisia.



KUVA 2. Kuppikakkukotvanen

Naisten Pankin kellarikahvila

Avaamme Yellow Clothes –vaateputiikkiin kellarikahvilan, jonne Naisten Pankin aktiivit ovat leiponeet herkullisia kuppikakkuja mukaan vietäväksi tai paikan päällä nautittavaksi kahvin, teen tai mehun kera. Leivomme (ainakin) sata ihanaa kuppikakkua. Ole nopea ja hae omasi ennen kuin ne loppuvat! Tuotto lahjoitetaan 100% Naisten Pankin hyväksi. Naisten Pankki kerää lahjoituksia kehitysmaiden naisten yrittäjyyden ja toimeentulon kehittämiseksi kestäväen kehityksen periaattein. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Kolmas vierailemamme ravintola oli Naisten Pankin kellarikahvila (Kuva 3.)Vapaudenkadulla vaateliikkeen kellaritiloissa. Tässäkin kahvilassa tarjoiitiin pää-

asiassa kuppikakkuja. Järjestäjät olivat Naisten Pankin aktiiveja, joista mukana tuotteita leipomassa oli ollut kuusi naista. Lisäksi kuppikakkuihin pystytettäviä lippuja valmistamaan oli värvätty Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelija Facility Management -koulutusohjelmasta.

Kenelläkään naisista ei ollut koulutustaustaa alalta, mutta myös he olivat innokkaita kotileipureita ja ruoanlaittajia. Kyseessä oli ensimmäinen kerta, kun järjestö osallistui Ravintolapäivään. He kertoivat myyneensä noin sata kuppikakkuja ja käyttävänsä tuoton lyhentämättömänä kehitysmaiden naisten hyväksi.

Tila oli koristeltu näyttävästi erilaisilla tauluilla ja muulla rekvisiitalla. Kaupan alaker- ta, jossa kahvilaa pidettiin, oli avara ja iso, mutta istumapaikkoja ei juuri ollut. Tosin järjestäjät toivoivatkin myyvänsä tuotteet mukaan otettavaksi.

Kuppikakut maksoivat kaksi ja puoli euroa kappaleelta. Hinta oli mielestämme kohdallaan ja tuotteet maistuvia.



KUVA 3. Naisten pankin kellarikahvila

French Macaron Invasion

There will be chocolate macaroons and strawberry macaroons. You may enjoy them accompanied with great coffee or tea that will also be served here for your best enjoyment and french experience. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Neljäs vierailmamme ravintola oli macaron-leivoksia myyvä kahvila French Macaron Invasion (Kuva 4.) Kauppakadulla. Tämä pop up -ravintola erosi muista siten, että tila oli kahvila myös Ravintolapäivän ulkopuolella. Konseptia vain muutettiin tämän yhden päivän ajaksi, jotta voitiin ottaa osaa Ravintolapäivään. Paikan omistaja ja idean isä ei valitettavasti ollut paikalla, joten haastattelimme työntekijöitä. Yhteensä kahvila työllisti neljä ihmistä, mutta heistä kenelläkään ei kuitenkaan ollut ravintola-alan koulutusta.

Kyseessä oli jo toinen kerta, kun tämä tavallinen kahvila muutettiin pop up -ravintolaksi. Ensimmäinen kokeilu oli ollut menestys ja tapaa päätettiin jatkaa. Meille kerrottiin tapahtuman lisäävän myyntiä selkeästi ja olevan taloudellisesti positiivinen asia. Tästä syystä tapaa aiottiin jatkaa myös tulevaisuudessa. Saimme ostotapahtumasta kuitenkin, joten verot ja palkat oletettavasti maksettiin normaalin aukiolopäivän tapaan.

Kahvila myi ranskalaisia macaron- ja brioch-leivoksia, croque monsieur-voileipiä, kahvia, teetä, lattea sekä cappuccinoa. Ostimme päätuotteita, macaroneja (1,80 / kpl) molemmille yhden kahvin kera. Tuotteet olivat hyviä, mutta hieman hintavia yhdestä tai kahdesta suupalasta. Toisaalta ne oli valmistanut paikalle varta vasten hankittu ranskalainen leipuri, minkä vuoksi tuotantokustannuksetkin olivat nousseet.

Kahvilan ulkoasua ei ollut muutettu Ravintolapäivää varten. Se oli nuorekkaasti sisustettu pieni tila, jossa ei ollut paljon istumapaikkoja. Asiakkaita kävi runsaasti ja jouduimmekin odottelemaan hyvän tovin, jotta työntekijät ehtivät vastailta kysymyksiimme.



KUVA 4. Macarons by a Parisian expert

Bonbon – Karkkipäivän unelma

Kaksi yläkaupungin leidiä toteuttaa kioskissaan jokaisen lapsen ja lapsenmielisen karkkipäivän unelmia. Tarjonnasta löytyy karkki- ja kinuskiomenoita, suussa sulavia fudgeja ja marjaisia marmeladeja. Herkuttelua voit jatkaa myös halutessasi kotona itse valitsemallasi bonbon-pussilla! Lapsille kasvomaalausta! (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Viides ravintola oli Seminaarinkadulla kerrostaloyhtiön pihassa sijainnut Bonbon-makeiskauppa (Kuva 5.). Järjestäjät asuivat viereisessä kerrostalossa ja halusivat ottaa osaa tapahtumaan vain siitä syystä, että olisi hauskaa suunnitella, järjestää ja perustaa tällainen oma makeispuoti. Toinen järjestäjistä piti pop up -ravintolaa toista kertaa ja toiselle tämä oli ensimmäinen osallistuminen. Rahallisia tavoitteita ei ollut. Kummallakaan ei niin ikään ollut minkäänlaista ravintola-alan koulutusta. Asiakkaita he arvelivat käyneen 50 - 100 henkilöä. Runsaan määrän he arvelivat johtuvan ulkoilmasijainnista sekä näkyvästä, huomiota herättävästä rekvisiitasta ja ulkoasusta. Tulevaisuuden osallistumisista he eivät osanneet sanoa vielä mitään.

Tarjolla oli karkki- ja toffeemenia, itse tehtyä toffeeta ja suklaakeksejä. Hinnat olivat muutamasta eurosta ylöspäin, mielestämme hyvinkin kohtuullisia. Maistuvia tuotteita, ja mielestämme etenkin omenat olivat hauska idea.

Sijainti oli hyvä, vaikka kolea sää varmasti verotti ihmisten määrää. Värikäs ulkoasu myös kiinnitti huomion jo kaukaa. Istumapaikkoja tai pöytiä ei ollut, mutta tämäkin pop up -ravintola keskittyi enemmän take away -myyntiin, jolloin asiakkaita pystyttiin palvelemaan enemmän ja nopeammin.



KUVA 5. BonBon

Southern Comfort

Tulinen herkkulautanen: Chili con carne – lähinautaa ja pintopapuja. Paahdettuja mausteita ja täyteläistä tomaattikastiketta / jogurttikastike – yrttisen raikas jogurttikastike chiliä pehmentämään / Corn bread – uunituore ja mehevä maissileipä. (Ravintolapäivän internetsivut 2014.)

Kuudes ja viimeinen vierailemamme ravintola oli Kauppakadulla sijainnut Southern Comfort (Kuva 6.), joka myi mainoksensa mukaan *chiliä etelävaltioiden tyyliin*. Järjestävä pariskunta osallistui tapahtumaan nyt toista kertaa, aiemman ollessa edeltävä Ravintolapäivä elokuussa. Mukana oli myös kolmas henkilö avustamassa mm. logistisissa järjestelyissä. Ravintola-alan koulutusta kaksikolla ei ollut, mutta he kertoivat harrastavansa kokkailua ja pitäneensä ruokablogia aiemmin. Kaksikko aikoi osallistua tapahtumaan myös tulevaisuudessa, mutta eivät talvikuukausille ajoitettuna päivinä.

Elokuun Ravintolapäivänä he olivat myyneet tuotteensa loppuun puolessa tunnissa, mutta tällä kertaa oli ollut todella hiljaista. Syyksi epäilivät koleaa säätä ja keskustan runsasta muuta pop up -ravintolatarjontaa. Heillä ei ollut rahallisia tavoitteita, mutta toivoivat käteen jäävän sen verran, että voisivat käydä vaikka ulkona syömässä.

Edellisellä kerralla he olivat myyneet liikaa erilaisia tuotteita ja valmistelu oli vienyt todella paljon aikaa. Tällä kertaa oli päätetty tehdä yksinkertaisempaa, helposti kuljettavaa chiliruokaa, joka pysyy myös pitkään lämpimänä. Muita asiakkaita ei näkynyt vaikka ravintola sijaitsi Jyväskylän keskustassa kävelykadulla. Pöytiä tai istumapaikkoja ei ollut. Chiliannos oli maukas ja viiden euron hinta mielestämme kohtuullinen.



KUVA 6. Chiliä etelävaltioiden tyyliin

Southern Comfortin jälkeen halusimme vielä vieraillla hieman keskustan ulkopuolella rivitaloasunnossa sijaitsevassa hirvihampurilaisravintolassa. Kävelimme puolisen tuntia huomataksemme vain, että paikka oli viimeistä paikkaa myöten täynnä. Jonotusai-kaa olisi järjestäjien mukaan pitänyt varata ainakin tunti ja ulkona alkoi sataa vettä, joten palasimme keskustaan. Tässä vaiheessa kello lähenteli jo kuutta ja avonaisia pop up -ravintoloita oli enää muutamia keskustan ulkopuolella, joten päätimme suunnata takaisin kohti Mikkeliä.

Yhteenvetoa

Jyväskylän Ravintolapäivä tarjosi meille mielenkiintoisen ja avartavan kokemuksen. Ravintoloita oli sijoitettu laidasta laitaan, kerrostaloasunnoista kellareihin ja kahvilois- ta pihatiloihin. Ravintoloiden yleisilmeet vaihtelivat hyvin siivotuista ja järjestellyistä sotkuisiin ja viimeistelemättömiin tiloihin. Kylmä sää eittämättä verotti ulos perustet- tuja ravintoloita, mutta ainakin ne olivat hyvin näkyvillä ja asiakkaiden helposti löy- dettävissä. Ravintolapäivän oma älypuhelimien applikaatio auttoi ravintolasta toiseen suunnistettaessa ja ilman sitä osaa ravintoloista olisi ollut erittäin vaikea löytää. Useimmat ravintoloitsijoista eivät olleet viitsineet nähdä vaivaa esimerkiksi opastei- den asettamisen muodossa. Asia, joka olisi varmastikin suuresti helpottanut Ravinto- lapäivästä tietämättömien paikalle houkuttelemista.

Erilaisia tarjoiltavia tuotteita oli runsaasti: mm. lämmintä ruokaa, suolaisia ja makeita leivonnaisia, kahvia, teetä ja jopa menukokonaisuuksia. Emme ehtineet vieraillla jokai- sessa kiinnostavassa paikassa, mutta kokemus oli positiivinen ja antoi eväitä tulevaan. Havainnoinnista ja haastatteluista saimme arvokasta dataa niin työmme kuin etenkin seuraavana Ravintolapäivänä perustettavan oman ravintolamme tueksi. Opimme, että tapahtumaan tulee varautua perusteellisesti ja kaikki mahdolliset esivalmistelut kan- nattaa tehdä hyvissä ajoin etukäteen. Paikan on oltava helposti löydettävissä ja tarvit- taessa on merkittävä selkeät opasteet paikalle löytämisen helpottamiseksi. Tilan tulee olla siisti ja viihtyisä - vaikka tarjottavat olisivat miten herkullisia tahansa, ei esteetti- syyttä voi väheksyä. Jos vain mahdollista, on istumapaikkoja järjestettävä reilusti. Sopivaa vaihtorahaa on hyvä varata tarpeeksi ja tuotteita hinnoitellessa täytyy muistaa kohtuus. Mielestämme tapahtuman päällimmäinen tarkoitus ei ole tehdä voittoa, vaan pitää hauskaa ja tarjota ihmisille elämyksiä.

