



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för mat, hälsa och miljö

Kafékultur sett ur gästens synvinkel

Amais Alfaro Guzman

Kandidatuppsats 15 hp

Restaurangmanager programmet 180 hp

Handledare: Marianne Pipping Ekström

Examinator: Monica Petersson

Datum: Juni, 2010



GÖTEBORGS UNIVERSITET

Institutionen för mat, hälsa och miljö MHM
Box 320, SE 405 30 Göteborg

Titel: Kafékultur, sett ur gästens synvinkel.

Författare: Amais Alfaro Guzman

Typ av arbete Kandidatuppsats 15 hp

Handledare: Marianne Pipping Ekström

Examinator: Monica Petersson

Program: Restaurangmanager programmet 180 hp

Antal sidor: 22

Datum: Juni, 2010

Sammanfattning

Ett kafébesök är en informell social händelse och utgör en social paus i vardagen. Med dessa ord har Oddner (2003) klargjort för innebörden av ett kafébesök, eller?

För att vara specifik är syftet med min studie att ta reda på hur gästen upplever ett kafébesök, samt ta reda på om det är någon skillnad på att besöka ett kafé under eftermiddag och kväll. Målet med undersökningen är att generera större kunskap om hur de fem måltidsaspekterna faktiskt utgör en viktig roll vad gäller gästens förväntningar och upplevelser. Ett flertal studier har visat på att olika faktorer påverkar och inverkar den enskilda individens sätt att tolka och uppleva en måltidssituation. Forskning som bland annat bedrivits på Örebro Universitet har såväl inspirerat mig som många andra att forska kring måltidens fem aspekter. Varför dessa aspekter faktiskt är betydelsefulla för hur gästen upplever en måltidssituation redogörs i denna studie. För att besvara problemområdet har jag både gjort observationer och intervjuer på fyra olika kaféer med respektive åtta olika respondenter. Studien visade att intervjurespondenterna insett att samtliga av de fem måltidsaspekter varit tvungna att mer eller mindre samverka med varandra, allt för att få ett tillfredsställt besök. Andra faktorer som också inverkade på måltidsupplevelsen var såväl synen, hörseln som lukten och smaken.

Nyckelord: Måltidens fem aspekter, kafé, gäster.

Intervjuguide

- Brukar du gå på kafé?
- Hur upplever du kafé X?
- Vad anses om inredningen i rummet?
- Vilka känslor frambringar kafé X?
- Då du besöker ett kafé går du ensam eller går du i sällskap?
- Identifierar du dig med de andra gästerna?
- Vad anser du om personalen?
- Vilka är dina tankar kring produktutbudet?
- Åsikter om den service du fått?
- Saknar du något (produkt, service eller någon bekvämlighet)?
- Tankar kring hygien i kaféet.
- Identifierar du dig med kafékonceptet?
- Tankar och kommentarer kring helheten (upplevelser och känslor).
- Välj de faktorer som kaféet bör uppfylla för att tillfredsställa ditt besök.

Observationsschema

Rummet hur ser rummet ut inredningsmässigt, utseendemässigt. Utformningen av kafélokalen är det rymligt. Luktas det något speciellt är det ljus, för högt eller lågt ljud, finns dekorationer.

Mötet med personalen och de andra gästerna samt mötet mellan personal, och gästerna sinsemellan.

Hur ser gästerna ut, hur är de klädda, är det någon specifik målgrupp som besöker kaféet, vilka dialoger förs gästerna emellan.

Är gästerna seriösa, oseriösa, avslappnade etc. Är personalen och gästerna glad och trevliga.

Produkt hur ser sortimentet ut, har de ett brett utbud. Hur har produkten gestaltats och presenterats, vad konsumerar gästerna

Styrsystemet, vad händer bakom scenen, erbjuds bra, snabb effektiv service. Är personalen uppmärksamma, hjälper de gästen, erbjuds alternativ, är de trötta, glada, arga, sega. Har personalen vårdad klädsel, rena uniformer, är de glada och hjälpsamma.

Atmosfären vad är det som erhålls, vilka paralleller kan göras mellan produkt och koncept, hur är stämningen, får man en helhetsbild eller upplevelse?

Innehåll

1. Inledning.....	2
2. Bakgrund	2
2.1 Historik	2
2.2 Måltidens fem aspekter	3
2.2.1 Rummet.....	3
2.2.2Mötet	4
2.2.3 Produkten	4
2.2.4 Styrsystemet	4
2.2.5 Atmosfären	4
2.3 Upplevelserummet	5
2.4 Servicemötet.....	5
2.5 Produktkvalitet	6
2.6 Administration.....	6
2.7 Helheten	7
2.8 Vad får gästen att välja en måltidsverksamhet framför en annan?.....	7
3. Syfte	7
4. Metod	8
4.1 Etiska hänseenden	8
4.2 Urval.....	8
4.3 Genomförandet.....	11
4.3.1 Observationer	12
4.3.2 Intervjuer	13
4.4 Bortfall	13
5. Resultat.....	14
5.1 FAMM hos kafégäster.....	14
5.1.1 Rummet	14
5.1.2 Mötet	15
5.1.3 Produkten	17
5.1.4 Styrsystemet	17
5.1.5 Atmosfären	17
6. Diskussion	18
6.1 Metoddiskussion	20
6.2 Resultatdiskussion	18
6.2.1 Faktorer som lockat gästerna att besöka ett kafé.....	19
7. Slutsats	20
Referenser.....	23
Bilagor	

