

Pop-up ravintolan perustaminen

Mikko Laitala



Opiskelijan nimi Mikko Laitala	
Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Pop-up ravintolan perustaminen	Sivu- ja liitesivumäärä 20
<p>Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli koota erilaiset kysymykset liittyen pop-up -ravintola-toimintaan sekä koota niistä yhtenäinen paketti, josta löytyy vastaus jokaiseen kysymykseen. Lisäksi opinnäytetyössä tarkasteltiin mitä ihmiset jo tietävät pop-up -ravintoloista ja siihen liittyvästä byrokratiasta. Opinnäytetyössä myös selvitettiin, ovatko ihmiset perillä pop-upin ja normaalin ravintolan eroavaisuuksista sekä olisiko pop-upille kysyntää Suomessa. pop-up ravintola eroaa monellakin tavalla pitkäaikaisesta ravintolasta. pop-up ei vaadi läheskään niin paljon kuin pysyvän ravintolan perustaminen, ja tästä syystä aloittelevan ravintolayrittäjän olisi hyvä ensiksi kokeilla ideaansa pop-upin muodossa. Tällöin huomaisi, mitkä asiat toimivat ja mitkä eivät ehkä toimi niin hyvin ravintolassa. Kun lähdetään perustamaan pop-up ravintolaa, on hyvä tiedostaa kaikki riskit sekä siihen liittyvät haasteet sekä myös edut. On hyvä katsoa etukäteen esimerkiksi paikka, jossa pop-up luultavasti menestyisi hyvin. Markkinoinnista on hyvä ottaa selvää, jotta paikan saisi heti ihmisten tietoisuuteen. On myös erittäin tärkeää selvittää maksujärjestelyt ja mitä tarvitsee ilmoittaa eri viranomaisille ennen kuin pop-upin perustaa.</p> <p>Tutkimusongelmana oli se, että kun aloitteleva pop-up yrittäjä rupeaa etsimään internetistä tietoa pop-upin perustamiseen, on tämä tieto monen eri sivun ja lähteen takana vaikeasti tavoitettavissa. Tämän lisäksi ongelma oli se, että vastaajat luulivat tietävänsä Pop-upista enemmän, kuin mitä oikeasti tiesivät. Tutkimusmenetelmänä oli kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, joka toteutettiin internet kyselyllä. Kysely jaettiin ympäri suomea omille tutuille henkilöille sekä heidän tutuillensa. Vastaajat olivat henkilöitä, joilla oli jonkunlaisia kokemuksia pop-up –ravintoloista joko Suomessa tai muualla.</p> <p>Kyselyssä tiedusteltiin esimerkiksi vastaajien kokemuksia pop-up -ravintoloista ja mielipidettä pop-up ravintolasta saatavaan ruokaan sekä hintaan. Johtopäätöksiä syntyi ajatuksia siitä, että onko Pop-upin perustaminen kannattava, sekä minkälainen pop-up olisi hyödyllisintä perustaa.</p>	
Asiasanat kulttuuriset ilmiöt, Pop-up, tapahtumat ja toiminta, katukulttuuri	

jotka kuvaavat työn sisältöä parhaiten. Käytä asiasanojen valinnassa. Yleistä suomalaista asiasanastoa (YSA) osoitteessa <http://finto.fi/fi/>

Sisällys

1 Johdanto	2
2 Pop-up -ravintola.....	3
2.1 Määritelmät	3
2.2 Edut ja haasteet	4
2.3 Esimerkit	5
3 Pop up -ravintola (tai yrityksen) perustaminen.....	11
3.1 Yleisiä suuntaviivoja suunnitteluun.....	11
3.2 Vaiheet pop-up ravintolan perustamiseen	13
4 Kysely aineistonkeruumentelmänä	15
4.1 Tutkimusmenetelmät.....	15
4.2 Selvityksen vaiheet	16
4.3 Tulokset	16
5 Lopputulos ja pohdinta	19
Lähteet	21

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö on tehty kiinnostuksesta perustaa oma pop-up -ravintola yhdessä ystävän kanssa. Enemmän kiinnostus on kuitenkin itse kojun perustamiseen sekä paikkojen hankintaan kuin ruoan tekemiseen. Mediaa seuratessa on huomattu, että pop-up ravintolan voi esimerkiksi perustaa vaikka omasta olohuoneesta take-away pizzerian muodossa. Raportissa pureudutaankin siihen, mitä kaikkea pop-up ravintolan perustaminen vaatii sekä mitä tulee ottaa huomioon ja minkälaiset hinnastot ovat, kun halutaan vuokrata paikka esimerkiksi kesän ajaksi, jos haluaisi pop-up ravintolaa pitää.

Työn tavoitteena on luoda aloittelevalle pop-upin perustajalle tai siitä kiinnostuneelle helposti luettava teksti siitä, mitä pop-upin perustaminen oikeastaan vaatii ja mitä asioita siinä tulisi ottaa huomioon, sekä miten pop-up ravintola erottuu normaalista ravintolan perustamisesta. Opinnäytetyö ei ota kantaa siihen, onko pop-up -ravintolan perustaminen kannattavaa, mutta antaa näkökulman, että mitä siihen tarvitaan.

Kehittämistehtävään liittyvässä taustatutkimuksessa menetelminä käytetään kyselyitä. Kyselyn pop-upista kiinnostuneilta, sekä niissä asiakkaina olleilta, että mitä he tietävät pop-upin perustamisesta, sekä olisiko tällaiselle kysyntää. Sen lisäksi pyrin haastattelemaan ainakin muutamaa jo pop-upin perustanutta henkilöä, että oliko perustaminen vaikeaa ja tuliko esimerkiksi jotain yllätyksiä tai haasteita vastaan. Pop-upia googlatessa ei asiasta löydy minkäänlaista yksittäistä ohjetta siitä, että mitä kaikkea se oikeasti vaatii ja tulisi ottaa huomioon. Kaikki on vähän eri sivuilla ja täytyy paljon selailla, että löytää oikeat asiat. Tutkimuksen hyöty toimialalle siis on se, että pyrin yhdistämään tässä nämä kaikki neuvot ja huomioonotettavat asiat, jotta tästä saisi kaiken infon asiaan liittyen eikä tarvitsisi selailla koko internetiä läpi.