4.3 Oman pop up -ravintolan toteutus

Ravintolapäivänä, sunnuntaina helmikuun 19. vuonna 2014 perustimme oman pop up -ravintolan. Olimme vuokranneet MIO Ry:ltä Mikkelin Ammattikorkeakoulun alueella sijaitsevan L-rakennuksen eli Café Labran pop up -ravintolan tiloiksi. Café Labra on MAMKin opiskelijoiden huvikäyttöön tarkoitettu insinööriopiskelijayhdistysten ylläpitämä rakennus (MIO Ry internersivut, 2014).

Aluksi ideana oli perustaa hampurilaisravintola, mutta käytyämme tarkastamassa ”Labran”, kävi selväksi että myytävät tuotteemme pitää valmistaa etukäteen. Keittiötilat olisivat vaatineet ainakin yhden kokonaisen päivän siivoukseen, joten tulimme tulokseen, että kahvilan perustaminen olisi järkevämpää niin ajankäytön kuin vaivannäönkin kannalta. Näin voisimme valmistaa kaikki myytävät tuotteet etukäteen ja jättää keittiön huomiotta. Käyttäisimme ainoastaan jääkaappia kylmäketjun säilyttämiseksi.

Nimen keksiminen osoittautui hankalaksi. Aluksi halusimme olla ”Vohvelipojat”, mutta siitä luovuttiin huomattessamme toisen mikkeliiläisen pop up -ravintolan myyvän vohveleita. Seuraavaksi harkitsimme nimeä ”Marenkipojat”, mutta marengin valmistuksen ollessa työlästä kaltaisillemme amatöörileipureille, piti siitäkin luopua. Monen muun eri nimivaihtoehdon jälkeen päädyimme ”Namupoikien herkkukahvilaan”. Tämä kuvasi mielestämme hyvin sekä meitä itseämme, että pop up -ravintolaamme.

Myytäviä tuotteita pyörittelimme pitkään, mutta lopulta valitsimme päätuotteeksemme uudenlaisen leivonnaisen, Brookien. Se on New Yorkista lähtöisin oleva kahden eri leivonnaisen yhdistelmä, jossa pohja tehdään keksitaikinasta ja päällinen suklaabrowniasta, eli sisältä kosteaksi jätettävästä mutakakusta. Brookien lisukkeena päätimme tarjota kermavaahtoa. Muita tuotteita olivat mokkapalat, kinkkupiiras ja lehtitaikinaan tehdyt, pepperonimakkaralla täytetyt tuorejuustohyrrät. Juotavaksi tarjoilimme kahvia, teetä, mehua ja vettä.

Päätimme jakaa tehtävät niin, että Jaakko valmistaisi Brookien sekä hyrrät, Juuso mokkapalat ja kinkkupiirakan. Esivalmistelut tehtiin edeltävänä päivänä mahdollisimman pitkälle ja tarkoitus oli, että sunnuntaina myytävät ja muut tarvikkeet vain kannetaan paikalle.

Sunnuntaiaamuna Juuso meni paikan päälle siistimään tilaa Jaakon keskittyessä tavaroiden kuljettamiseen. Merkitsimme myös kylteillä ohjeita ammattikorkeakoulun sisään tuloväylille, sillä tiesimme paikan olevan hieman vaikeasti löydettävissä. Noin kello 12 kahvilamme oli valmiudessa ja asiakkaiden odotus alkoi.

Ensimmäinen asiakas saapui nopeasti, mutta hänen jälkeensä kului yli tunti ennen seuraavaa. Hiljaisuuden jatkuessa aloimme ihmetellä, olimmeko kenties valinneet liian vaikean paikan, vääränlaisen teeman vai eivätkö kaupunkilaiset ylipäänsä ole kiinnostuneita Ravintolapäivästä. Kuitenkin noin kello kolmelta alkoi yleisöryntäys. Saimme kerralla yli kymmenen asiakasta ja heidän puheistaan selvisi, miksi oli ollut niin hiljaista: Suomen miesten hiihtomaajoukkueen viesti oli alkanut lähes samanaikaisesti ravintolamme avaamisen kanssa, ja ihmiset olivat lähteneet liikkeelle vasta hiihdon katsottuaan.

Tämän jälkeen asiakkaita kävi tasaiseen tahtiin. Eksyipä paikalle myös paikallislehden toimittaja valokuvaajan kanssa. Saimme tuotteitamme myytyä mukavasti ja alkoi näyttää selvältä, että rahallisesti emme tulisi jäämään paljoakaan tappiolle. Viiden aikaan uusia asiakkaita ei enää tullut, ja aloimme siivota paikkoja lähtökuntoon. Pop up -ravintolamme sijainti sai osalta asiakkaistamme vähän kritiikkiä. He kertoivat että ravintolamme sijaitisi hieman liian syrjässä ja sinne oli vaikea löytää. Väitettä tuki myös se, että Ravintolapäivän älypuhelinapplikaatio ei osannut opastaa perille asti. Arvelemme tämän johtuvan siitä, että ”Labralla” ei ole varsinaista omaa osoitetta. Myös ympäristöön asettelemamme kyltit saattoivat myös olla liian värittömiä ja maisemaan sulautuvia.

Markkinoimme omaa pop up -ravintolaamme lähinnä Ravintolapäivän virallisella internetsivuilla. Kerroimme myös ystävillemme, että olemme avaamassa oman pop up -ravintolan ja pyysimme heitä käymään tuttavineen kahvilla. Harmittavasti emme huomanneet mainostaa ravintolaamme sosiaalisessa mediassa, vaikka esimerkiksi Facebookia ja/tai Twitteriä hyödyntämällä olisimme luultavasti saaneet jonkin verran enemmän asiakkaita.

Tekemämme ruokamäärät olivat hieman ylimitoitettuja, sillä noin puolet jäi myymättä. Rahallisesti jäimme kuitenkin voitolle 2,20 € mieheen, ja olimme tähän varsin tyytyväisiä. Tavoite ei koskaan ollut ansaita kahvilallamme rahaa, mutta ns. omille pää-

seminen oli tietysti tärkeää. Aikaahan päivän valmisteluun ja järjestämiseen kului todella paljon, mutta saimme kuitenkin antoisan kokemuksen lisäksi hyvää materiaalia opinnäytetyötämme varten. Pop up -ravintolan perustaminen antoi myös osviittaa siitä, kuinka paljon työtä ”oikean” kahvilan pyörittäminen vaatisi. Mehän emme joutuneet pohtimaan esim. lainsäädäntöä, verotusta ja henkilöstökuluja, mutta tekemistä riitti silti usealle päivälle. Vaikka ravintolamme oli auki ainoastaan muutaman tunnin ajan ja tarjoiltavia tuotteitakaan ei ollut kuin muutamaa eri laatua.

Tulevaisuudensuunnitelmia Ravintolapäivän suhteen kummallekaan ei juuri jäänyt. Hirvittävä määrä työtä vailla rahallista korvausta hieman haraa vastaan, mutta ehkäpä jotain pienimuotoisempaa ja helpommin järjestettävää pop up -ravintolaa voisimme ollakin perustamassa. Mitä luultavimmin meitä tullaan kuitenkin näkemään useammin asiakkaina kuin järjestäjinä tulevina Ravintolapäivinä.



Restonomiopiskelijat Jaakko Salmi ja Juuso Seppi kattoivat myyntipöytänsä sekä suomalaisia että makeita herkuja. Kaikki oli leivottu itse.

KUVA 7. Namupoikien herkkukahvila (Länsi-Savo 2014).

5 KYSELY RAVINTOLAPÄIVÄÄN OSALLISTUNEILLE JÄRJESTÄJILLE

Ravintolapäivänä 19.2.2014 lähetettiin kyselylomake Ravintolapäivään osallistuneille järjestäjille. Lomake tehtiin Webropol-palvelulla ja linkki siihen lähetettiin sähköpostitse. Ravintolapäivään osallistuneiden järjestäjien sähköpostiosoitteet saatiin ravintolapäivä.org -sivustolta. Ravintolapäivään osallistui 1210 pop up -ravintolaa, mutta kaikki eivät olleet ilmoittaneet sähköpostiosoitteensa. Sivustolta kerättiin noin tuhat sähköpostiosoitetta, joista laadittiin kaksi sähköpostilistaa, toinen suomeksi ja toinen englanniksi. Tämä siksi, että arviolta hieman yli puolet kaikista pop up -ravintoloista oli Suomessa (700), loput ulkomailla. Sähköpostiviestissä kerrottiin opinnäytetyöstä ja järjestäjien toivottiin kertovan kokemuksistaan Ravintolapäivään liittyen. (Ks. liite 1)

5.1 Yleistä kyselystä

Vastauksia saatiin 284, yli 25 % kyselyn vastaanottaneista. Ravintolapäivänä oli 1210 (n. 1200) ravintolaa ja kyselystä saatiin 284 vastausta, oli otantasuhde $300 : 1200 = 1 : 4$, eli noin joka neljäs perusjoukon yksilö vastasi kyselyyn. 1000:een lähetettyyn kyselyyn saatiin 284 vastausta, eli vastausprosentti oli 28,4 %. Vastaaajista Suomessa pop up -ravintolan perustaneita oli 113 (39,7 %) ja loput 171 (60,2 %) vastausta tulivat ulkomailta. Useat vastanneet, pääasiassa ulkomaalaiset, tarjosivat myös lisäapuaan esimerkiksi haastattelujen muodossa.

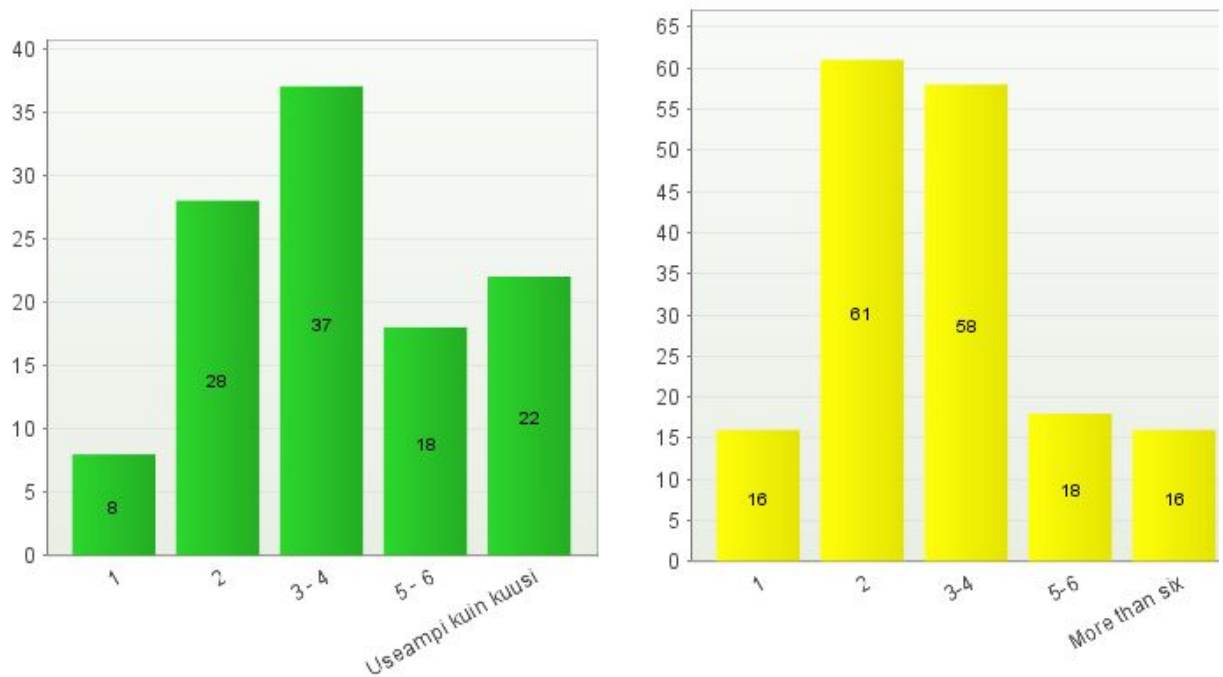
5.2 Kyselyn tulokset ja analysointi

Alla ovat saadut vastaukset taulukoin esitettyinä. Koska kyselyn tehtiin erikseen sekä suomalaisille että ulkomaalaisille pop up -ravintoloitsijoille, on näin ollen mahdollista vertailla ja etsiä eroavaisuuksia ja/tai samankaltaisuuksia siitä, miten Ravintolapäivä eroaa Suomen ja muun maailman välillä. Jokaisen kuvaajan jälkeen kerrotaan havain- toja ja tuodaan esiin tärkeiksi koettuja asioita. Vasemmalla puolella vihreällä värillä esitetyt kuvaajat ovat suomalaisten vastauksia, oikealla ulkomaalaisten.