1. Inledning

Måltider utgör ett av människans primärbehov, att äta och dricka hör till vardagssysslorna. Måltider har i alla tider varit mötesplatser där individer har för avsikt att träffas. Människan är en varelse som söker efter erfarenheter och upplevelser som går bortom matupplevelsen. Måltidsverksamheten är en plats som i huvudsak används för utspisning. Från personalens sida krävs det medvetenhet, det vill säga förståelse för vad ett besök i en måltidsverksamhet innebär för gästen. Egentligen handlar upplevelsen om en social och kulturell akt, som avspeglar gästens livsstil och förväntan. Målet med upplevelsen är att uppnå ett individanpassat välbehag och tillfredsställelse (Gustafsson, Öström, Johansson, & Mossberg, 2006). Det är inte enbart måltiden som är avgörande för att erhålla denna upplevelse, det finns ytterligare ett par faktorer som enskilt eller tillsammans influerar på tillfredsställelsen. Måltidsupplevelser påverkas av olika faktorer, de essentiella behandlas i denna skrift. En framtidsinsats för alla som arbetar inom måltidsverksamheter är att lyssna mer på gästen, därav intresset i att studera ämnet. Bland annat kan upplevelsen påverkas indirekt eller direkt av minimala detaljer såsom bekvämlighet, ljus, ljud, lukt och uppmärksam personal. I tidigare studier har bland annat Gustafsson (2002) påvisat att platsen är betydelsefull för hur den enskilda gästen kommer att uppleva måltiden. Hansen (2005) har i sin studie "Restaurant meal experiences from customers' perspective. A grounded theory approach" belyst det Gustafsson konstaterat ovan, då han menar att identiska måltider som blivit serverade i olika miljöer visat sig ha varierande effekt på gästens upplevelse.

2. Bakgrund

Bakgrunden inleds med en skildring av 1600-talets kaféhistoria, för att därefter övergå till tidigare studier om dagens kafékultur. Kapitlet fokuserar på måltidens fem aspekter och går sedan över till en grundligare beskrivning av respektive delaspekt. Bakgrundskapitlet avslutas med vilka faktorer som lockar gästen att besöka en måltidsverksamhet.

2.1 Historik

I avhandlingen "Kafékultur, kommunikation och gränser" skriven av Oddner (2003) har författaren studerat hur gäster på ett kafé uppträder, samtalar och korrelerar till varandra.

Författaren redogör för att Kafékulturen hade sin begynnelse under 1600-talet i södra Europa. Till en början var de så kallade kaffehusen "politiska arenor", det vill säga en sorts samlingsplats för konstnärer och författare, där endast välbärgade personer kunde mötas. I de engelska kaffehusen diskuterades allt ifrån politiska frågor till vetenskapliga hänseenden. Under 1700-talet förändrades marknaden och det blev allt vanligare att inrikta sig mot olika yrkesgrupper såsom militärer, sjömän, jurister och författare. I slutet av 1700-talet och under 1800-talet etablerades arbetarkaféer utifrån en subkultur. Arbetarkaféernas marknad såg lite annorlunda ut, förutom att rikta in sig mot arbetarklassen försökte de liksom samtliga kaffehus rikta marknaden mot övriga sociala system som teatrar, större torg och kyrkor.

Med tiden blev arbetarkaféerna en länk mellan arbetarnas offentliga och privata liv. Därefter kom differentieringen, då storleken på sällskapen blev allt mindre. Under samma tid åskådliggjordes en stor förändring mellan den högre och lägre klassen. Tidigt in på 1800-talet utvecklades den så kallade eleganta "kafékulturen", också igenkänd för "Wienerkaféer". Denna kultur kännetecknades av det nyklassiska konceptet, vilket oftast syntes på inredningen i kaféerna som bestod av speglar vars ramar utgjordes av gulddekorationer, väggar prydda med pampiga porträtt, belysning bestående av enorma kristall- och mässingskronor och serviser av pompösa kakfat.

Oddner (2003) skildrar i sin avhandling att kafékulturen i Sverige trädde in under 1700-talets början, då i hamnstäder. Kaffehuset var liksom i resterande Europa främst avsedda för välbärgade gifta män eller ungar. Servicen sköttes av kvinnor och liksom i andra städer blev kaffehuset i Sverige mötesplatser för kulturella kretsar bland konstnärer, skribenter och musiker. Under mitten av 1700-talet och början av 1800-talet uppstod ett antal kaffeförbud och som konsekvens minskade kaffehuset. Detta hindrade många som tidigare besökt kaffehuset att dricka kaffe och bidrog till att spritdrickandet blev allt vanligare. Inte förrän på 1800-talets början kunde kvinnor gästa kaffehuset och då endast i manligt sällskap.