Aluksi raportissa käydään läpi teoriaa pop-upiin liittyen, eli toisin sanoen mitä pop-up on ja mitä eroa sillä on esimerkiksi normaaliin ravintolaan. Tämän jälkeen raportti käsittelee erilaisia haasteita sekä säännöksiä, joita pop-up -ravintolan perustamiseen kuuluu. Raportissa on myös paljon esimerkkejä erilaisista luovista pop-up ratkaisuksista kuvineen. Raportti lisäksi pyrkii selvittämään, minkä verran tarvetta olisi pop-up ravintolalle Suomessa ja minkälaisia pop-up ravintoloita ihmiset haluaisivat.

2 Pop-up -ravintola

Tässä luvussa käydään läpi pop-up -ravintolan perustamiseen liittyviä haasteita sekä mitä hyötyä on perustaa pop-up -ravintola pysyvän ravintolan sijaan. Kappaleessa myös kerrotaan kuinka laajaa toimintaa pop-up on ja mikä määritellään pop-upiksi sekä mikä pysyväksi ravintolaksi. Lopuksi esitellään muutama esimerkki luovista Pop-up -ravintoloista, joita Suomessa tai maailmalla on ollut ja syitä miksi ne ovat menestyneet sekä kerrotaan mikä näiden esimerkkinä olevien ravintoloiden konsepti on ja mihin sillä on pyritty.

2.1 Määritelmät

Pop-up -ravintola tarkoittaa väliaikaista ravintolaa, joka on vain hetkellisesti pystyssä eikä sillä välttämättä edes tavoitella isoa taloudellista hyötyä, vaan sitä tehdään omasta innostuksesta tekemistä kohtaan. Pitkäaikainen ravintola on puolestaan yleensä perustettu sitä varten, että sillä tavoiteltaisiin itselle taloudellista hyötyä samalla, kun tarjoillaan ruokaa asiakkaille. Pop-upin perustaja on yksityinen henkilö ja toiminta ei voi olla elinkeinon harjoittamista. Ravintoloiden toiminta on pidempikestoista sekä siihen liittyy paljon enemmän kaikenlaisia säännöksiä sekä lakeja. Pop-up tuo myös mukanaan elämyksellisyyttä perinteisen lisäksi sekä keskittyy brändin ja tuotteen tunnettavuuden lisäämiseen. Pop-up on yleensä pieni väliaikainen tila, jossa tuotteen edustajan on helppo vuoro vaikuttaa asiakkaiden kanssa. Pop-up -ravintolan pitäjää koskevat kuitenkin yleiset elintarvikelain edellytykset sekä hänellä on vastuu valmistamistaan tuotteista ja niiden turvallisuudesta. (Ruokavirasto, 2021.)

Yleisimmin pop-up -ravintolatoimintaa on Suomessa järjestetty ravintolapäivän yhteydessä neljä kertaa vuodessa, mutta nykyään ravintolapäivää vietetään enää vain kerran vuodessa. Ravintolapäivän aikana on kuitenkin nähty useita pop-up -ravintoloita ja silloin ilmiö on ollut parhaimmillaan näkyvillä. Pidempiaikaiset pop-up -ravintolat ovat vielä hieman harvinaisempia tapauksia, mutta niitäkin löytyy enemmän isoista kaupungeista kuin pienistä kyläyhteisöistä. (Ruokavirasto, 2020.)

Taulukossa 1 esitellään pitkäaikaisen ja pop-up -ravintolan eroavaisuudet yksinkertaisella tavalla.

Vaatus	Pop-up -ravintola	Pitkäaikainen Ravintola
Pitää tehdä elintarvikehuoneisto ilmoitus	✗	✓
Toiminta saa olla ympärivuotista	✗	✓
Saa olla elinkienon pääasiallista harjoittamista	✗	✓
Täytyy tehdä omaoavonta suunnitelma	✗	✓
Ilmoitus verottajalle	✗ *	✓
Ruokamyyntilupa, vakuutus, liiketoimintalupa	✓	✓
Voi olla siirrettävä	✓	✗

Taulukko 1. Pop-up ravintolan ja tavallisen ravintolan eroavaisuudet (Mikko Laitala, 2021)

2.2 Edut ja haasteet

Pop-upin perustamiseen liittyy monia etuja. Esimerkiksi markkinointia voidaan testata pop-upin kanssa ensin, jolloin huomataan, minkälainen markkinointi toimii hyvin ja minkälainen ehkä ei toimisi ravintolan kanssa. Pop-upissa on myös hyvä testata omia annoksiaan sekä erilaisia makuyhdistelmiä. Näistä voi sitten kerätä ne suosituimmat sekä kysytyimmät ja lisätä ne ravintolan menuun pysyvästi. Sijaintia on myös helppo kokeilla pop-upin muo-

dossa, ennen kuin perustaa pysyvän ravintolan jonnekin, missä se ei ehkä sittenkään toimi. Suurin pop-upin eduista kuitenkin on sen edullisuus. Pop-upin perustamiseen ei käytännössä mene mitään isoja kuluja kuten normaalin pysyvän ravintolan perustamiseen menisi. Tästä syystä olisi aina ensin hyvä kokeilla yrityksen tai ravintolan perustamista pop-upin muodossa, jos ensi kertaa sellaista perustaa. Tällöin huomaisi, että onko tämä idea hyvä ja tuottava idea vai kannattaisiko sitä muuttaa ennen kuin lähtee perustamaan ravintolaa. (Bloomberg, 2019.)

Pop-upin isoihin haasteisiin kuuluu se. Että se on todella aikaa vievää ja siihen on vaikea saada pysyviä työntekijöitä, koska pop-up ei ole pysyvää. Työnhakija mieluummin hakee töihin paikkaan, jossa hänellä on mahdollisuutta pysyä pidempään ja selvä tulevaisuus. Toki pop-Upiinkin voi löytää esimerkiksi kesätyöntekijöitä avuksi, mutta tämäkin tarkoittaa sitä, että pop-Upin perustajan on itse oltava vastuussa kaikesta paikan päällä joka ikinen työpäivä. Lomia ei siis hirveästi pysty pop-up yrittäjä pitämään. Pop-up on myös haastavaa markkinoida koska se ei välttämättä ole pysyvästi samassa paikassa, sekä Pop-up yritys ei ole tällä paikalla vuoden ympäri jokainen päivä. Aikataulujen pitää siis sopia hyvin ihmisten kanssa, jotta markkinointi olisi tehokasta ja tuottaisi asiakkaita. (Time, 2009.)