Perustajien määrät

Perustajien määrät ovat kummassakin otoksessa hyvin samankaltaiset, eikä merkittäviä eroja ole nähtävissä. Ulkomailla on jonkin verran enemmän kahden hengen perus-

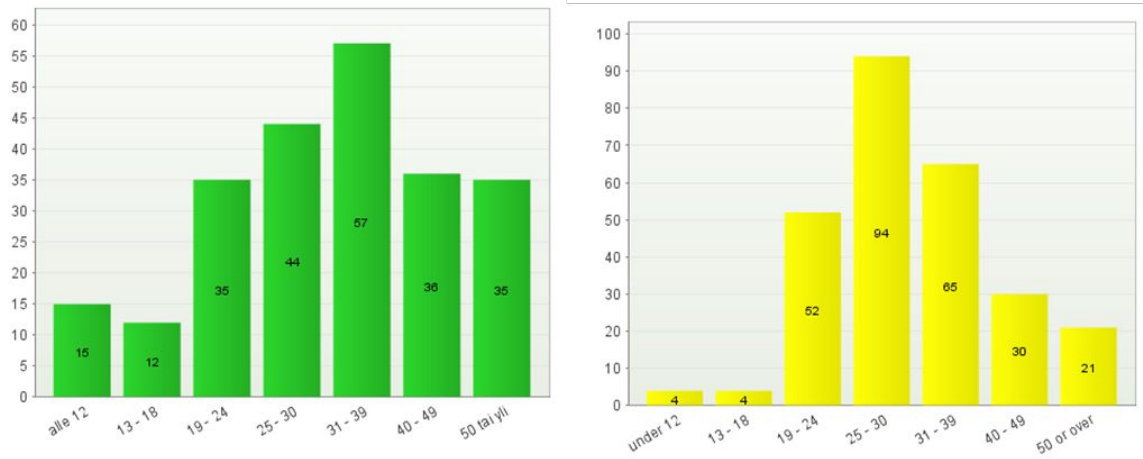
tamia ravintoloita, kun taas Suomessa on vastaajiin suhteutettuna enemmän useamman kuin kuuden hengen perustamia ravintoloita. Suomessa suurimmassa osassa ravintoloita perustamassa toimintaa oli 3 - 4 henkeä, eli n. 33 prosentissa. Ulkomailla oli eniten kahden hengen pop up -ravintoloita, joita oli n. 36 prosenttia. Suomessa oli selvästi vähiten yhden hengen ravintoloita (n. 7 %) ja ulkomailla puolestaan vähiten sekä yhden hengen että yli kuuden hengen ravintoloita (n. 9 %). Suomessa enemmän kuin kuuden henkilön ravintoloita oli huomattavasti enemmän kuin ulkomailla, n. 19 %. (Kuvio 1.)



KUVIO 1. Pop up -ravintoloiden perustajien määrät

Järjestäjien iät

Järjestäjien ikäjakaumassa näkyy selkeä eroavaisuus lasten ja nuorten osallistumisessa Ravintolapäivään. Suomessa lähes 12 prosenttia järjestäjistä oli alle 18-vuotiaita, ulkomailla vain noin kolme prosenttia. Ero on merkittävä ja vaatisi lisätutkimuksia syyn selvittämiseen. Myös varttuneempia, yli 40-vuotiaita henkilöitä osallistui Suomessa huomattavasti (~30 %) enemmän kuin ulkomailla (~19 %). Ulkomailla taas Suomea aktiivisempia ovat olleet erityisesti 25 - 30-vuotiaat. (Kuvio 2.)

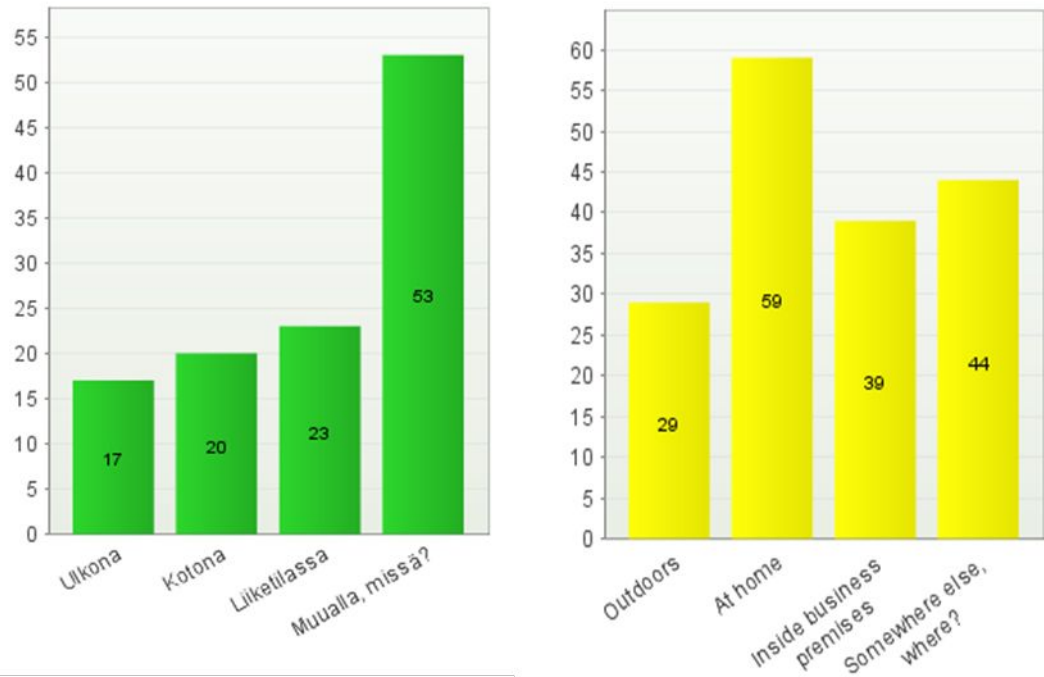


KUVIO 2. Järjestäjien iät.

Pop up -ravintolan sijainnit

Ulkomailla ravintoloita on perustettu huomattavasti enemmän kotona. Myös muualla kuin annetuissa vaihtoehtoissa on ollut erityisesti Suomalaisittain suosittu vastaus, mutta usein nämä vastaukset olisivat käyneet myös joihinkin muista kategorioista. Näin vastaajat lienevät halunneet vain tarkentaa ravintoloidensa sijoitusta. Tällaisia tarkennuksia olivat mm. työhuone, puusepänverstas, seurakuntatalo, ja kirkko. Selkeästi valmiiksi annettuihin kategorioihin lukeutumattomia vastauksia olivat mm. koulu, taloyhtiön saunatila, rautatieasema ja kulttuuritalo. Ulkomailla oli nähtävissä sama havainto, jossa ihmiset olivat halunneet lähinnä tarkentaa sijaintia. Mukana oli kuitenkin myös paikkoja kuten taidegalleria, museo ja opiskelija-asuntola.

Kotona pop up -ravintolan perusti Suomessa n. 18 prosenttia ja ulkomailla hieman suurempi joukko n. 35 prosenttia vastanneista. Ulkoilmassa pop up -ravintoloita perustettiin sekä Suomessa että ulkomailla pienin osuus, mikä on selitettävissä sillä, että kysely tehtiin helmikuussa. Suomessa n. 15 prosenttia ravintoloista oli ulkona ja ulkomailla n. 17 prosenttia. Liiketiloihin oli Suomessa ravintolansa perustanut n. 20 ja ulkomailla n. 23 prosenttia vastaajista. (Kuvio 3.)



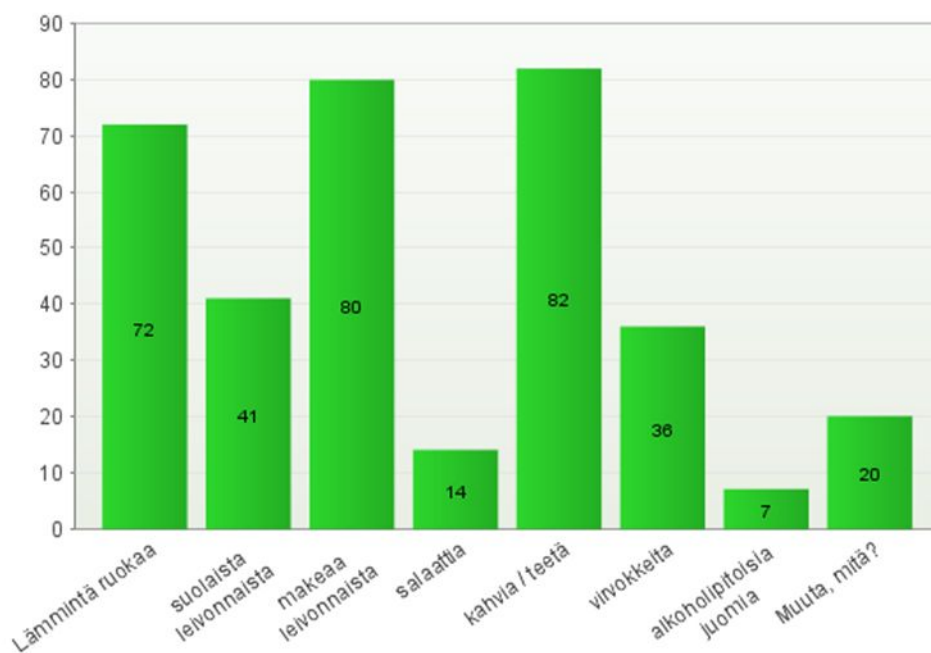
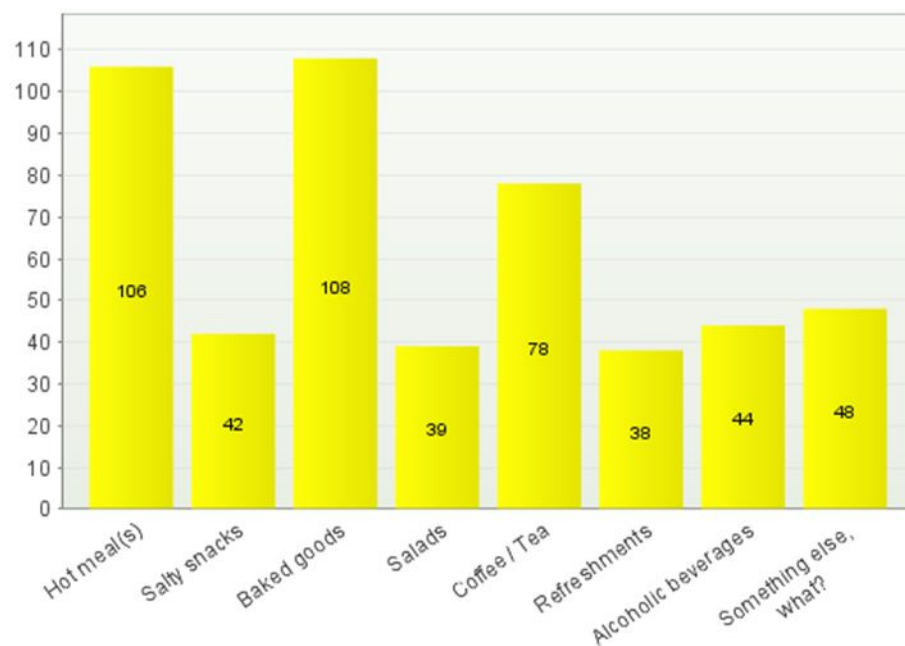
KUVIO 3. Pop up -ravintoloiden sijainnit.