Idag har den politiska meningen försvunnit från kafélivet och blivit till något av en så kallad "social paus" i det vardagliga livet. Ett kafébesök är en sorts informell social händelse, vilket infinner sig utanför den vardagliga existensen medan man är mitt i den (Oddner, 2003).

2. 2 Måltidens fem aspekter

Idén till måltidens fem aspekter också känt som five aspect meal model¹ kom från Michelin Guidens utveckling och bedömning av hotell och restaurang. Denna modell har tillämpats av bland annat lektorer på Örebro universitet, institutionen för restaurang- och måltidskunskap och implementerats i olika former och företeelse. Då FAMM introducerades ville bland annat Gustafsson m.fl. (2006) fastslå behovet av högre kunskap inom restaurangbranschen och måltidsverksamheten. Målsättningen var att öka kunskapsstandarden och statusen bland alla som arbetade inom måltidssektorn. Med hjälp av måltidens fem aspekter skulle prestationen och antalet professionella inom yrkesområdet stiga, dessutom skulle den "nya" standarden innebära födelsen av ett nytt forskningsområde.

Måltidens fem aspekter består av rummet, mötet, produkten, styrsystemet och atmosfären. Atmosfären är den aspekt som enligt Gustafsson m.fl. (2006) har störst inverkan på helheten. Samtliga aspekter behandlas och förklaras utförligare nedan.

2.2.1 Rummet

Rummet är den plats där måltiden äger rum. Denna plats kan vara alltifrån en skolmatsal till ett mindre kafé. Rummet har till syfte att ge gästen ett intryck och kan med hjälp av belysningen, möblerna och färger påverka hur personen som besöker rummet, tolkar och upplever platsen. För att kunna utforma ett så ideellt rum som möjligt krävs kunskap kring inredningsdesign till stilhistoria (Gustafsson m.fl., 2006).

¹ Five aspects meal model - FAMM

2.2.2 Mötet

Mötet behandlar kommunikationen mellan personal och gäst, dessutom inkluderas kommunikationen gäster sinsemellan, samt personalen dem emellan (Gustafsson, 2002). Behovet av att ha välutbildad personal är viktigt för att ge gästen den service han eller hon är värdig (Gustafsson m.fl., 2006). Personalen bör kunna ge gästen service oavsett vem gästen är eller hur den beter sig gentemot dem och alla andra (Edwards, Meiselman, Edwards & Leshner, 2003).

2. 2. 3 Produkten

Produkten åsyftar måltiden, det vill säga från den fas då inköparen valt ut sina råvaror tills kocken bearbetat livsmedlen och åstadkommit ett kulinariskt verk, med hjälp av de kunskaper han besitter, samt hans entusiasm och kreativitet (Gustafsson, 2002).

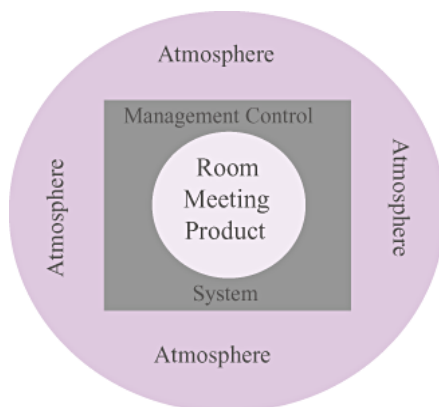
2. 2. 4 Styrsystemet

Med styrsystem avser Gustafsson (2002) den administrativa, ekonomiska samt all form av reglemente som bör följas upp i en måltidsverksamhet. Författaren konstaterar att inte en enda måltid skulle kunna skapas utan att använda ett styrsystem.

Då FAMM introducerades hävdade Gustafsson, m.fl., (2006) att styrsystemet endast berörde den ekonomiska biten och att den sköttes maskinellt, det vill säga med hjälp av datorer. I FAMM har analysredskapet reviderats och förnyats. Ytterligare faktorer har lagts till och en modernare version har blivit till. Styrsystemet sammanbinder bestyr som administrationen, ekonomin, logistiken till policyn och lagar.

2. 2. 5 Atmosfären

Kombinationen av samtliga aspekter, det vill säga rummet, mötet, produkten och styrsystemet kan tolkas som helheten och utgör måltidsverksamhetens atmosfär. Den gestaltning måltidsverksamheten uttrycker uppfattas av gästen som utifrån det får en helhetsbild och avgör därefter den upplevda atmosfären (Gustafsson, 2002). Helheten grundar sig på samtliga involverade aspekter, och påverkas dessutom indirekt av gästens sinnen såsom syn, hörsel, känsel, lukt- och smak (Gustafsson m.fl., 2006). Figuren nedan illustrerar hur samtliga aspekter samverkar med varandra.