2.3 Esimerkit

Yksi esimerkki pop-up -ravintolasta on Pizza-pop-up, tämä on melko yleinen pop-up koska pizzojen tekeminen on yleisesti helppoa sekä siihen on monia eri keinoja. Pizza-pop-upin pyörittämisessä on tärkeää tehdä pohjat etukäteen ja huolehtia kylmäketjusta aina uuniin asti. Pohja onkin yksi tärkeimmistä raaka-aineista pizzan teossa, pohjan tulee olla hyvin ja oikein tehty ja tällöin pizza maistuu todella hyvältä millä vain täytteillä. Pohjat voikin valmistaa, vaikka kotona jo valmiiksi, kunhan ne saa vietyä kojulle siten, että ne ovat olleet koko ajan kylmässä. (Tuba, 13.8.2016)

Usein pop-up ravintoloihin yhdistetään taide ja kulttuuri jollakin tapaa, eli esimerkiksi ravintoloitsija voi tehdä yhteistyötä taiteilijan tai muusikon kanssa, luoden samalla myös pienimuotoisen elämyksen, joka varmasti jää myös asiakkaiden mieleen mahtavana kokemuksena hyvän ruoan lisäksi. Tästä hyvänä esimerkkinä on jyväskyläiläinen ravintola nimeltä Salam Namaste, jossa tarjottiin mausteisia curryjä, mutta tämän lisäksi siellä pääsi myös nauttimaan Bollywood musiikista sekä testaamaan kriketin peluuta. (Ravintolapäivä, 2016.)

Kuvassa 1 on Salam Namaste ravintolan menu, josta pystyy huomaamaan, että ruoka ravintolassa oli Itämaista ruokaa perustajan kansalaisuuteen liittyen.



Kuva 1. Salam-namaste menu (Uzair Imran, 2021)

Kuuluisimpia pop-up ravintolan perustajia Suomessa on Hans Välimäki, joka perusti Sandlådan nimisen ravintolan kahdeksi kuukaudeksi Helsinkiin vuonna 2013. Sandlådan ravintolassa oli hienoa se, että nimi tarkoittaa ruotsiksi hiekkalaatikkoa, ja ravintolan sisällä oli hiekkataideteoksia sekä oma hiekkalaatikko, jota sai käydä ihastelemassa ja koskettamassa. (Sandlådan –sairaana hyvä kakku, 2014.)

Kuvassa 2 on kuvaa ravintolan sisästä sekä hiekkalaatikko aiheinen taideteos seinällä ruokapöytien seassa, tämä kuvastaa hyvin ravintolan teemaa, joka on hiekkalaatikko.



Kuva 2. Kuva Sandlådan ravintolan sisältä. (sillaspuli, 2013)

Kuva 3 esittää taideteosta Ravintolan sisältä, tämä hiekkalaatikko on myös muokattavissa oleva taideteos eli asiakkaat pääsevät sitä itse muokkaamaan ja lisäämään siihen elementtejä. Tämä toimi ravintolan isoimpana taideteoksena sekä ravintolan huomion keskipisteenä.



Kuva 3. Kuva Såndladanin hiekkalaatikko taideteoksesta. (sillaspuli, 2013.)

New Yorkissa on perustettu The Hunger -niminen pop-up -ravintola, jonka konsepti toimii siten, että he istuttavat pöytiinsä sekä julkisuudesta tuttuja henkilöitä, että tavallisia kansalaisia niin, että joka toinen on julkisuuden henkilö ja joka toinen on Amerikan kansalainen. Konseptin ideana on myös olla samassa paikassa vain 4 päivää ja tuona aikana sinne mahtuu vain 200 asiakasta ja varaukset on tehtävä etukäteen. Tämän jälkeen ravintola siirtyy taas muualle eri sijaintiin, joka paljastetaan vasta kun ravintola on perustettu. Ravintola myös ”googlaa” asiakkaansa eli etsivät heistä tietoa internetistä, jotta he voivat olla varmoja, että joka toinen tosiaan on julkisuudesta tuttu ja joka toinen ei. Ravintolan kokki

suunnittelee kuuden ruokalajin ruokalistan, jonka hinnaksi asiakkaalle tulee 100 euroa. New Yorkissa tämä konsepti toimii hyvin, koska ihmiset etsivät ainutlaatuisia hetkiä ja kokemuksia jatkuvasti. Kuvassa 4 on esitetty kuvaa ravintolan sisältä tai tässä tapauksessa ulkoa koska ruokailu tapahtuu ulkoilmassa, ihmiset on mahdutettu melko pieneen tilaan koska konseptin idean mukaisesti on tarkoitus herättää keskustelua sekä olla tiiviissä kanssakäymisessä muiden asiakkaiden kanssa.



Kuva 4. Kuva The Hunger pop-upista. (The Hunger, 2010)

Ravintolan konseptin yksi osa-alue on myös se, että asiakkaat saavat ottaa paikan päällä kuvia julkisuudesta tuttujen henkilöiden kanssa, ruokailun lomassa. Kuva 5 on yhteiskuva julkisuuden henkilön kanssa siihen suunnitellun lavasteen edessä ravintolan alueella.



Kuva 5. Asiakkaiden kuva julkimon kanssa. (The Hunger,2010)

3 Pop up -ravintola (tai yrityksen) perustaminen

Tässä kappaleessa käydään läpi, että mitä pop-up ravintolan perustaminen yleisesti vaatii. Kappaleessa annetaan myös ohjeita, miten olisi helpointa saada oma pop-up perustettua sekä mistä löytää helpoiten ohjeet kaikkien mahdollisten säännösten kannalta. Kappaleessa käydään myös läpi, että mitä eroa pop-up -ravintolalla on normaaliin ravintolaan ja mitä ei tarvitse huomioida, kun pop-upia lähtee perustamaan. Sen jälkeen myös kerrotaan mitä pitää ilmoittaa ja mille tahoille, sekä missä menee rajat, joita saa esimerkiksi tienata ennen kuin tarvitsee ilmoittaa tuloista. Lopuksi vielä kerrotaan hyviä vinkkejä, joita tulee ottaa huomioon, kun pop-up ravintolan perustaa. Lopussa vielä kuva, josta käy hyvin ilmi Pop-up -ravintolan ja pitkäaikaisen ravintolan eroavaisuudet.