Tarjottavat tuotteet

Suomalaisittain erittäin mielenkiintoinen havainto on alkoholin tarjoaminen seitsemässä ravintolassa. Lupa alkoholin myymiseen alle 200 asiakaspaikan ravintoloissa maksaa 420 euroa, minkä lisäksi tarjoilijalta vaaditaan anniskelupassi (Rajamäki 2014). Ei tunnu uskottavalta, että kukaan maksaisi luvasta päivän ajaksi tuollaista hintaa, joten asiassa lienee rikottu lakia joko tietämättömyyttä tai tahallaan. Ulkomailta vastaavaa johtopäätöstä ei voi tehdä, koska näin tiukkaa lupakäytäntöä ei tiettävästi ole muissa maissa käytössä. Muuten tarjottavat ovat olleet hyvin samankaltaisia. Muuta -vaihtoehtoon on taas lähinnä tarkennettu asioita jotka menisivät myös muihin kategorioihin.

Erittäin mielenkiintoista on huomata, että tarjottavat ovat olleet prosenttiosuuksina lähes samaa luokkaa niin Suomessa, kuin ulkomaillakin. Esimerkiksi lämmintä ruokaa tarjoili Suomessa n. 20 prosenttia ja ulkomailla n. 21 prosenttia järjestäjistä. Ainoat silmiinpistävät erot löytyvät lähinnä salaattien ja alkoholin tarjoilemisesta. Suomessa salaatteja tarjoili n. neljä prosenttia ja ulkomailla tuplasti suurempi joukko n. kahdek-

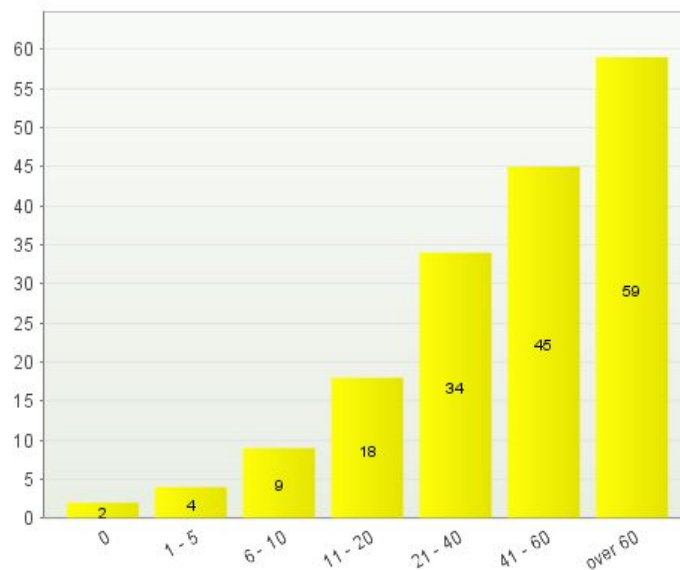
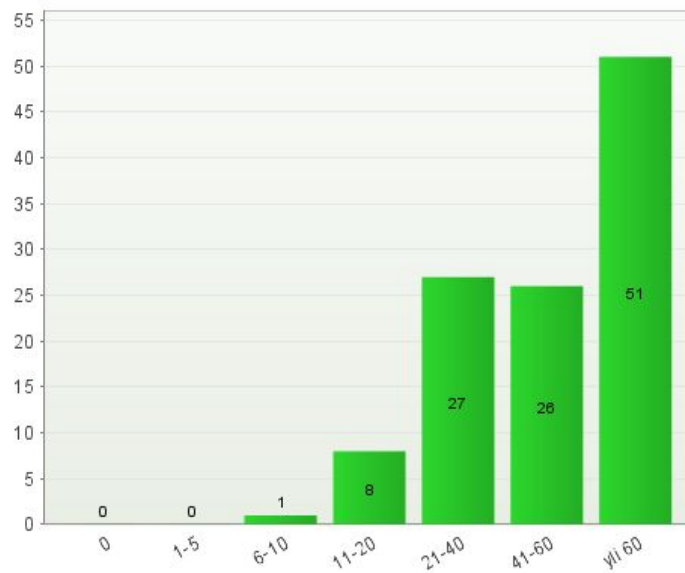
san. Suomessa kaksi prosenttia järjestäjistä tarjoili alkoholia, kun ulkomailla luku oli n. 9. Suolaisia ja makeita leivonnaisia Suomessa tarjoiltiin n. 34 prosentissa ravintoloista ja ulkomailla vastaava luku oli n. 30 prosenttia. Suomalaiset ovat tunnetusti ahkeria kahvinjuojia ja tämä näkyi siten, että Suomessa osallistuneista ravintoloista n. 23 prosentissa tarjoiltiin kahvia ja/tai teetä, kun ulkomailla vastaava prosentti jää hieman alhaisemmaksi, n. 16:teen prosenttiin. Virvokkeita on tarjottu Suomessa n. kymmenessä prosentissa ja ulkomailla n. kahdeksassa prosentissa ravintoloista. (Kuvio 4.)



KUVIO 4. Tarjottavat tuotteet

Asiakkaiden määrät

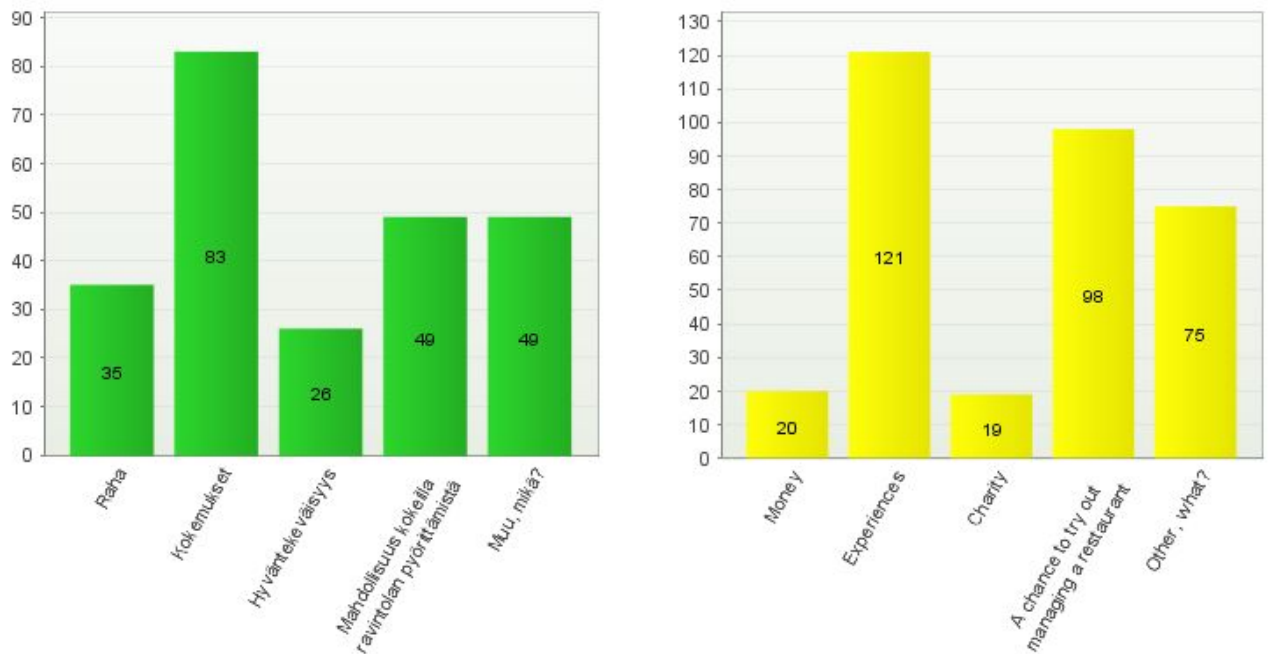
Kuvaajista voidaan huomata, että pop up -ravintolat kiinnostavat asiakkaita niin Suomessa kuin ulkomaillakin. Yli kuusikymmentä asiakasta on omaan kokemukseemmekin viitaten todella iso määrä ja vaatii jo paljon suunnittelua ja varautumista. Ilman asiakkaita jäi vain kaksi ravintolaa ulkomailla, ja nämäkin paljastuivat tarkemmalla tutkimisella hintaviksi menukokonaisuuksiksi. Tästä voitaisiin mahdollisesti vetää sellainen johtopäätös, ettei välttämättä kannata tehdä liian hienoa ja isoa. Usein ihmiset haluavat kiertää Ravintolapäivänä useita paikkoja, eikä sellaiseen sovi kallis ja täyttävä monen ruokalajin menu. (Kuvio 5.)



KUVIO 5. Asiakkaiden määrät.

Motivaatiot osallistua

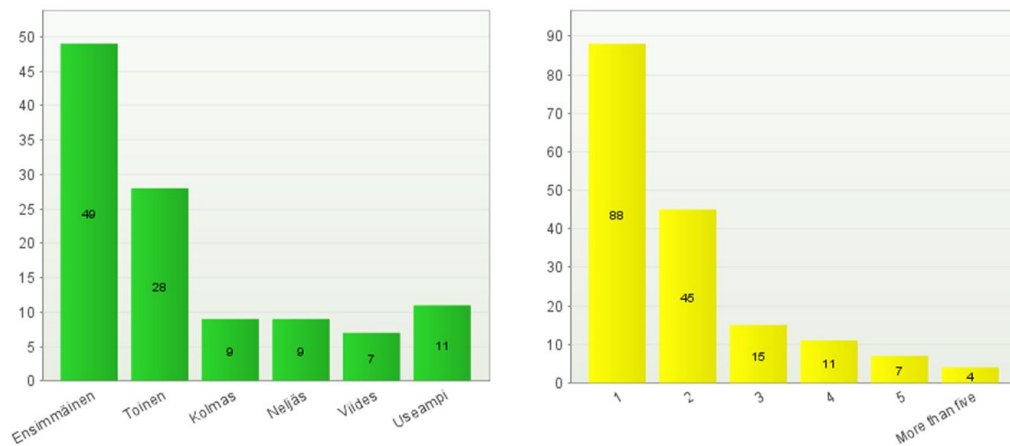
Suomessa huomattavasti useampi oli lähtenyt mukaan rahan takia, sillä n. 14 prosenttia vastanneista ilmoitti ainakin yhdeksi motivaatiokseen rahan. Ulkomailla vastaava luku oli paljon pienempi, n. kuusi prosenttia. Myös hyväntekeväisyyden nojalla osallistuminen oli selkeästi yleisempää Suomessa. Molemmissa ryhmissä todella moni vastaaja tarkensi ”muuta” -vastauksessaan motiiviksi hauskanpidon. Suurimmaksi motivaation lähteeksi osallistua ilmoitti sekä Suomessa, että ulkomailla kokemukset - Suomessa n. 34 ja ulkomailla n. 36 prosenttia. N. 20 prosenttia Suomessa osallistuneista ilmoitti vähintään yhdeksi syyksi osallistua mahdollisuuden kokeilla ravintolan pyörittämistä ja ulkomailla n. 29 prosenttia vastaajista. (Kuvio 6.)



KUVIO 6. Motivaatiot osallistua.