Figur 1. Five Aspects Meal Model. (Hämtad från: Edwards & Gustafsson 2008, s 4-12).

2. 3 Upplevelserummet

Upplevelserummet är ett begrepp som Mossberg (2003) använder sig av i boken "Att skapa upplevelser – från OK till WOW". Med upplevelserum menar författaren den fysiska omgivningen, det vill säga den plats där tjänster produceras, levereras och konsumeras. Att bygga ut ett rum genom användningen av kvalificerad kunskap kallas för "servicescape". För att förstå vad servicescape är har Mossberg (2003) tagit hjälp av den nordamerikanske forskaren Bitner som i sin forskning klargjort betydelsen av begreppet. Servicescape är i stora drag, det som på svenska kallas för upplevelserummet, det vill säga den fysiska platsen där tjänster tagit plats och åskådliggjorts. Välplanerat och genomtänkt arbete med servicescape kan ge goda resultat både för gästen och verksamheten. En trevlig och tilltalande måltidsmiljö kan å ena sidan gynna verksamheten då gästen konsumerar mer, å andra sidan möjliggör detta en känsla av trygghet hos den anställda (Mossberg, 2003).

Mossberg (2003) har även refererat till Belk som indelat upplevelserummet i tre delar: atmosfäriska faktorer, designfaktorer och sociala faktorer. Atmosfäriska faktorer är exempelvis temperatur och ljudnivåer som blir märkbara då de överstiger det normala. Oftast uppmärksammas inte behagliga temperaturer av gästerna. Designfaktorer innefattar de synliga detaljerna såsom planlösningen, möblerna och ljuset. Individerna i rummet, både personal och gäster inkluderas i den sociala faktorn. De faktorer som inverkar på självaste upplevelsen är allt ifrån trängsel i lokalen till personalens attityd gentemot gästen eller resterande individers beteende. Det sägs att konceptet är avgörande för valet av måltidsplats. Oftast förknippas inredningen och platsen ihop med den erbjudna produkten, denna tolkas vidare av gästen som uppfattar och dömer måltiden. Färger i rummet är betydelsefullt för gästens visuella intryck, det är därför viktigt att färgerna harmoniserar med varandra och passar in i konceptet (Hansen, 2005).

2. 4 Servicemötet

Servicemötet betraktas som en teaterföreställning, där gästerna ses som symbolanvändare och måltidsplatsen som en scen. I detta synsätt går det att skilja på "frontstage" och "backstage". Det sociala beteendet bland personalen har undersökts och det som påvisades var att de beter sig annorlunda vid gästens närvaro än hur de agerar sinsemellan. Det förhållningssätt personalen har gentemot andra gäster är inte heller lika utan skiljer sig från gäst till gäst. Det är viktigt för personalen att urskilja vilken grupp gästen tillhör, eftersom gästerna räknar med ett annorlunda servicemöte beroende på vem de är. Stamgäster har oftast en tendens att vilja ha personligare service. De förväntar sig också att personalen ska veta vad de tänkt beställa, detta eftersom de besökt platsen flera gånger och anser att personalen borde ha uppmärksammat det. Till skillnad från de nya gästerna som det ägnas mindre tid åt än stamgästerna (Mossberg, 2003).

Gästen kan få en positiv upplevelse då personalen visar den engagemang och vad de behärskar under servicemötets gång (Mossberg, 2003). Olika typer av kontroll kan utövas, exempelvis fysisk kontroll där servitrisen leder gästen till dennes bord eller kontroll genom ledarskap vilket kan innebära att servitrisen innehar goda kunskaper inom mat och vin och kan ge gästen rekommendationer. Ett annat sätt för en förhöjd upplevelse kan vara att öka gästens kontroll i servicemötet. Detta med hjälp av beteendemässig kontroll, då gästen får möjligheten till ökad valmöjlighet i servicemötet. Detta kan vara allt ifrån att få lov att välja sitt bord till ett ökat ansvar såsom att själv få bära med sig måltiden och drycken till bordet och efter att ha ätit, duka av.

Betalningsprocessen är en del av servicemötet och sker mellan gäst och personal (Hansen, 2005). Studier har påvisat att betalningsprocessen har stor inverkan på gästens helhetsbild av besöket. Det är viktigt att personalen uppmärksammar gästen då han eller hon vill betala samt att det går smidigt eftersom det som konsekvens ger gästen en positiv bild. Om motsatsen sker medför detta negativa känslor hos gästen och påverkar måltidsupplevelsen negativt.

Hansen (2005) hävdar att det sker en värdesättning hos gästen då mötet mellan personal och gäst sker. Denna värdesättning delas in i tre personlighetsdrag vilka är: rationell profession, humanitet och glädje. Med rationell profession menar Hansen (2005) att servisen exempelvis kan dölja misslyckanden från kökets sida på ett proffsigt sätt. Humanitet är den vänlighet och trovärdighet personalen möter gästen med och glädjen återspeglas i samtliga aspekter. Då gäster besöker en måltidsplats för första gången, kan de bland annat känna sig obekväma. Detta på grund av att de gästar ett territorium de aldrig tidigare besökt (Johns & Kivela, 2001). Av den anledningen är det oerhört viktigt för personal att få gäster att känna sig välkomna, samt att restaurangens interiör och andra gäster förmedlar välkomnande signaler.