3.1 Yleisiä suuntaviivoja suunnitteluun

Yrityksen perustamiseen liittyy paljon erilaista byrokratiaa sekä lainsäädäntöjä. Pitää ottaa huomioon kaikki kirjanpidot ja liiketoimintasuunnitelmat sekä laskutus ja muut. Ravintolan perustamisessa pitää myös löytää oikeat tilat ja tehdä vuokrasopimukset kuntoon sekä varmistaa että siinä tilassa on sallittua harjoittaa ravintolatoimintaa. Lisäksi pitää hakea hyväksynyt elintarvikeviranomaisilta. Ravintolassa tulee ottaa huomioon riittävät asiakaspaikat sekä wc-tilat ja riittävästi vesipisteitä asiakkaille. Raaka-aineiden säilytys sekä vastaanotto tulisi olla järkevästi suunniteltu ja raaka-aineille tulee löytyä tarvittavat säilytystilat sekä kylmätilat. Normaalisissa ravintolassa, joka ei ole pop-up, tulee myös tehdä omavaltasuunnitelma. Siihen suunnitellaan etukäteen, miten riskit hallitaan ja miten mahdolliset virheetkin korjataan. (Ruokavirasto, 2021b.)

Jos pop-up ravintolaa pidetään vuoden aikana yli 12 päivää, pitää sille tehdä kunnalle tehtävä elintarvikehuoneisto ilmoitus. Jos ravintolaa kuitenkin pidettäisiin vain 12 päivää vuodessa auki, niin ei tarvitsisi edes tätä ilmoitusta tehdä. Jos oletettu asiakasmäärä on n 20hlö päivässä, niin tästäkään ei tarvitse erikseen tehdä ilmoitusta. Kun pop-up ravintolaa perustetaan, olisi hyvä ilmoittaa myös asiakasmäärä, paikkojen määrä sekä käytetyt tilat ja mahdollinen käymälä sekä vesipiste. (Ruokavirasto, 2021a).

Pop-up ravintolatoiminnan tulee olla myös niin vähäriskistä, kun vain on mahdollista. Vähäriskisenä pidetään esimerkiksi leipomista tai kinkku- ja juustovoileipien tekemistä. Pizzojen valmistus lasketaan myös vähäriskiseksi. Kala-annokset sekä vaikeat jauhelihapihvit tai tartarpihvit taas luokitellaan suuririskiseksi, eli näitä ei voi valmistaa pop-up ravintolassa. (Ruokavirasto, 2020a.)

Suomessa tulee ilmoittaa myös kaikista tuloista verottajalle. Arvonlisäverollisuus alkaa, kun tulot ylittävät kalenterivuoden aikana yli 8500e. Pop-up ravintolan tulot voidaan ilmoittaa kulujenvähennyksen jälkeen esitäytetyllä veroilmoituksella muuksi tuloiksi. (Ruokavirasto, 2020a.)

Jokaisella pop-up ravintolan työntekijällä tulee olla hygieniapassi koska työssä käsitellään helposti pilaantuvia tuotteita sekä tuotetaan asiakkaille ruokaa. Suomessa työntekijä tarvitsee aina hygieniapassin, jos hän käsittelee ruokatuotteita, jotka voivat mennä pilalle. Myös keittiössä työskennellessä täytyy henkilöllä olla hygieniapassi. Tämä takaa asiakkaille turvallisen ruoan sekä sen, että henkilö on perehtynyt tarvittaviin ohjeisiin ennen kuin on alkanut valmistaa ruokaa myytäväksi. Hygieniapassin voi suorittaa missä vain kaupungissa ilmoittautumalla hygieniapassi testiin, ja opiskelemalla itse testiä varten. (Ruokavirasto, 2020c.)

Pop-up toimijan tulee olla yksityinen henkilö, eli tämä tarkoittaa sitä, että tästä ei voi tehdä itselleen elinkeinon harjoittamista. Pop-up toimijalla on myös vastuu jokaisesta myymästään tuotteesta, vaikka toiminnasta ei tarvitsekaan ilmoittaa kunnan viranomaisille. Jos asiakas kysyy, niin ravintolanpitäjä on velvollinen kertomaan asiakkaalle tuotteiden alkuperämaa, sekä allergeenit. Jos esimerkiksi pizzapohjat valmistetaan kotona, tulisi kuljetuksessa noudattaa kylmäketjua, jotta välttyttäisiin esimerkiksi ruokamyrkytyksiltä. (Ruokavirasto, 2020a.)

Ennen pop-up ravintolan perustamista olisi hyvä suunnitella ravintolalle paikka, sekä kysellä hinnastot, jos ravintola on esimerkiksi kaupungin torilla. Toripaikkakin tulisi varata etukäteen. Menu on iso asia Ravintolaa, vaikka se onkin pop-up ravintola. Eli olisi hyvä suunnitella jonkunlainen menu, siinä ei alkuun tarvitse olla montaa tuotetta, mutta niitä voi lisäillä päivien kuluessa. Lisäksi tulisi hankkia mahdolliset juomatuotteet ja tarvittaessa mahdolliset anniskeluluvat. On hyvä olla tarjolla myös kahvittelijoille jotain oheistuotetta kuten ihan vain korvapuustia esimerkiksi. (Billetteo, 19.5.2019.)