Osallistumiskerta järjestäjänä

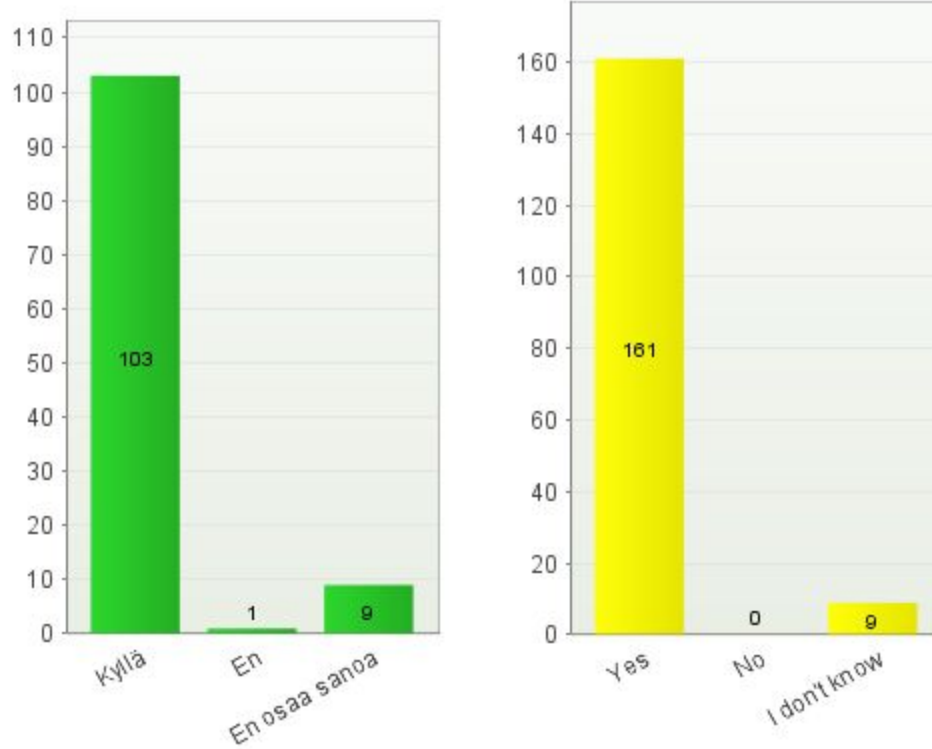
Valtaosalle niin Suomessa kuin ulkomaillakin osallistumiskerta Ravintolapäivään oli ensimmäinen: Suomessa n. 43 prosenttia ja ulkomailla n. 52 prosenttia vastaajista osallistui Ravintolapäivään ensimmäistä kertaa. Seuraavaksi eniten oli toista kertaa osaa ottavia. Suomessa n. 16 prosenttia ja ulkomailla n. 26 prosenttia. Muut vastausvaihtoehdot keräsivät sekä Suomessa että ulkomailla tasaisesti vastauksia, mutta Suomessa viidettä tai useampaa kertaa osallistuvia oli runsaammin, n. 10 prosenttia vastaajista.



KUVIO 7. Osallistumiskerta järjestäjänä.

Aikovatko osallistua uudelleen järjestäjänä

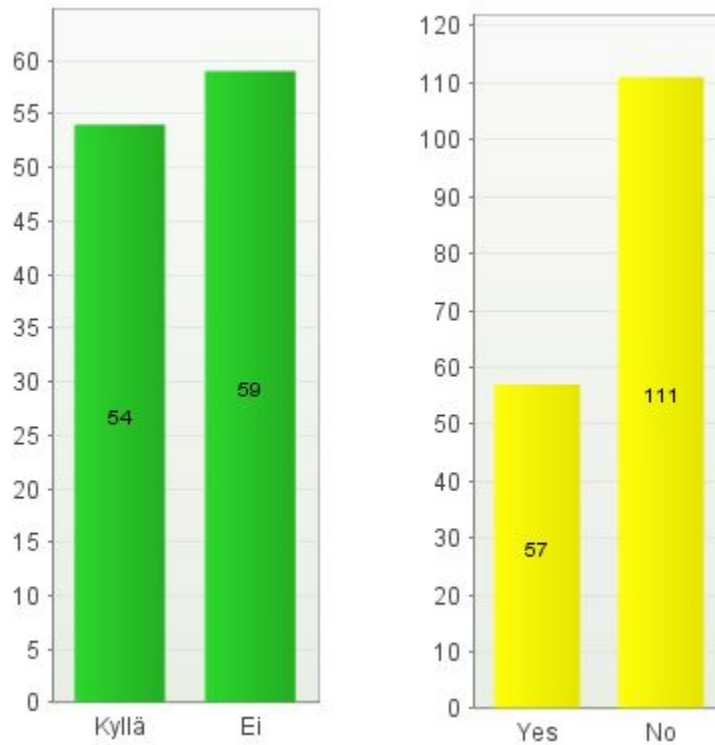
Todella moni vastaajista molemmista ryhmistä aikoo osallistua Ravintolapäivään myös jatkossa. Tämä kertoo osaltaan Ravintolapäivän suosiosta, sillä tapahtuma näiden tulosten valossa jatkaa kasvuaan. Kun vielä huomioidaan että hyvin suuri osa järjestäjistä oli ensikertalaisia, voisi kasvu teoriassa olla jopa eksponentiaalista. Suomessa osallistuneista n. 91 prosenttia ilmoitti haluavansa osallistua uudelleen. Ainoastaan yksi oli vastannut kieltävästi ja n. kahdeksan prosenttia vastanneista ei osannut vielä sanoa tulevaisuudesta. Ulkomailla osallistuneista yksikään ei ollut vastannut kieltävästi uudelleen osallistumiseen, n. 5 prosenttia ilmoitti, että ei tiennyt tulevaisuudesta ja loput n. 95 prosenttia kertoivat osallistuvansa uudelleen. (Kuvio 7.)



KUVIO 8. Uudelleen osallistuminen.

Järjestäjien aikaisempi työkokemus / koulutus alalta

Suomessa noin 47 prosentilla osallistujista oli aikaisempaa työkokemusta tai koulutusta alalta, joten noin 53 prosentilla ei ollut minkäänlaista käytännön kokemusta ennen Ravintolapäivään osallistumista. Ulkomailla oli lähes kaksi kertaa enemmän sellaisia osallistujia joilla ei ollut työkokemusta, kuin heitä joilla oli. Ulkomailla Ravintolapäivään osallistuneista n. 34 prosentilla oli aikaisempaa työkokemusta tai koulutusta alalta. Ravintolapäivä on siis innoittanut runsain mitoin täysin alan kokemusta tai koulutusta vailla olevia ihmisiä. (Kuvio 8.)



KUVIO 9. Työkokemus / koulutus alalta.

Tyypillinen pop up -ravintola

Tutkimuskyselyn perusteella tyypillinen Suomessa perustettu pop up -ravintola sijaitsi muualla kuin annetuissa vastausvaihtoehdoissa (ulkona, kotona ja liiketilassa), perustajat olivat 31-39-vuotiaita ja lukumäärällisesti heitä oli kolmesta neljään, tarjolla oli useimmiten lämmintä ruokaa, makeita leivonnaisia ja/tai kahvia ja teetä. Asiakkaita kävi yli 60, ja suurimmaksi motivaatioksi osallistumiseen ilmoitettiin kokemus Ravintolapäivästä. Lähes jokainen haluaisi osallistua uudestaan, ja noin joka toiselta löytyi entuudestaan kokemusta tai koulutusta alalta.

Tyypillinen ulkomailla perustettu pop up -ravintola sijaitsi kotona. Perustajat olivat 25-30-vuotiaita ja mukana kaksin ystävän tai puolison kanssa. Tarjolla oli todennäköisimmin lämmintä ruokaa, makeita leivonnaisia ja/tai kahvia ja teetä. Asiakkaita ravintolassa vieraili yli 60. Tärkein motivaatio osallistua oli kokemuksellinen. Lähes jokainen haluaisi osallistua uudelleen, ja noin joka kolmannelta löytyi aikaisempaa kokemusta tai koulutusta alalta.

Pop up -ravintoloiden sijainnit

Mielenkiintoisena yksityiskohtana voidaan pitää sitä, että kaikki pop up -ravintolat olivat pohjoisella pallonpuoliskolla. Toinen silmiinpistävä asia oli, että Ruotsissa ei ollut ainuttakaan ravintolaa (Kuva 7). Eniten osallistujia Suomen lisäksi oli Venäjällä (139), Hollannissa (84) ja Puolassa (83). Muita aktiivisia pop up -ravintolamaita olivat Espanja (30), Tanska (22) ja Japani (21).



KUVA 8. Pop up -ravintoloiden sijainnit Ravintolapäivänä, helmikuu 2014 (Ravintolapäivän internetsivut 2014).

6 HAASTATTELUT

Ravintolapäivä herättää runsaasti keskustelua niin puolesta kuin vastaan. Opinnäyte-työtä varten haluttiin haastatella erilaisissa asemissa olevia henkilöitä, jotka ovat vahvasti kytköksissä Ravintolapäivään.

Ravintolapäivä on suomalainen innovaatio. Se on lyhyessä ajassa levinnyt Suomesta ympäri maailmaa. Luonnollisesti yhden haastateltavista tuli olla joku Ravintolapäivän pioneereista. Timo Santala, yksi kolmesta perustajajäsenestä, lupautui mukaan.

Terveysalan ammattilaista haluttiin haastatella erityisesti hygienia-aihetta koskien. Mielipiteitä kysyttiin Mikkelin kaupungin terveystarkastaja Hannu Hulkkoselta.

Ravintolapäivänä perustettavat pop up -ravintolat eivät maksa veroja tai palkkoja. On herännyt kysymys, edistääkö Ravintolapäivä omalta osaltaan harmaata taloutta. Pop up -ravintolat vievät mahdollisesti asiakkaita ja näin ollen tuloja ns. oikeilta ravintoloilta, jotka ovat avoinna samoina päivinä. Näin ollen haluttiin kuulla MaRa ry:n varatoimitusjohtajan, Veli-Matti Aittoniemen mielipiteitä.

6.1 Ravintolapäivän perustajan haastattelu

Timo Santala on yksi Ravintolapäivän kolmesta alkuperäisestä perustajajäsenestä. Haastattelu suoritettiin Skypen kautta tiistaina 14.5.2014.

Haastattelun aluksi kysyimme, mistä idea Ravintolapäivään alun perin lähti. Hän kertoi alkuperäisen idean olleen ystävänsä, joka oli turhautunut ravintolan perustamiseen vaadittavaan byrokratiaan ja näki että ravintola pitäisi pystyä perustamaan helpominkin. Yhdessä Santalan ja kolmannen ystävän kanssa he pohtivat esimerkiksi sitä, miksei Suomessa ole kunnon katuruokakulttuuria ja kuinka paljon hienoja ideoita jää toteutumatta ravintolan perustamisen vaikeuden vuoksi. Tärkeimmäksi He näkivät ravintola-alan tiukan säätelyn. Toinen ystävästä oli ehdottanut perustettavaksi eräänlaista ruokakarnevaalia, jolloin kuka tahansa voi perustaa ravintolan minne tahansa. Näin ohitettaisiin kaikenlainen byrokratia ja rajoitukset, joita ravintolan perustamisen esteenä on. Kukaan kolmikosta ei uskonut mielenosoitukselliseen protestointiin, vaan he halusivat konkreettisella esimerkillään välittää positiivisen viestin siitä, ettei ravintolan perustamisen pitäisi olla niin vaikeaa.

Ravintolapäivän perustajajäsen näkee jo pelkän Ravintolapäivän perusidean olevan todella hyvä. Hänen mielestään siinä tiivistyy monta tärkeää asiaa osallistumisesta julkisen tilan haltuunottoon, yhteisöllisyydestä hauskanpitoon ja kokeilusta uuden sallimiseen. Lisäksi hänelle on tärkeää, että he ovat omalla esimerkillään onnistuneet innostamaan ja rohkaisemaan muita ihmisiä mukaan tapahtumaan. Ravintolapäivällä ei ole edelleenkään minkäänlaista lupaa, vaan ravintolan perustaminen on ihan yhtä laitonta tai sallittua kuin minä tahansa muunakin päivänä. Siihen on kuitenkin onnistuttu luomaan tunnelma, jossa ravintolan perustaminen on luvallista - tai ainakaan se

ei ole kiellettyä. Lisäksi hän on todella mielissään siitä, miten he ovat onnistuneet saamaan Ravintolapäivää esille mediassa niin Suomessa kuin ulkomaillakin.

Perustajajäsen ei enää nykyään harmikseen useinkaan ehdi osallistua Ravintolapäiviin järjestävänä tahona, vaan aika kuluu itse tapahtuman organisointiin. Hän kuitenkin kiertää jokaisena Ravintolapäivänä useissa pop up -ravintoloissa vaikka vain valokuvaamassa ja jututtamassa ihmisiä. Hän on myös todella usein isännöinyt ulkomaisia toimittajia, jotka ovat tulleet Suomeen tutkimaan ilmiötä ja kirjoittamaan tapahtumasta. Ulkomaille hän ei ole vielä Ravintolapäivää kiireistä johtuen päässyt viettämään, mutta tulee tulevaisuudessa näin tekemään. Erityisesti Pietari kiinnostaa.