2. 5 Produktkvalitet

Enligt Öström, Rapp & Prim (2008) är produkten beroende av dem som utformar och framställer den. Inom restaurangbranschen är det kockens uppgift att på ett kreativt sätt tillaga tilltalande och kvalitetssäkra rätter. Vem är det som bestämmer att just den rätten är av bra kvalitet och är tilltalande? Klosse, Riga, Cramwinckel & Saris (2004) har i sin studie "Determine the palatability of food" undersökt vilka faktorer som påverkat produktens kvalitet. I resultatet har författarna bland annat påvisat att rättens tilltalande är beroende av sex element. Där den första talar om vikten av användningen av ett tilltalande namn på den specifika rätten. Presentationen utgör det andra elementet, vilket också har för avsikt att ge gästen en bild av vad det är han eller hon kommer att konsumera. Tredje elementet är lukten, denna bör överensstämma med den serverade rätten. Viktigt är att smakerna sammankopplats, då de har som uppgift att se till så att samtliga komponenterna i den specifika rätten överensstämmer med varandra. Fjärde elementet är närvaron av smaken umami. Femte elementet talar om texturen i måltiden, det vill säga blandningen av krispighet, hårdhet och mjukhet i rätten. Slutligen behandlar sjätte aspekten den höga smaknivån och dess standard (Klosse m.fl., 2004). Utseendet på maten/drycken anser gästerna vara mycket betydelsefullt, dock väger aldrig ett tilltalande utseende över produktens smak (Gustafsson m.fl., 2006).

2. 6 Administration

Jönsson & Knutsson (2009) klargör för att styrsystemet bland annat består av lagar, ekonomisk anblick, administrativa hänseenden och ledarskap som för övrigt är osynliga för gästen. Styrsystemet gör sig synligt då gästen till exempel bett om notan och det tagit evigheter för den att komma. Som konsekvens resulterar denna väntan i besvikelse samtidigt som gästen får bekräftat att det brustit någonstans i styrsystemet. Styrsystemet utgör grundstenen för måltidsverksamhetens övriga aspekter och har till uppgift att förena involverade aspekter som styr upp måltidsverksamheten. Vilka de involverade aspekter är hör till organisering och verksamhetsstruktureringen. Det krävs en chef eller ledare som innehar kunskaper inom företagsekonomi, marknadsföring, ledarskap såväl som praktiska yrkeskunskaper som kokkonst och serveringsarbete. Allt detta för att upprätthålla ett gott styrsystem (Gustafsson m.fl., 2006).

2. 7 Helheten

Måltiden har i våra dagar kommit till att bli något av en symbol av social karaktär, det vill säga ett sätt att ge uttryck för vad vi själva står för och är. De aspekter som är relevanta för hur gästen upplever en måltid är förutom de grundläggande så som syn, lukt, färg och hörsel, bland annat faktorer såsom inredning (Gustafsson m.fl., 2006). Författarna tolkar atmosfären som interaktionen mellan de resterande fyra måltidsaspekter, det vill säga rummet, mötet, produkten och styrsystemet. Trots detta är det alltid gästen i slutändan som avgör för vilka aspekter som kommer att inverka mer eller mindre på deras måltidsupplevelse.

2. 8 Vad får gästen att välja en måltidsverksamhet framför en annan?

Matvanor påverkas av flera olika faktorer såsom fysiologiska, kulturella, ekonomiska och sociala behov. Lukt, smak och utseende tillhör inte de primära behoven utan utgör istället andrahandsbehoven (Gustafsson, 2002). Författaren menar att det krävs mer kunskap kring etnologi, sociologi och antropologi, för att förstå hur individer gör sina måltidsval. Bland annat klargör Edwards m.fl. (2003) att det existerar tre olika variabler som betingar värdesättningen av måltiden. Dessa tre är produkt-, måltids- och individrelaterade.

3. Syfte

Syftet med studien är att ta reda på hur gästen upplever ett kafébesök och om det är någon skillnad på att besöka ett kafé under eftermiddag och kväll.

Målet är att generera större kunskap om hur de fem måltidsaspekterna faktiskt utgör en viktig roll vad gäller gästens förväntningar och upplevelser.

Frågeställningar

- Hur ser gästen på ett kafébesök?
- Vilka är gästens förväntningar med besöket?
- Ställer gästen krav på atmosfären, servicen och produkten?

4. Metod

I metodavsnittet beskrivs hur studien genomförts samt hur urvalet gjorts, dessutom klargörs etiska hänseenden.