3.2 Vaiheet pop-up ravintolan perustamiseen

Pop-upissa on alhaisemmat kustannukset sekä ne ovat myös kiinteät. Pop-upissa on myös se hyvää, että siinä voi kokeilla kaikenlaista uutta, esimerkiksi uudenlaista menua, ennen kuin pystyttää pysyvää ravintolaa. Sijainnin kanssa pop-upissa voi joustaa, eli pop-upin voi perustaa melkein, minne vaan, kun taas normaalissa ravintolassa pitää olla kiinteä, pitkäaikainen paikka. Pop-upissa on myös muutamia haasteita, joita normaalissa ravintolassa ei ole. Näitä on ainakin se, että on haastava muodostaa pitkäaikaisia asiakassuhteita sekä resurssit ja laitteistot ovat tosi rajalliset, koska ei ole mitään järkeä investoida isosti vain lyhytaikaiseen toimintaan. Ulkomailta on ollut yleistä, että nuoremmat kokit perustavat aluksi pop-up ravintolan kokeillakseen kuinka yrityksen pyörittäminen heiltä luonnistuu. Pop-upissa riskit ovat niin pienet, että se toimii hyvänä ponnahduslautana, kun aikoo perustaa kokoaikaisen ravintolan. Pop-ujeihin on myös helpompi hakea rahoitusta, kun ei tarvitse suoraan hakea isoa rahoitusta yrityksen perustamiseen vaan voi saada rahoituksen tällaiseen pienempään väliaikaiseen ratkaisuun. (Ny-times, 2013)

Jos pop-up toiminta nähdään kannattavaksi hyötyjen ja haittojen kannalta, on aika ideoida jokin sopiva teema ravintolalle sekä teemaan sopiva nimi, joka on houkutteleva sekä erottuu muista pop-ujeista. Teeman tulisi myös vastata ruokalistaa sekä konseptia ja olisi myös hyvä, että se herättäisi kiinnostusta ohikulkijoissa, koska nämä satunnaiset ohikulijat luultavasti ovat se isoin asiakaskunta. Jos ravintolassa esimerkiksi tarjoillaan ruokana vain pizzaa, olisi sen hyvä tulla ilmi jo ravintolan nimestä. Isoin osa-alue ruokalistan laadinnassa on se, että se houkuttelisi paikalle runsaasti yleisöä. On hyvä myös ottaa huomioon, mitä raaka-aineita käyttää. Monet haluavat tukea paikallisia, joten varmasti houkuttelevaa olisi käyttää paikallisten tuottajien raaka-aineita. Listoilla olisi myös hyvä olla aina vegaaninen vaihtoehto myös pop-up ravintoloissa. Vegaanisat ruoat ovat kasvattaneet suosiota ja niitä halutaan yhä enemmän. (Billetteo, 2019.)

Vaikka pop-up on vain lyhytaikaista toimintaa, olisi siltäkin hyvä olla liiketoimintasuunnitelma sekä selkeät tavoitteet. Näillä on helppo houkutella mukaan investoijia sekä sponso-reita ja mahdollista lainaakin on helppo hakea, kun suunnitelmat ovat kunnossa. Tämän lisäksi mainostustakin saisi varmasti helpommin sekä lehtien kautta, mutta myös innokkaiden asiakkaiden kautta. (Billetteo, 2019.)

Pop-up ravintolan tärkeimpiä menestyksen avaimia on sopivan paikan löytäminen. Kun toiminta on vain lyhytaikaista, olisi tärkeää löytää sellainen paikka, jossa monet ohikulkevat ihmiset näkevät paikan ja se herättää heissä kiinnostusta. Tämän lisäksi tulisi miettiä onko paikka ulkotiloissa vai esimerkiksi jonkun toisen ravintolan sisällä. Vai olisiko se mahdollisesti siirrettävä ruokarekka. Tähän lisäksi voi perustaa joko siirrettävän keittiön tai väliaikaisen ruokailutilan. Jos pop-up ravintola on ruokarekka, niin silloin keittiönkin on oltava siirrettävä. (Billetteo, 2019.)

Pop-up ravintolaankin olisi syytä hankkia maksukorttijärjestelmä, jotta ihmiset voivat maksaa kortilla, tai vaikka mobilepayllä. Nykyaikana ihmisillä ei välttämättä ole käteistä mukanaan ja jos ei pysty kortilla maksamaan niin se varmasti vaikuttaa ravintolan valitsemiseen ja ostopäätökseen. (Billetteo, 2019.)

Hyvä keino hankkia maksupäätte edullisesti on iZettle maksupäätte. iZettle myy Suomessa maksupäätettään 10 euron hintaan eikä tästä vaadita minkäänlaisia kuukausikuluja. Yhtiö perii vain 1,85% komissio maksun myynneistä. Tämän takia iZettle sopii hyvin pop-up ravintolalle, joka ei ole koko vuoden voimassa. Koska mitään kuluja iZettleen ei mene, jos sitä ei käytä. Jotta iZettle toimisi, täytyy olla yhteensopiva puhelin tai tabletti, jonka internetin kautta iZettle toimii. Tällaista maksupäätettä voi hakea iZettlen omilta sivuilta ja se toimitetaan yrittäjälle nopeasti. (Mobiletransaction, 2015.)

4 Kysely aineistonkeruumentelmänä

Tässä luvussa käydään läpi eri tutkimusmenetelmiä sekä miksi päädyin juuri tiettyyn tutkimusmenetelmään. Lisäksi käydään Tutkimuksen vaiheita läpi. Työn pääasiallinen tarkoitusperä on olla tutkimustyyppinen eli työssä selvitettiin asiakkaiden tietoja Pop-upiin liittyen mielenkiinnosta tietää, että mitä ihmiset asiasta tiesivät. Tästä syntyi kokonainen dokumentti, josta on helppo löytää, mitä ihmiset pop-upista oikeasti tietävät.