Varsinaisia riskejä Ravintolapäivässä perustajajäsen ei näe, vaan hän haluaa ajatella mahdollisuuksien kautta. Hygieniaan liittyviä kysymyksiä hän ei koe ongelmana, sillä hän luottaa omilla nimillä ja kasvoilla toimivien järkevien ihmisten muutaman tunnin aikana tarjoamien tuotteiden olevan turvallisia syödä. Ravintolapäivän perustajajäsen ei näe oikeiden ravintoloiden valvonnan takaavan ruoan turvallisuutta.

Tulevaisuuden visio Ravintolapäivän kehityksestä on, että siitä syntyy kansanliike, eräänlainen juhlapyhä, jota kenenkään ei tarvitse enää erikseen järjestää. Uusia perinteitä syntyy jatkuvasti, ja hän toivoo Ravintolapäivän olevan vapun ja joulun kaltainen jäädäkseen tullut kansainvälinen, toistuva juhla. Tälläkään hetkellä Ravintolapäivällä ei ole varsinaista keskusjärjestöä, mutta tietty määrä työtä on aina tehtävä markkinoinnin ja viestinnän saralla. Tietyn suosion tason saavutettuaan perustajajäsen uskoo, ettei tapahtuma tarvitse enää taustajoukkoa sitä ylläpitämään.

Ravintolapäivä on kasvattanut suosiotaan monissa maissa, mutta esimerkiksi Ruotsi ei ole ottanut tapahtumaa omakseen. Tärkeimmäksi tekijäksi Ravintolapäivän leviämisessä ja suosion kasvussa perustajajäsen näkee, että ihmisten täytyy innostua tapahtumasta ja levittää siitä tietoa esimerkiksi kavereilleen, jotka kertovat siitä edelleen eteenpäin synnyttäen näin eräänlaisen ketjureaktion. Ruotsissa tällaista innostuneisuutta ei ole ollut nähtävissä, mutta tulevana Ravintolapäivänä 17.5.2014. Malmöön ollaan haastatteluajankohtana perustamassa 12 pop up -ravintolaa, joten leviäminen voisi olla käynnistymässä. Median kiinnostuneisuuden Ravintolapäivästä Perustajajäsen näkee myös ratkaisevana, eikä Ruotsissa ole juurikaan uutisoitu tapahtumasta.

Hän pohtii myös, voisiko taustalla olla jopa se, että Ruotsissa ei olla tottuneita ottamaan vaikutteita Suomen suunnasta.

Täysin päinvastainen kehitys on ollut nähtävillä esimerkiksi Hollannissa, Puolassa ja Venäjällä, joissa tapahtuma on kasvanut räjähdysmäisesti ja saavuttanut lyhyessä ajassa suuren suosion. Venäjällä oli pitkään hyvin hiljaista, mutta kun tietyt asialleen omistautuneet ihmiset lähtivät viemään asiaa eteenpäin, tapahtuma levisi ympäri Venäjää todella nopeasti. Tätä edesauttoi myös isojen medioiden runsas uutisointi aiheesta. Samaa on ollut nähtävissä jokaisessa maassa, jossa Ravintolapäivä on noussut suosituksi tapahtumaksi.

Jo olemassa olevien ravintoloiden osallistumisen perustajajäsen näkee ristiriitaisena asiana. Heillä ei ole mitään mahdollisuuksia kontrolloida ketkä Ravintolapäivään osallistuvat ja millä motiiveilla. Toisaalta hän taas näkee heillä olevan tapahtumaan ”henkinen omistajuus” ja tietynlainen auktoriteetti esittää toivomuksia, joista yksi on ollut, ettei Ravintolapäivään osallistumisen ensisijainen motiivi olisi taloudellinen tuloksetko tai jonkin toisen tahon markkinointi. Esimerkkinä tällaisesta markkinoinnista Ravintolapäivän perustajajäsen kertoo Sauli Niinistön ja Pekka Haaviston presidentinvaalikampanjan aikaisista vaalikaaviloista, jotka ilmoittautuivat Ravintolapäivään mukaan tarjoamaan samaa kahvia ja pullaa, mitä niissä olisi tarjoiltu muutenkin.

Ravintolapäivän markkinointiin hän on tyytyväinen, eikä näe tarpeelliseksi nykyistä isompaa ja aggressiivisempaa mainostamista. Parhaimmaksi mahdolliseksi markkinoinniksi hän kokee ”word of mouth” -metodin, jossa informaatio leviää ihmiseltä ihmiselle eri medioiden sijaan.

Perustajajäsenen mielestä kannattaa erikoistua ja olla omaperäinen ravintolaa perustettaessa. Jokainen osallistuja päättää täysin vapaasti ravintolansa tyylistä ja tuotteista. Ravintolapäivän alkuperäisen idean hän kertoo olleen luovuuden ja rajojen rikkomisen, ja hän rohkaisee ihmisiä keksimään ja toteuttamaan uusia ideoita. Alkoholitarjoilun vaikeuden Suomessa Ravintolapäivänä hän haluaa nähdä osana isompaa käytäntöä koko Suomalaisessa yhteiskunnassa. Rajoittamisen hän kokee turhana ja hyödyttömänä, ja toivoisi alkoholitarjoilun sääntelyn höllentämistä. Hän uskoo ihmisten ottavan lisääntyneen vapauden myötä myös lisää vastuuta. Perustajajäsen ei ole alkoholin

myynnin täysvapauttamisen kannalla, mutta koska nykyinen alkoholipolitiikka ei selkeästi toimi halutulla tavalla, olisi aika kokeilla erilaisia vaihtoehtoja.

6.2 Terveystarkastajan haastattelu

Hannu Hulkkonen on Mikkelin kaupungin terveystarkastaja. Häntä haastateltiin, koska oli tarpeen saada valvontaviranomaisen näkökulma aiheeseen. Ravintolapäivänä perustettavat pop up -ravintolat eivät kuulu elintarvikelain alaisuuteen. Haastattelu suoritettiin kasvotusten maanantaina 19.5.2014.

Aluksi tiedusteltiin, ovatko Ravintolapäivä ja niiden aikana perustettavat pop up -ravintolat entuudestaan tuttuja käsitteitä. Terveysviranomainen oli tietoinen tapahtumasta. Lainsäädäntö Suomessa on ennen ollut tällaista tapahtumaa vastaan, mutta on sittemmin hieman eurooppalaistunut, mikä on mahdollistanut Ravintolapäivän perustamisen. Terveystarkastaja kertoi myös itse vierailleensa pop up -ravintolassa. Viranomaisen näkökulmasta idea Ravintolapäivästä ja pop up -ravintoloista ei ole kuulemma ollenkaan huono. Tarkastajan mielestä ihmiset ovat hyvin tiedostaneet sen, että jos lähdetään pystyttämään pop up -ravintolan tyylistä toimintaa, sitä ei voida ns. vetäistä lonkalta, vaan asiaan tulee paneutua. Ravintolapäivä voi myös rohkaista esimerkiksi nuoria syömään enemmän ulkona tavanomaisissa ravintoloissa. Terveystarkastaja ei koe, että pop up -ravintolat kilpailisivat oikeiden ravintoloiden kanssa, vaan että ihmiset haluavat käydä pop up -ravintoloissa kokemassa jotain täysin uutta.

Terveystarkastajan mielestä oli täysin selvä asia, että Ravintolapäivään liittyy myös riskejä. Mikäli tuotteita valmistetaan esimerkiksi kotona, pitää huomioida, onko kotitalous liitettyinä kaupungin vesijohtoverkostoon vai onko se esimerkiksi oman kaivon varassa. Kaivossa voisi terveystarkastajan mukaan olla esimerkiksi ”rotta arestissa” ja tätä vettä käytettäessä ruoanvalmistukseen luodaan vakava hygieniariski. Riski käsi- ja työskentelyhygienian peittämisestä on myös olemassa. Kolmanneksi hygieniariskiksi terveystarkastaja listaa tuotteiden säilyttämisen, korostaen varsinkin raakojen raaka-aineita. Lihat, kalat ja meijerituotteet ovat helposti pilaantuvia ja ne tarvitsevat kylmäsäilytyksen. Olivat kyseessä sitten kahvileivät, pizza tai mikä tahansa muu pilaantuva tarjottava, on aina muistettava kylmäketjun tärkeys. Näiden riskien takia viranomaiset ja suomalainen lainsäädäntö ovat olleet Ravintolapäivän kaltaisia ideoita vastaan.

Terveystarkastajan mielestä Ravintolapäivän hygieniataso on ns. veteen piirretty viiva. On paljon ihmisiä, jotka osaavat hoitaa hygienia-asiat kunnolla. On myös ihmisiä jotka ajattelevat, että ”kunhan nyt tehdään jotain” Ravintolapäivää varten. Esimerkiksi samalla pöydällä valmistettavien tuotteiden lomassa saattaa kissa ”vahtia”, eikä siihen liittyviä riskejä tiedosteta. Terveystarkastaja näkee, että hygieniapassin vaatiminen Ravintolapäiviin osallistujilta on lähes mahdotonta. Hygieniapassin suorittaminen vaatisi kurssia ja tenttimistä, sekä paljon ennakovalmistelua, kun taas Ravintolapäivän idea on olla nimenomaan ”tässä ja nyt”. Viranomaisen näkökulmasta olisi hienoa, että hygienia-asiat olisivat Ravintolapäivään osallistuvilla hallussa. Hygieniapassin omistaminen Ravintolapäivään osallistuttaessa on tarkastajan mielestä suositeltavaa, mutta passin omistamisen ei tulisi olla ehdotonta.

Terveystarkastajan näkemyksen mukaan nyt on yritettävä ”eurooppalaisesti” toimia Ravintolapäivän ideologian mukaan, eikä viranomaisten tulisi puuttua pop up -ravintoloiden toimintaan tarkastusten muodossa. Lukuisten pop up -ravintoloiden tarkistaminen ei olisi mahdollistakaan ajan ja resurssien puutteen vuoksi. Tarkastuksia tehtäessä osa pop up -ravintoloista tarkistettaisiin ja osa ei, eikä kohtelu olisi tasa-arvoista. Pop up -ravintoloitsijoiden tulisi olla annetun vapauden arvoisia. Terveystarkastajan mielestä hygienia-asioista ja -tasosta ja niihin liittyvistä riskeistä tulisi julkisesti keskustella avoimemmin.

Kysyttäessä kannattaako terveystarkastaja pop up -ravintoloita nykymuodossaan, oli vastaus myönteinen. Hänen mukaansa Suomen kanta muusta Euroopasta ei voi olla niin poikkeava, että jos Ravintolapäivän kaltainen toiminta sallitaan muualla, se kielletäisiin Suomessa. Kyse on enemmänkin yhteisistä pelisäännöistä. Raakojen tuotteiden myymistä terveystarkastaja ei näe hyvänä asiana, mutta valmiiden, kypsien tuotteiden, esimerkiksi leivonnaisten, pizzojen ja ruoka-annosten myyminen on asia erikseen. Suomi n. viiden miljoonan asukkaan maana ei voi toimia Euroopassa täysin omin pelisäännöin. Suomalaisilla tulee olla ”särmää” toimia muiden tavoin.

Terveystarkastajan mielestä suomalainen ruokakulttuuri kaipaa Ravintolapäivän kaltaisia uusia virikkeitä. Pelkät uudet perunat ja lihapullat eivät ole enää ”tätä päivää”, vaan Suomi kaipaa esimerkiksi uusia makuja, uusia mausteita ja uusia, tulisiakin ruokia. Ravintolapäivä ja pop up -ravintolat ovat positiivinen tuulahdus eurooppalaisuu-

desta Suomessa. Terveystarkastaja mainitsee myös olevansa henkilökohtaisesti sitä mieltä, että tarjottavana voisi myös olla esimerkiksi lasillinen puna- tai valkoviiniä.

Terveystarkastajan mukaan mahdollisen salmonella tai muun ruokamyrkytystapauksen sattuessa ruoka-annoksen valmistanut ja tarjonnut taho on vastuussa. Esimerkiksi jos ruokamyrkytyksen saaneelle henkilölle koituu taloudellisia menetyksiä myrkytyksen johdosta, on ruoan valmistanut osapuoli korvausvelvollinen. Tämänkaltaisissa tapauksissa ruoan valmistanut osapuoli on aina vastuussa tuotteistaan ja tekemisistään. Mikäli ”mopo karkaa” käsistä Ravintolapäivien suhteen, löytyy Suomesta lainsäädäntö, jonka nojalla tapahtuma voidaan kieltää.