För att studera hur gäster upplevde ett kafébesök genomfördes studien med hjälp av intervjuer (se Bilaga 1) och observationer (se Bilaga 2) på fyra olika kaféer i Göteborg. Fokus lades på hur de intervjuade gästerna upplevde besöket under eftermiddagen respektive kvällen. Bakgrunden till hur en bra eller mindre bra upplevelse bör tolkas ledsagades av Gustafsson m.fl. (2002; 2006) och Mossbergs (2003) tidigare studier inom ämnesområdet. Studien ägde rum under 12 vardagar. De första fyra dagarna gjordes observationerna medan intervjuerna gjordes under de resterande åtta dagarna.

4.1 Etiska hänseenden

Vetenskapsrådet (2010) anger att vetenskaplig forskning ger ett värde både på individnivå och samhällsnivå. Begäran efter att erhålla konkreta svar och finna ny realitet är ett av flera skäl till varför forskning är essentiellt. Då forskning har en viss status ställs stora krav inte bara på forskningen utan även på forskaren. Forskaren har till uppgift att förse samhället med hederlig, färsk och pålitlig kunskap (Gustafsson, Hermerén, & Petersson, 2004). Det är viktigt att specificera kvaliteten på forskningen, dessutom är det av stor vikt att som forskare vara korrekt, konsekvent och kunna motivera studiens ställningstagande inom samtliga infallsvinklar. Då empiriska forskningsstudier utgörs av någon form av deltagare bör dessa innan undersökningen informeras. Det vill säga att forskarens plikt är att berätta syftet med studien, klargöra individens anonymitet samt ha förståelse för om parten nekar medverkan (Gustafsson m.fl., 2004). En annan viktig och konsekvent aspekt att hålla i åtanke under studiens gång är att endast använda den erhållna datan inom forsknings-sammanhang och inget annat (Vetenskapsrådet, 2010).

4.2 Urval

Studien tog plats på fyra olika kaféer i centrala Göteborg. Orsaken till valet av fyra kaféer var intresset för hur gästen upplevde ett kafébesök och om det fanns olika förväntningar av besöken på respektive kafé. Anledningen till valet av fyra olika kaféer gjordes på basis av att de låg centralt, ansågs vara trendiga och populära i förhållande till varandra och resterande kaféer i centrala Göteborg. Med trendig och populär åsyftas de kaféer vars koncept avspeglar ett modernare tänk, både inrednings- och produktmässigt.

Observationerna och intervjuerna realiserades på de fyra kaféerna vid specifika tider, allt för att hålla studien så jämn som möjligt. Med jämn avses kaféets positionering i förhållande till marknaden och dess målgrupp relativt till en viss tid. De specifika observations- och intervjutiderna var: eftermiddag, det vill säga mellan 13 till 15 och kväll 17 till 19. Bakomliggande orsaken till valet av klockslag, var på grund av att de ansågs vara lämpliga tider då kaféerna inte var överfulla eller tomma. Samtidigt som det var intressant att se om det fanns några skillnader mellan hur gästen upplevde ett eftermiddags- eller kvällsbesök.

Under den specifika observationstiden var samtliga besökare den potentiella målgruppen. Intervjurespondenterna utgjordes utav de gäster som befann sig på respektive kafé under de specifika tiderna och valdes i första hand ut efter den form av aktivitet de sysslade med samt deras utseende, det vill säga deras sätt att kommunicera med kroppsspråket. Vilket enligt egna värderingar och tolkningar lade grund för om de verkade ha tid och lust att delta i studien.

Skälet till varför intervjurespondenterna utgjordes av de gäster som uppfyllde tidigarenämnda egenskaper var på grund av att flertalet gäster kom i sällskap och inte verkade vilja bli störda, andra av samma anledning dock upptagna med annat, såsom datoranvändning, mobilpratande eller läsning. En viktig aspekt för att kunna genomföra intervjuerna var att respondenten i fråga behärskade att föra klara och tydliga dialoger, allt för att erhålla ett konkret resultat. Vidare har det i studien inte tagits hänsyn till ålder.

4. 3 Genomförandet

Studien tog sin start då jag tagit kontakt med respektive kaféansvarig i respektive kafé. Jag tog initiativet och presentera mig själv och studien jag hade för avsikt att utföra i det specifika kafét. Jag kartlade de bakomliggande orsakerna till valet av syfte och gav uttryck för studiens värde. Syftet presenterades på det sätt som möjliggjorde för respektive kaféansvarig att gagna något utav studiens genomförande. Därefter klargjorde jag för de etiska regler som måste följas då en sådan typstudie genomförs och upplyste den ansvarige om integriteten och anonymiteten som bör följas under processens gång. Då jag fått bekräftelse ifrån de fyra ansvariga och de valda kaféerna, genomfördes observationerna under de fyra första dagarna. Samtliga kaféer studerades under likadana förutsättningar. Sammanlagt utfördes studien under en tolvdagarsperiod, varav samtliga tolv dagar utgjordes av vardagar. Skälet till att jag endast använt vardagar och inte helgen var för att jag valde att lägga projektarbetstiden över veckodagarna.