4.1 Tutkimusmenetelmät

Kvalitatiivinen lähestymistapa on ei-numeerisen tiedon kuten esimerkiksi kielen kerääminen, analysointi ja tulkinta. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa data kerätään äänitteiksi, videoiksi, kuviksi tai vaikka teksteiksi. Tiedot voidaan kerätä esimerkiksi päiväkirjatallenteiden tai ryhmähaastattelujen avulla. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkija lähestyy tutkittavaa luonnollisella tavalla tämän luonnollisessa ympäristössä. Hyvä esimerkki kvalitatiivisesta tutkimuksesta ovat rakenteettomat haastattelut, jotka tuottavat laadullista tietoa avointen kysymysten avulla. Näin vastaaja valitsee itse omat sanansa ja puhuu syvällisesti sekä ei ole johdateltavissa. Tällä tavoin saadaan luotua todellinen käsitys ihmisen vastauksesta aiheeseen. Kvalitatiivisen tutkimuksen etuja ovat se, että se antaa rehellisen vastauksen tutkittavan omin sanoin sekä laajamittaisesti, mutta haittoja on ainakin se, että tämä vie enemmän aikaa ja prosesseja. (Qualitative vs. Quantitative research, 2019.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään kysymyksillä ja monesti myös vastausvaihtoehdoilla saamaan tutkittavalta vastaus, joka on joko kieltävä tai myöntävä. Kysymykset ovat asiayhteyteen sidottuja ja käsittelevät vain yhtä aihetta sekä antavat vastauksen pienemmässä mittakaavassa kuin esimerkiksi kvalitatiivisessa tutkimuksessa. Kvantitatiivisen tutkimuksen voi toteuttaa esimerkiksi suullisesti kyselemällä, keräämällä tietoa ”Kyllä” ja ”ei” vastauksilla, tai avoimilla kysymyksillä, joissa kysytään mielipidettä tai kokemusta johonkin tiettyyn asiaan. Tämä on myös aina puolueeton kysely eli kysymykset eivät saa olla johdattelevia. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa myös yleensä testataan jotain teoriaa, tai haetaan vastausta ongelmaan sekä teoriaan. Kvantitatiivisen haastattelun etuja ovat se, että sillä saadaan kattava mielipide laajalta ryhmältä nopeassa ajassa, kun taas kvalitatiivisessa tutkimuksessa datan keräämiseen menee enemmän aikaa sekä se vaatii enemmän työtä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa vastaajille ei kuitenkaan jää mahdollisuutta selittää

vastauksiaan, vaan vastausvaihtoehdot yleensä ovat hyvin suppeat ja voivat olla vain yhden sanan mittaisia. (Qualitative vs. Quantitative research, 2019.)

Tässä työssä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, koska pyrittiin tiettyihin kysymyksiin saamaan vastaajien omaa näkökulmaa sekä kokemuksia. Tärkeää oli myös saada suuren ryhmän mielipide pop-up -ravintoloita kohtaan sekä saada selville, mitä ihmiset oikeasti Pop-up ravintolasta tietävät. Tarkoituksena ei niinkään ollut saada mitään pitkiä omin sanoin sanottuja vastauksia vaan mielipiteitä tiettyihin kysymyksiin sekä käsitteisiin esimerkiksi Pop-upin hinnoitteluista. Näihin kaikkiin sopi todella hyvin tämä Kvantitatiivinen menetelmä.

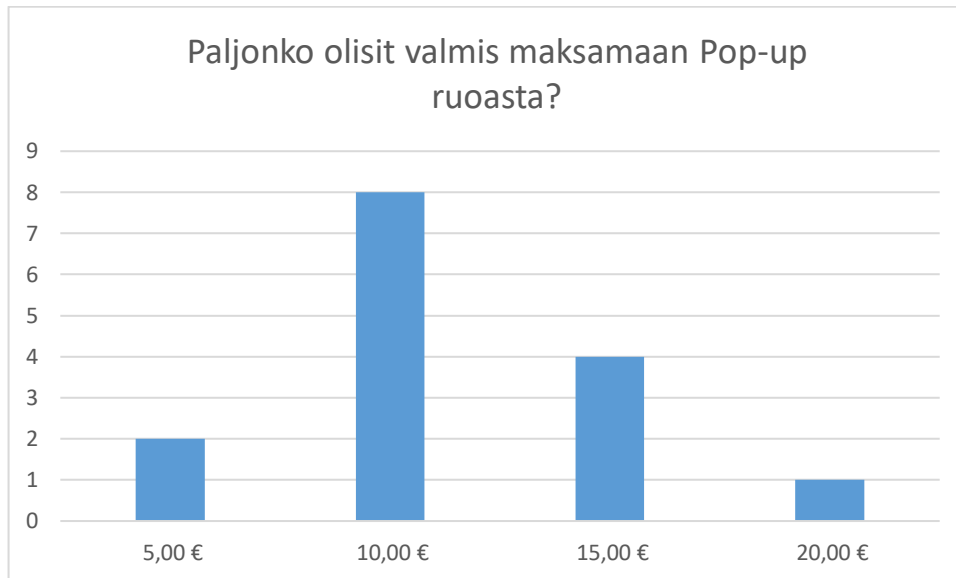
4.2 Selvityksen vaiheet

Ensimmäisellä viikolla alettiin suunnittelemaan kysymyksiä sekä mihin asiaan ihmisryhmältä halutaan vastauksia. Päädyttiin siihen, että vastauksia tarvitaan siitä, että tietävätkö ihmiset todellakin mikä on pop-up -ravintola ja ovatko he ennen käyneet sellaisissa. Haluttiin myös selvittää, ovatko ihmiset kokeneet erilaisia kulttuuriin liittyviä kokemuksia pop-up -ravintolassa vieraillessaan, sekä tietävätkö ihmiset että pop-up -ravintolan yhteyteen yleensä liitetään kulttuuri jollain tavoin. Tutkimuksessa päädyttiin kvantitatiiviseen tutkimukseen koska vastauksia lähdettiin keräämään internetin kautta kysymyslomakkeen muodossa. Kysymykset olivat suurimmaksi osaksi avoimia, mutta oli myös muutama, joissa oli vain vaihtoehtoja. Samalla selvitettiin myös, että minkälaisia muita pop-up ravintoloita on ollut. Laitoin muutamia kysymyksiäkin vanhoille pop-up yrittäjille ja sain sieltä esimerkiksi hyviä kuvia, joita pystyin tässä esitelmässä käyttämään. Tämän lisäksi tein kysymykset, joiden vastauksista saisi selville, että onko pop-upille kysyntää vielä vuonna 2021 sekä sain vastauksia vanhoilta pop-up yrittäjiltä, että minkälaisia ongelmia luultavasti pop-upista kiinnostuneella voisi tulla eteen. Neljännellä viikolla kysymykset oli saatu laadittua sekä jaettua eteenpäin ja vastauksia alkoi tulla. Vastauksia tuli 15 ja se tarjoaa suuntaa-antavan näkemyksen aiheeseen.