Haastattelun lopuksi terveystarkastaja ehdottaa tehtäväksi eräänlaista tietoisuudetta tai yksinkertaista ohjeistusta pop up -ravintolan oikeaoppisesta järjestämisestä hygieniasoihin liittyen. Tämä ohjeistus olisi hyvä sisällyttää Ravintolapäivän internetsivujen yhteyteen, jolloin se tavoittaisi mahdollisimman suuren osan järjestäjistä, muiden ruoan tarjoiluun liittyviä riskejä.

6.3 MaRa Ry:n varatoimitusjohtajan haastattelu

Veli-Matti Aittoniemi on MaRa ry:n varatoimitusjohtaja. Haastattelu tehtiin sähköpostihaastatteluna torstaina 22.5.2014.

Varatoimitusjohtaja halusi heti alkuun painottaa, että hän vastaa haastatteluun sen perusteella, mitä heidän asiakkainaan olevat yrittäjät ovat Ravintolapäivästä ja pop up -ravintoloista ajatelleet. MaRa ry:llä ei ole yhtenäistä kantaa asiaan. Osa katsoo, että kaikki ruokaan liittyvä julkisuus on myös ravintoloiden etu. Osa taas katsoo olevan väärin, että amatöörit saavat tehdä mitä haluavat. Samaan aikaan viranomaiset estävät yrittäjien järkevää toimintaa, mikä on kuitenkin tasoltaan selvästi laadukkaampaa ja turvallisempaa kuin Ravintolapäivien tarjoilu. MaRa ry:n asiakkaiden kommenttien perusteella näyttää siltä, että ruokaravintolat menettävät myyntiä Ravintolapäivän aikana, mutta viihderavintolat voivat tapahtumasta jopa hyötyä. Kokonaisuutena vaikutus Ravintolapäivän aikana näyttää olevan kuitenkin ravintoloiden myynnin kannalta negatiivinen. Positiivinen vaikutus voi olla, että Ravintolapäivän vaikutuksesta ulkona syömisestä ylipäätään tulee entistä kiinnostavampaa. (Aittoniemi 2014.)

MaRa ry:n varatoimitusjohtaja kertoi käyneensä katsomassa Helsingissä, millaiselta Ravintolapäivä tapahtumana näyttää. Hänen mukaansa Ravintolapäivä alkaa tapahtumana olla niin laaja ja usein toistuva, että se nyky muodossaan kilpailee ravintoloiden kanssa. Varatoimitusjohtaja ei kuitenkaan nähnyt kyseessä olevan ilmiö, jota voisi kutsua uhaksi tai haitaksi.

MaRa ry:n edustajan mukaan hygieniapassin edellyttäminen pop up -ravintoloitsijoilta ei ole realistinen tavoite, sillä se edellyttäisi lainsäädännön muuttamista. Hygieniapassin suorittaminen olisi kuitenkin suotavaa, koska kokemusten perusteella esimerkiksi kylmäketjun merkitystä ei välttämättä ymmärretä lainkaan. Varatoimitusjohtaja ei kannata pop up -ravintoloita nyky muodossaan, koska tapahtumasta on kasvanut liian iso ja moni näyttää olevan mukana ansaitsemistarkoituksessa. Kysyttäessä mielipidettä Ravintolapäivän verotusasioista, hän vastasi ilmiön toimivan lähes täysin harmaan talouden alueella ja lisäsi, ettei kenelläkään taida olla resursseja puuttua tähän.

MaRa ry:n varatoimitusjohtaja mukaan pop up -ravintoloiden ei tulisi saada lupaa anniskella alkoholia, jos yritysten oikeutta anniskella ei samalla vapauteta merkittävästi. Alkoholihallinto valvoo yrityksiä erittäin tiukasti ja määräykset ovat osin käsittelemättömiä. Tämänkin täytyy muuttua, jos luodaan ilmoitusmenettely, jonka avulla alkoholia saa alkaa myydä kaduilla.

Ravintolapäivän yhteydessä viranomaiset voisivat MaRa ry:n varatoimitusjohtajan mukaan tehdä yleiskatsauksia ja kiinnittää huomiota pahimpiin virheisiin. Viranomaiset voisivat antaa suullisia ohjeita tai jakaa lyhyitä kirjallisia ohjeita. Laajamittaisen valvonnan tai pakkotoimet hän varatoimitusjohtaja näkee mahdottomana.

Myönteistä Ravintolapäivässä on, että sen myötä on kiinnitetty huomiota tiukkaan suomalaiseen viranomaisvalvontaan ja on todettu avoimesti, että liika nipottaminen on turhaa. Valitettavasti tämä ei kuitenkaan ole vaikuttanut mitenkään valvovien viranomaisten toimintaan. Ravintolapäivä omalta osaltaan on ollut vaikuttamassa myös siihen, että monet yrittäjät ovat suhtautuneet aikaisempaa tiukemmin ikävään viranomaisvalvontaan. Jonkinasteinen kansalaistottelemattomuus nähdään vaihtoehtona myös yrityksissä.

Ravintolapäivän kielteinen puoli on, että toimittaessa ilman lupia ja viranomaisvalvontaa, on mahdollista tehdä lähes mitä vain vapaasti. Elintarvikelaissa sallitaan Ravintolapäivän kaltainen toiminta, mutta myös alkoholia myydään vapaasti ns. tilausravintoloissa ja erilaisissa yleisötilaisuuksissa. Tämä herättää joissakin yrittäjissä katkeruutta. Katkeruus ei kohdistu Ravintolapäivään, vaan siihen, että ketään ei tunnu kiinnostavan vakiintuneesti toimivan yrityksen toimintaedellytykset ja tämän hetken erittäin vaikea tilanne. Monet yrittäjistä näkevät vapauden lisääntyvän muussa yhteiskunnassa, mutta samaan aikaan yrityksiin kohdistuvaa säätelyä lisätään ja veroja korotetaan. Myös MaRa ry on ottanut yhä selkeämmin lähtökohdaksi sen, että turhaa säätelyä on vähennettävä ja valvonta on kohdistettava oikeisiin ongelmiin sen sijaan, että sen avulla rasitettaisiin asiallisesti toimivia yrityksiä. (Aittoniemi 2014.)

Pohdintaa

Haastattelut kertovat kolmen eri sektorilla toimivan osapuolen näkemyksiä Ravintolapäivästä. Näin voidaan nähdä, että asiaa tarkastellaan näkökulmasta riippuen subjektiivisesti ja mielipiteet sekä näkemykset voivat olla vahvoja sekä värittyneitä. Ravintolapäivän perustajajäsen kertoi tapahtumasta kunnianhimoisesti ja asiaansa edelleenkin vakaasti uskoen. Terveystarkastaja näki tapahtumassa riskejä, mutta kannatti toimintaa nykymuodossaan niistä huolimatta. MaRa ry:n varatoimitusjohtajan vastaukset kertovat, että ravintola-alan yrittäjät mieltävät pop up -ravintolat kilpailijoikseen ja kokevat, että heitä kohdellaan epätasa-arvoisesti. Haastatteluista käy myös ilmi, että pop up -ravintoloitsijoilta kysytään suurta vastuunkantoa oman ravintolansa järjestämisessä. Tuotteista ja mahdollisista seurauksista vastaa ravintolan perustaja itse.

Jatkotoimenpiteinä olisi mielenkiintoista vertailla, eriäisivätkö muiden samoissa asemissa olevien mielipiteet nyt haastatelluilta: olisivatko muut Ravintolapäivän perustajajäsenet jakaneet Santalan näkemykset, tai eri terveystarkastajat olleet Hulkkosen kanssa samoilla linjoilla. Yrittäjille olisi voinut suunnata kokonaisen oman tutkimuskyselyn, jolla selvittää yksittäisten ravintoloitsijoiden mielipiteitä tapahtumasta ja sen vaikutuksesta elantoonsa.

7 LOPUKSI

Aiheen tutkimattomuus on osoittautunut kaksiteräiseksi miekaksi: lähdemateriaalin niukkuus on hidastanut työn tekemistä ja kysymysten asettelua, mutta samalla olemme uskaltaneet olla luovempia ja saaneet vapaammin päättää lähestymistavoista - jopa varovaisista tulkinnoista. Laaja-alaisella tutkimusmenetelmien käytöllä jouduimme haastamaan itseämme ja kokoamaan mahdollisimman laajan perustan, jolle opinnäyte-työ rakennettiin.

Havainnointiosiossa esitellään yksittäisiä pop up -ravintoloita ja ravintoloitsijoita henkilökohtaisemmin, tuoden lukija lähemmäs itse tapahtumaa. Havainnointi oli ensimmäinen käytetty tutkimusmenetelmä, ja sen myötä päästiin kurkistamaan Ravintolapäivään ilmiönä. Havainnoidessa huomattiin, että esimerkiksi hygieniakysymyksissä pop up -ravintoloitsijat pääsääntöisesti osaavat asiansa, mutta varoittavia esimerkkejäkin nähtiin. Järjestäjiä haastatellessa saatiin osittain samankaltaisia vastauksia kuin tutkimuskyselyssä. Suurin osa pop up -ravintoloitsijoista ilmoitti osallistuneensa Ravintolapäivään hauskanpidon ja uusien kokemusten vuoksi.

Toiminnallisessa osiossa tuodaan ilmi pop up -ravintolan perustamista järjestäjän näkökulmasta. Koska oma kokemus pop up -ravintolasta oli rajattu vain kahvilatuotepuolelle, jatkossa olisi mielenkiintoista kokeilla ruoka-annoksia tai jopa kokonaista menua ja laskea, miten annoksia tulisi hinnoitella, jotta omalle työlle jäisi korvausta ja arvioida hintoja jos verottajakin pitäisi huomioida.

Kyselytutkimuksella saatiin iso määrä tietoa mm. pop up -ravintoloitsijoiden motiiveista, tuotteista ja ikäjakaumasta. Tärkeässä roolissa ovat myös erot suomalaisten ja ulkomaalaisten käyttäytymisessä, vaikka ulkomaita ei olekaan eroteltu mitenkään. Kyselytutkimuksista käy myös hyvin selville, kuinka innoissaan pop up -ravintoloitsijat pääsääntöisesti Ravintolapäivästä ovat. Vain yksi ulkomaalainen vastasi kielteisesti, kysyttäessä aikovatko he osallistua tapahtumaan uudelleen. Suosiosta kertoo myös asiakasmäärät. Sekä Suomessa, että ulkomailla suurimmassa osassa pop up -ravintoloita kävi yli 60 asiakasta yhden päivän aikana. Mielenkiintoista oli myös se, että Suomessa noin puolella ja ulkomaillakin noin kolmasosalla oli ravintola-alan työkokemusta ja/tai koulutusta alalta. Kyselytutkimuksesta nousi myös esille se, että Ravintolapäivänä Suomessa tarjoillaan satunnaisesti alkoholia vasten lainsäädäntöä.

Nähtävissä on myös, miten mielipiteet Ravintolapäivän suhteen ovat polarisoituneet katsantokannasta riippuen. Siinä missä perustajajäsen ei näe riskejä tapahtuman suhteen, ovat terveystarkastaja ja MaRa ry:n varatoimitusjohtaja eri linjoilla, kumpikin oman erikoistumisalueensa perusteella. MaRa ry:n edustaja huolehtii järjestönsä asiakkaina toimivien yrittäjien elannosta heidän reviirilleen tulevien, velvoitteista vapaiden ”tunkeilijoiden” vuoksi. Terveystarkastaja puolestaan kiinnittää huomiota hygieniaan ja ruoan turvallisuuteen. Kuten hän toteaa, pop up -ravintoloitsijoiden tulee olla annetun luottamuksen arvoisia. Suomesta löytyy lainsäädäntö, jolla tapahtuma voidaan jopa tarvittaessa kieltää.