Observationerna gjordes under eftermiddag och kväll. Motiveringen till valet av observationstiden var för att ta reda på vad gästen hade för förväntningar med kafébesöket under eftermiddagen samt kvällen och se hur denne upplevde helheten. För att få ut så utförliga intryck som möjligt av observationerna valde jag bort lunchtiden då den tiden var väldigt stressig. Under observationerna satt jag avsides och försökte smälta in bland gästerna genom att också vara en gäst. Till min hjälp hade jag observationsschemat tillhands under samtliga observationer. Vid samtliga eftermiddags- och kvällsobservationer iaktogs aspekt efter aspekt. Noggranna iakttagelser, analyser och observationer tolkades och anteckningar gjordes.

Vid intervjutillfällena satte jag mig först avsides vid mitt egna bord och försökte smälta in bland gästerna, för att hålla utkik efter vilken gäst jag ansåg vara den tänkbara och som hade de egenskaperna som ställdes emot urvalet. Därefter skummade jag igenom frågorna för mig själv och försökte mentalt förbereda mig på hur intervjun utvecklades. Då jag bestämt mig för vilken gäst jag ville intervjua, gick jag fram till denne och presenterade mig själv och min studie. Jag klargjorde för de etiska regler som vi forskare bör följa och redogjorde för betydelsen av hans/hennes deltagande. Dessutom förtydligade jag för gästen att han inte var tvungen att medverka samt att han kunde avstå från att svara om han inte ville eller kände för det. Då gästen tackat ja till medverkan, var jag noga med att skapa en god och avslappnad kontakt med denne. Allt för att få så bra svar som möjligt.

4. 3. 1 Observationer

Under eftermiddag och kvällstid utfördes observationerna. Detta metodval grundades på Patel och Davidssons (2003) argument om att observationer är en vetenskaplig resurs till hur individer införskaffar information. Författarna hävdar att vi människor observerar efter våra egna krav, erfarenheter och behov. Med hjälp av observationer kommer man individer närmare, många gånger är det svårt att iaktta något eller någon utan att värdera.

Nyttan med att använda observationer är att det går att se över vilka aspekter som påträffas vid ett precist läge, i all dess naturlighet. En nackdel med observationer är att observatören kan påverka studiens riktning då denne kan distrahera individens sanna jag (Backman, 1998).

Patel och Davidson (2003) Klargör för vilka olika typer av observationsmetoder som existerar, systematisk och osystematisk är de bekanta varianterna, också igenkända som strukturerade och ostrukturerade. Den observationsmetod som väljs, bör göras utifrån den tes studien riktar sig mot. I vilket fall som helst är både systematiska och osystematiska observationer beroende av strukturering, vilket kräver planering, förberedelser och disciplin. Osystematisk observation brukas i utforskande syfte, detta eftersom det är enklare att erhålla större mängd data kring en viss problematik. Systematisk observation används då problemområdet är exakt, till detta kan både beteenden och spontana reaktioner vara självklara och givna för processens gång (Patel & Davidsson, 2003).

I anknytning till studien genomfördes osystematiska observationer under eftermiddag och kväll, med utgångspunkten att kunna iaktta gästers beteende under dessa två tider på dygnet. Med beteende avses emotionella handlingar såsom fysiska, språkliga, känslouttryck samt relationerna gästerna sinsemellan och personalen emellan. Under observationerna valdes att betrakta såväl atmosfären som gästerna och personalen som befann sig i respektive kafé under observationstidens gång. De faktorer som observerades grundade sig på det som speglades i rummet, mötet, produkten, styrsystemet och atmosfären. Utifrån dessa aspekter kunde paralleller göras samt reflektioner kring såväl gästers beteenden och attityder gentemot personalen och varandra. Vidare begrundades samtliga gästers spontana uttryck som uppstod under besökets gång.

Skälet till varför observationer valdes att göras både på eftermiddag och kväll var för att kunna jämföra de två tiderna med varandra och se om det uppstod några skillnader, i vad gäller gästers beteende och attityder gentemot den fysiska platsen, andra gäster och kaféatmosfären.

Vid samtliga observationstillfällen fördes anteckningar in i observationsschemat (se Bilaga 2). Schemat anpassades följaktligen också efter plats och uppstådd situation. De anteckningar som fördes följde observationsschemats ordning, för att på så sätt reducera värdesättningar och ovidkommande tyckande. Som tidigare nämnts analyserades varje aspekt i respektive kafé noggrant utifrån observationsschemat, det erhållna textmaterialet bearbetades, tolkades och registrerades. Därefter gjordes en sammanställning av datan från samtliga kaféer.