4.3 Tulokset

Lähdin tutkimaan vastaajien kokemuksia pop-up -ravintoloista sekä paljonko ihmiset olisivat tällaisesta ruoasta valmiita maksamaan ja minkälaista ruokaa he ostaisivat pop-up ravintolasta.

Kyselyyni sain viisitoista vastausta ja ensimmäinen kysymys koski hinnoittelua. Siinä kysyttiin, että paljonko ihmiset olisivat valmiita maksamaan pop-upin kaltaisesta ruoasta. Vastauksia tuli 5 eurosta 20 euroon asti eli ruoasta oltiin hyvin valmiita maksamaan ainakin 15 euroa.



Kuvio 1. Paljonko olisit valmis maksamaan pop-up ruoasta?

Kuten kuvioista näkee, niin suurin osa vastanneista olisi valmiita maksamaan keskimäärin 10 euroa pop-up ruoista. Muutama ihminen myös olisi valmiita maksamaan 15 euroa sekä joku myös 20 euroa.

Toinen kysymys kosketti ruokaa ja siinä kysyttiin, minkälainen ruoka ja juoma sopisi ihmisten mielestä pop-up -ravintolaan. Tähän vastauksia tuli laidasta laitaan ja lähes kaikenlaista ruokaa sanottiin soveltuvaksi pop-upiin. Puolet vastanneista vastasivat, että alkoholijuomat ja limut sopisivat hyvin juotavaksi sekä hampurilaiset ja pikaruoka olisivat sopivaa ruokaa pop-upissa. Vastauksista kuitenkin pystyi lukemaan, että ihmiset odottavat saavansa pop-up ravintolasta ruokaa nopeasti ilman turhia odotteluita. Toki prosentit olisivat varmasti olleet isommatkin mutta jotkut vastasivat vain toiseen kysymyksistä eli joko ruokaan tai juomaan. Tämän olisi voinut huomioida kysymyksiä laatiessa, että ei kysy kahdesta asiasta samassa kysymyksessä.

Seuraavassa kysymyksessä käsiteltiin vastaajien kokemuksia pop-up ravintoloista. Hieman yllättäen tässä puolet vastaajista vastasivat, että heillä ei ole kokemuksia pop-upista ollenkaan. Muutamat vastaajat sanoivat, että hyvästä kiviuni pizzasta tuli hyvä kokemus.

Eli tosissaan pop-up -pizzerialle varmasti olisi kysyntää, kun se nousi tässäkin suosituimmaksi ruoaksi. Hirveästi ei myöskään ollut kokemuksia oheistoiminnasta ruoan lisäksi, eli tästä voisi päätellä, että jos pop-upissa on jotain oheistoimintaa niin se varmasti erottuisi muista samanlaisista paikoista.

Seuraavassa kysymyksessä lähdettiin selvittämään, mitä ihmiset oikeasti tietävät pysyvien ravintoloiden ja pop-up -ravintoloiden eroavaisuuksista. Vain kaksi vastaajaa sanoi, että ei tiedä mitä eroa näillä on. Suurin osa vastauksista kuitenkin liittyi itse ruokaan, eli vastattiin että pop-upista saa pikaruokaa ja todella nopeasti. Sehän ei ole pop-upin idea, että ruokaa saisi nopeammin kuin muualta. Kolme vastaajaa myös osasi vastata, että pop-up voi olla siirrettävä ja monessa paikassa sekä säännöt ovat erilaiset kuin kiinteässä ravintolassa. Selvästi siis ihmiset eivät ole tietoisia mitä kaikkea eroavaisuuksia pop-upiin liittyy. Ohjevihkoselle olisi varmasti hyötyä, kun joku haluaa selvittää eroavaisuudet.

Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin ihmisten kiinnostusta pop-upissa syömistä kohtaan, sekä sitä olisiko sille mahdollisesti kysyntää kyseisessä kaupungissa. Lähes jokainen vastaaja vastasi tähän, että kyllä olisi, vain yksi vastaaja sanoi että "en tiedä, ehkä".

Vastauksista pystyy päättelemään, että ihmiset olisivat oikeasti valmiita ja jopa halukkaita kokeilemaan pop-up ravintolaa ja suorastaan odottavat, että sellaisia tulee kaupunkiin. Toistaiseksi kuitenkin pop-up ravintolat ovat tosi harvassa suomessa ja lähes jokainen vastaaja sanoi, ettei omassa kotikaupungissaan ole sellaista kokenut vaan lähinnä ulkomailla. Tämä vaikuttaa positiiviselta pop-upin perustajia kohtaan, että jos vain on kiinnostunut perustaman pop-upin niin kysyntää ja kiinnostusta kyllä riittää. Vastauksista myös huomasii, että ihmisillä ei hirveästi ole tietoa pop-upin tarkoituksesta koska vastauksissa sanottiin moneen kertaan, että sieltä saa pikaruokaa, joka ei ole pop-up -ravintolan pääasiallinen tarkoitus.

5 Lopputulos ja pohdinta

Ongelma alun perin oli se, että kun lähtee perustamaan Pop-up -ravintolaa ei välttämättä tiedä hirveästi ravintolamaailmasta ja yritysmaailmasta yleensä mitään. Tietoa etsiessäni internetistä, sitä oli hyvin vähän löydettävissä ja tähän pyrin tekemään muutoksen eli vastaamaan kaikkiin kysymyksiin mitä uudella Pop-up – ravintolan perustajalla tulisi eteen, kun hän tämän idean saisi. Opinnäytetyö vastaa hyvin kaikkiin kysymyksiin mitä Pop-up -ravintolan perustaminen alkuvaiheessa tuo mieleen. Työ vastaa eroavaisuuksiin, sekä muutamien jo Pop-upia käyttäneiden kokemuksiin sekä mielikuviin mitä asiakkaat ovat Pop-upista ajatelleet. Työ myös selkeyttää eri byrokraatia käytäntöjä Pop-upin valmistelu vaiheessa sekä kertoo, mitä tulisi ottaa huomioon, kun Pop-upia suunnittelee tai perustaa. Työhön on hyvin saatu yhdistettyä yhteen tekstiin kaikki ohjeet, joita Pop-upin perustaminen vaatisi, eikä näitä ohjeita muualta tarvitse etsiä koska tässä on kaikki tarvittava tieto.