Työtä voisi kehittää edelleen esimerkiksi tekemällä havainnointia ja kyselytutkimusta myös muina Ravintolapäivinä. Näin olisi mahdollista selvittää tarkemmin esimerkiksi Ravintolapäivän kasvuodotuksia ja vuodenaikojen vaikutuksia mm. osanottajamääriin ja ravintoloiden teemoihin. Asiakkaiden palautteita ja toiveita ei pystytty tässä työssä vielä selvittämään. Työmäärän vuoksi täytyi rajata työ koskemaan pääasiassa tuottajatahon kokemuksia. Asiakaspalautteiden kokoaminen tulisi tehdä omana kokonaisuutenaan. Keskityttiin mieluummin maantieteellisesti laajemmalle alueelle ja enemmän kokonaisuuksien hahmottamiseen. Yksittäisiä ravintoloita koskevia arvioita olisi mielenkiintoista tutkia erilaisin kysymyksenasetteluin. Myös terveystarkastajan esittämä ajatus ruoan turvallisen tarjoilun hallitsemisesta esimerkiksi Ravintolapäivän internet-sivuille sijoitettavan opetusvideon tai ohjeistuksen tekemiseksi voisi nähdäksemme olla jopa kokonaan toisen opinnäytetyön aihe, tai sen osa.

Ravintolapäivän tulevaisuus on avoin. Tutkimuksen perusteella kasvu tulee jatkumaan, mutta kuinka pitkään ja mikä on rajana? Muodostuuko tapahtumasta perustajajäsenen visioima elinvoimainen ja kansainvälinen juhlapyhä, vai hiipuuko se saturatiopisteen saavutettuaan hiljalleen pois? Sitä on tässä vaiheessa mahdotonta sanoa. Tämä tutkimus kuitenkin kiistatta osoitti, kuinka innoissaan ihmiset ovat valmistamassa ruokaa, ruoka-annoksia ja leivonnaisia, uskoen itseensä ja tuotteisiinsa, lannistumatta ja aikoen osallistua tapahtumaan myös tulevaisuudessa. Hänkin, jonka pop up -ravintolaan ei tullut ensimmäistäkään asiakasta.

LÄHTEET

Aittoniemi, Veli-Matti 2014. Sähköpostihaastattelu 22.5.2014. Varatoimitusjohtaja. MaRa Ry.

Alasuutari, Pertti 2011. Laadullinen tutkimus 2.0. Tampere: Vastapaino.

Aromi 2011. Ravintolapäivänä kuka tahansa voi perustaa oman ravintolan päiväksi. WWW-dokumentti. Päivitetty 17.8.2011. Luettu 6.5.2014.
<http://aromilehti.fi/ajankohtaista/2011/08/ravintolapaivana-kuka-tahansa-voi-perustaa-oman-ravintolan-paivaksi/>

Aromi 2014. Suomalainen matkailupalkinto 2014 Ravintolapäivälle. WWW-dokumentti. Päivitetty 16.1.2014. Luettu 1.5.2014.
<http://aromilehti.fi/ajankohtaista/2014/01/suomalainen-matkailupalkinto-2014-ravintolapaivalle/>

Elintarvikelaki 23/2006. WWW-dokumentti.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060023> Päivitetty 13.1.2006. Luettu 28.4.2014.

Evira 2014. Elintarvikehuoneisto WWW-dokumentti. Päivitetty 5.2.2013. Luettu 29.4.2014.
[http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus+ja+myynti/elintarvikehuoneistot+/
+/](http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus+ja+myynti/elintarvikehuoneistot+/)

Evira 2014. Alkutuotanto WWW-dokumentti. Päivitetty 16.8.2012. Luettu 29.4.2014.
<http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/alkutuotanto/>

Evira 2014. Omavalvontasuunnitelma WWW-dokumentti. Päivitetty 19.6.2012. Luettu 12.5.2014.
<http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/tietopaketti/omavalvonta/omavalvontasuunnitelma/>

Hakkarainen, Kaisa 2011. Ravintolapäivä sai suomalaiset kokkaamaan – katso kuvakooste. WWW-dokumentti. Päivitetty 19.11.2011. Luettu 16.4.2014
<http://www.hs.fi/kotimaa/Ravintolap%C3%A4iv%C3%A4+sai+suomalaiset+kokkaamaan++katso+kuvakooste+/a1305549681530>

Heikkilä, Tarja 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy

Hulkkonen, Hannu 2014. Haastattelu 19.5.2014. Terveystarkastaja. Ympäristöterveyden henkilökunta.

Kananen, Jorma 2008. KVALI: Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän yliopistopaino.

Kytölä, Laura 2013. Rakkaudesta Helsinkiin. Helsingin Sanomat 12.6.2013.

Laitinen, Jaana 2013. Pop upista oikeaksi ravintolaksi. Helsingin Sanomat 14.2.2013.

Lehtinen, Aniko 2013. Pop-upit tulevat taas. WWW-dokumentti. Päivitetty 8.3.2013. Luettu 6.5.2014. <http://aromilehti.fi/blogi/2013/03/pop-upit-tulee-taas/>

Liiri, Jaana 2013. Luvattomien ravintoloiden karnevaali – Ravintolapäivä Kaupunkilaisen kulutuskulttuurin ilmiönä –maisterintutkielma. Pro Gradu –tutkielma. Helsingin Yliopisto.

Carmen Runonen 2014. Hot dogeja ja kuppikakkuja tarjolla. Länsi-Savo 16.2.2014.

MaRa Ry 2014. WWW-dokumentti. Ei päivitystietoa. Luettu 23.5.2014.
<https://www.mara.fi/mara/>

Mikkelin ammattikorkeakoulu. WWW-dokumentti. Ei päivitystietoa. Luettu 7.5.2014.
http://www.mamk.fi/mamk_

MIO Ry. WWW-julkaisu. Ei päivitystietoa. Luettu 13.4.2014.
<http://www.miory.fi/index.html>

Opetus- ja Kulttuuriministeriö 2011. WWW-dokumentti. Päivitetty 15.12.2011. Luettu. 1.5.2014.

http://www.minedu.fi/OPM/Tiedotteet/2011/12/suomi_palkinnot_2011.html?lang=fi

Rajamäki, Riitta 2014. Puhelinhaastattelu. Kouvolan alueen alkoholitarkastaja.

Ravintolapäivän internetsivut. WWW-dokumentti. Ei päivitystietoa. Luettu 22.4.2014.

<http://www.restaurantday.org/en/info/about/>

Saaranen-Kauppinen, Anita, Puusniekka, Anna, Kuula, Arja, Rissanen, Riitta ja Karvinen, Ikali 2009. Menetelmäopetuksen tietovaranto KvaliMOTV, toinen vedos. PDF-dokumentti. Ei päivitystietoa. Luettu 16.4.2014

http://www.fsd.uta.fi/fi/julkaisut/motv_pdf/KvaliMOTV.pdf

Santala, Timo 2014. Haastattelu 14.5.2014. Ravintolapäivän perustaja.

Sutinen, Teija 2012. Perussuomalaisen kansanedustaja syytti ravintolapäivää harmaaksi taloudeksi. Helsingin Sanomat 4.10.2012.

Thompson, Dan 2012. Pop up Business for Dummies. England: John Wiley & Sons

Valvira 2012. WWW-dokumentti. Päivitetty 14.5.2012. Luettu 29.4.2014

http://www.valvira.fi/valvira/lehdistotiedotteet/pop_up_ravintoloissa_ei_saa_myyda_tai_anniskella_alkoholia_ilman_lupaa_2

Vilkka, Hanna 2006. Tutki ja havainnoi. Tammi.

Vilkka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Tammi.

Virtanen, Ari 2014. Maailma mausteilla -blogi. Kehittyvä Elintarvike. Päivitetty 27.2.2014. Luettu 6.5.2014. <http://kehittyvaelintarvike.fi/blogi/8-maailmanmielenkiintoisinta-ravintolakonseptia>

YLE 2011. Ravintolapäivän nokkamies Olli Sirén on vuoden kaupunkilainen. WWW-dokumentti. Päivitetty 4.1.2012. Luettu 8.5.2014.

http://yle.fi/uutiset/ravintolapaivan_nokkamies_olli_siren_on_vuoden_kaupunkilainen/5057096

Mara Ry:n varatoimitusjohtajan haastattelun teemat ja kysymykset

Ravintolapäivä, pop up -ravintolat, hygieniapassi, alkoholitarjoilu/passi

- Oletteko vierailleet pop up -ravintoloissa?
- Koetteko Ravintolapäivän kilpailevan ravintolaliiketoiminnan kanssa? Onko se uhka, haitta vai kenties positiivinen asia?
- Pitäisikö pop up-ravintoloitsijoilta edellyttää hygieniapassia? Entä alan koulutusta?
- Kannatatteko pop up-ravintoloita (nykyisessä muodossaan)?
- Mitä mieltä olette ravintolapäivän harmaan talouden alueella liikkumisesta?
- Pitäisikö ravintolapäivänä saada anniskella alkoholia?
- Olisiko ravintolapäivän yhteydessä tarvetta viranomaisvalvonnalle? Olisiko se edes mahdollista?
- Sana vapaa



Ravintolapäivä 16.2.2014.

1. Liikeideanne muutamalla sanalla

2. Kuinka monta henkilöä oli järjestämässä pop up -ravintolaanne?

- 1
- 2
- 3 - 4
- 5 - 6
- Useampi kuin kuusi

3. Järjestäjistä oli lukumäärältään

	0	1	2	3	4	5 tai useampi
Miehiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Naisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lapsia (alle 16-v)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. Järjestäjät olivat iältään

Merkitse tarvittaessa useampi

- alle 12
- 13 - 18

- 19 - 24
- 25 - 30
- 31 - 39
- 40 - 49
- 50 tai yli

5. Missä pop up -ravintolanne sijaitisi?

- Ulkona
- Kotona
- Liiketilassa
- Muualla, missä?

6. Mitä tarjoilitte?

- Lämmintä ruokaa
- suolaista leivonnaista
- makeaa leivonnaista
- salaattia
- kahvia / teetä
- virvokkeita
- alkoholipitoisia juomia
- Muuta, mitä?

7. Montako asiakasta kävi ravintolassanne?

- 0
- 1-5
- 6-10
- 11-20
- 21-40
- 41-60
- yli 60

8. Monettako kertaa otitte osaa ravintolapäivään järjestäjänä?

- Ensimmäinen
- Toinen
- Kolmas

- Neljäs
- Viides
- Useampi

9. Mikä oli motivaationne osallistua? Vastaa tarvittaessa useampaan

- Raha
- Kokemukset
- Hyväntekeväisyys
- Mahdollisuus kokeilla ravintolan pyörittämistä
- Muu, mikä?

10. Oliko järjestäjillä ravintola-alan koulutusta / työkokemusta?

- Kyllä
- Ei

11. Aiotteko osallistua ravintolapäivään uudelleen järjestäjänä?

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa



Restaurant Day Feb 16th 2014

1. Idea of your restaurant in a few words

2. How many persons were there organizing your restaurant?

- 1
- 2
- 3-4
- 5-6
- More than six

3. The organizing team consisted of

	0	1	2	3	4	5 or more
Men	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Women	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Children (under 16 yrs)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

4. The ages of the organizers were

You can pick more than one answer

- under 12
- 13 - 18

- 19 - 24
- 25 - 30
- 31 - 39
- 40 - 49
- 50 or over

5. Where was your restaurant located?

- Outdoors
- At home
- Inside business premises
- Somewhere else,
where?

6. What did you serve?

- Hot meal(s)
- Salty snacks
- Baked goods
- Salads
- Coffee / Tea
- Refreshments
- Alcoholic beverages
- Something else, what?

7. How many customers visited your restaurant?

- 0
- 1 - 5
- 6 - 10
- 11 - 20
- 21 - 40
- 41 - 60
- over 60

8. How many restaurant days have you participated in so far?

- 1
- 2

- 3
- 4
- 5
- More than five

9. What motivated you to participate in restaurant day?

You can pick more than one answer

- Money
- Experiences
- Charity
- A chance to try out managing a restaurant
- Other, what?

10. Did the organizers have any catering education or work experience in restaurant business?

- Yes
- No

11. Are you planning to participate in restaurant day again in the future as an organizer?

- Yes
- No
- I don't know

12. What country was your restaurant located in?