Valitessani aihetta, josta tekisin opinnäytetyön, mielestäni oli hyvä idea tehdä pop-up ravintoloista ja siitä kuinka sellainen perustetaan. Kuitenkin tietoa etsiessäni ja internetiä selatessa olen huomannut, ettei tämä ehkä ollutkaan niin hyvä aihe opinnäytetyöhön. Tietoa on todella vaikea löytää sekä suomenkielisiä lähteitä on hyvin vähän. Englanninkielisiä lähteitä on paljon, mutta niissä enimmäkseen käsitellään Pop-upia ilmiönä eikä ne niinkään anna faktatietoa Pop-upin perustamiseen liittyen. Tekstiä ei saa oikein millään tuotettua, kun jokaiseen pitäisi olla lähde, mutta kun tarvittavaa tietoa ei ole niin paljon tarjolla ainakaan Suomeksi. Toisaalta valitsin tämän aiheen juuri siksi, että tällaista ohjetta pop-up yrittäjille ei vielä ole vaan kaikki joutuu etsimään monesta eri paikasta, jotta löytää tarvittavan. Tästä sitten sainkin idean, että koostaisin kaiken tarvittavan tiedon helpoksi yksittäiseksi tekstiksi, jonka lukemalla seuraavalla pop-up perustajalla olisi vahva tietoperusta pop-upin perustamiseen. Kyselyitä laatiessa ajattelin, että on helppo saada vastauksia. Osoittautui kuitenkin haastavaksi saada vastauksia esimerkiksi pop-up yrittäjiltä sähköisesti. Kyselyt olisi ehkä pitänyt toteuttaa siten, että menen etsimään kaupungeista pop-up yrityksiä ja kyselen suullisesti kysymykset yrittäjiltä. Tämä vain vahvistaa sitä alkuvaiheessa tullutta epäilyäni, että yleisesti ottaen ihmiset eivät vielä hirveästi tiedä Pop-upista yrittäjän näkökulmasta ajatellen. Monilla ihmisillä on kokemusta vain asiakkaana olemisesta mutta kun miettii sitä perustamista niin siihen loppuu tieto. Teoksesta tuli hyvä



teksti, joka ajaa asiansa eli kertoo lukijalle mitä Pop-up -ravintolan perustaminen vaatii sekä mitä tulisi ottaa huomioon sellaista perustettaessa.

Lähteet

Billetto, 19.5.2019. Luettavissa: <https://billetto.fi/blog/pop-up-ravintolan-perustaminen-10-vaihetta/>. Luettu: 25.3.2021

Blogiteksti pizzan tekemisestä 2020. Luettavissa: <https://www.tuba.fi/2016/06/pizza-la-pizza-ja-pitsa/>. Luettu: 6.4.2021

Bloomberg, 2019: Luettavissa: <https://www.bloomberg.com/video/an-inside-look-at-the-pop-up-retail-phenomenon-1nZwFqJ0Ra~ZU3vgwG1kNg.html> Luettu 13.10.2021.

Mobiletransaction, 2015: Luettavissa: <https://fi.mobiletransaction.org/maksupaate-vuokralle/> Luettu: 13.10.2021

New york times, 2013. Luettavissa: <https://www.nytimes.com/2010/02/12/dining/12sfdine.html> Luettu: 16.9.2021

Pop-up ravintolatoiminta 2021. Luettavissa: <https://www.ruokavirasto.fi/henkiloasiakkaat/tietoa-elintarvikkeista/elintarvikealan-toiminta-yksityishenkilona/pop-up--ravintolatoiminta/> Luettu: 28.10.2021

Qualitative vs. Quantitative research, 2019: Luettavissa: <https://www.scribbr.com/methodology/qualitative-quantitative-research/> Luettu: 17.9.2021

Ruokavirasto 2020a. Luettavissa: <https://www.ruokavirasto.fi/henkiloasiakkaat/tietoa-elintarvikkeista/elintarvikealan-toiminta-yksityishenkilona/pop-up--ravintolatoiminta/> Luettu 25.3.2021

Ruokavirasto 2020b. Luettavissa: <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/elintarvikeyrityksen-perustaminen/ravintolan-perustaminen/>. Luettu: 6.4.2021

Ruokavirasto, 2020c: Luettavissa: <https://www.ruokavirasto.fi/henkiloasiakkaat/hygieniapassi/tietoa-hygieniapassista-selkosuomeksi/> luettu: 13.10.2021

Ravintolapäivä tulee taas 2016. Luettavissa: <https://www.rantapallo.fi/matkailu/uutiset/ravintolapaiva-tulee-taas-katso-kiinnostavimmat-ravintolat/>. Luettu 22.4.2021

Sandlådän –sairaahan hyvä kakku. Luettavissa: <http://www.sandladan.fi/>. Luettu: 6.4.2021
Sandlådän 2016. Luettavissa: <https://www.afoodieworld.com/celia-hu/7508-sandladan-x-test-kitchen-pop-up>. Luettu 22.4.2021.

Sillasipuli blogspot, 2013 Luettavissa: <https://sillasipuli.blogspot.com/2013/11/> Luettu 22.4.2021

The hunger pop up, 2010: Luettavissa: <https://nypost.com/2010/05/07/born-to-eat-and-run/> Luettu: 16.9.2021.

Time, 2009. Luettavissa: <https://web.archive.org/web/20091108123030/http://www.time.com/time/business/article/0,8599,1935030,00.html> Luettu: 13.10.2021

Kuva 1: Uzair Imran, 2021

Kuvat 2 ja 3, Sillasipuli blogspot 2013, Luettavissa: <https://sillasipuli.blogspot.com/2013/11/> Luettu: 22.4.2021

Kuvat 4 ja 5, The hunger pop-up, 2013. Luettavissa: <https://guestofaguest.com/new-york/galleries/2010/august/the-hunger-pop-up> Luettu: 16.9.2021

Taulukko 1 Mikko Laitala, 2021.