4. 3. 2 Intervjuer

Ytterligare en metod som användes var intervjuer (se Bilaga 1). Med intervjuer avses en avstämning mellan forskaren och respondenten, där varje part tar del och för en djupare dialog kring ett specifikt ämnesområde (Patel & Davidsson, 2003). Intervjuerna gjordes under åtta vardagar. målgruppen utgjordes av ett urval gäster som besökte kaféerna vid eftermiddagen eller kvällen. Detta urval utgjordes av de gäster som befann sig i kaféerna vid intervjutillfällenas tidpunkter. Fyra gäster bidrog till eftermiddagsintervjuerna medan resterande fyra utgjorde kvällsintervjuerna. Innan intervjun påbörjades gav jag uttryck och förklarade bakgrunden till varför jag ville göra studien. Jag klargjorde för det etiska ställningstagandet och gav gästen chansen att smälta in informationen genom att ge en koncist och konkret presentation av syftet. Då gästen gav bekräftelsen om att han eller hon ville medverka skapades en avslappnad stämning, mellan respondent och intervjuare, allt för att erhålla så utförliga och ärliga svar som möjligt. Med utförliga svar menas ordentliga responser. Med hjälp av intervjuerna gavs möjligheten att erhålla utförliga, personliga och konkreta responser.

Respektive intervju utformades och anpassades efter respondentens förmåga att uttrycka sig allt för att ge denne betänketid och låta honom eller henne besvara frågorna i sin egen takt. Frågorna ställdes enligt intervjuguidens uppställning, det vill säga i ordningsföljd, detta bidrog till att intervjun följde mönstret och gav respondenten möjligheten till att analysera frågeställningarna. Intervjuerna hölls i genomsnitt under cirka 25 till 30 minuter, under samtliga intervjuer fördes ambitiösa anteckningar. Redovisningen av intervjuerna skrevs ned i textform som därefter noggrant analyserats och återfinns i resultatdelen.

Vid ett intervjutillfälle bör intervjuaren ha överseende med respondentens villighet att svara på frågor, i många fall ser inte respondenten vikten av att besvara frågor. Därför är det viktigt att som intervjuare kunna engagera respondenten, klargöra syftet och poängtera betydelsen i deltagandet. Allt för att skapa ett förtroende och en viss grad av intresse. En annan viktig aspekt är att bevara respondentens anonymiteten då redovisningen av datan görs. Som intervjuare är det väsentligt att ha överblick över frågorna och den information som samlas in, samt att låta respondenten fritt tolka frågorna samtidigt som det också är essentiellt att ha en viss struktur och ordning så att intervjun följer den röda tråden från början till slut (Patel & Davidsson, 2003).

4. 4 Bortfall

Till bortfallet hör tre gäster som inte kunnat delta då de nekat delaktigheten i studien. Motiven till varför de inte velat vara med kan jag inte ge uttryck för, då jag inte vetat de bakomliggande orsakerna.

5. Resultat

I resultatet redovisas målgruppen utförligare, här redovisas de bearbetade observationerna och intervjuerna från de fyra olika kaféer och de åtta respondenter. För att enklare förstå vilket kafé som besökts av respektive respondent har jag namngett kaféerna och respondenterna med fiktiva namn. Tabellen nedan illustrerar de respondenter som besökt respektive kafé under respektive tid.

Tabell 1. Demonstrerar kaféer och respondenter.

Kaféer	Blomman	Månen	Saga	Tempel
Eftermiddag	Bo	Mia	Sune	Tina
Kväll	Britta	Max	Sanna	Tim

5.1 FAMM hos kafégäster

De faktorer som beaktades under observationerna var hur de fem måltidsaspekterna gestaltades i samtliga kaféer, under eftermiddagen och kvällen. Med hjälp av observationerna kunde flera intryck inhämtas.

5.1.1 Rummet

Under observationerna uppmärksammades det fysiska rummet i respektive kafé samt gästers intryck vad gäller inredning och bekvämlighet. Ett av intrycken var hur samtliga kaféer lyckats uppta alla ytor i lokalen, allt för att täcka rumsarealen med så många bord och sittplatser som möjligt. Något som också verkade uppskattas av gästerna då de med större möjlighet kunde sprida ut sig över hela lokalen. Rummen i samtliga kaféer var strategiskt utformade, uppdelade i nivåer, vrår och höjder. Ljuset utgjordes av olika lampor alltifrån kristallkronor, spotlights till specialdesignade lampor och naturlig ljus som kom in utifrån de enorma skylt- och takfönstren. Samtliga kaféer hade ljusa väggar med tilltalande färger, bekväma stolar, barplatser, soffor och fåtöljer. Kaféerna doftade inget särskilt, både luftcirkulationen och temperaturen upplevdes behaglig. Skillnaden mellan eftermiddags- och kvällsbesöken var att ljuset i det fysiska rummet dämpades på kvällen, vilket bidrog till att stämningen på kvällen upplevdes mysigare än på eftermiddagen.

Respondenterna ansåg att bekvämligheten påverkade besöket, de gav uttryck för vikten av hur attraktiva och bekväma sittplatser kunde påverka besökssituationen. Att platsen som erbjöds såg inbjudande ut kunde medföra att de såg sig själva i en avkopplande situation. Under intervjuerna framkom det att upplevelsen av att sitta bekvämt hade stor betydelse och att det bland annat var en av faktorerna som lockade respondenterna att besöka platsen. Bo som besökt kafé Blomman under eftermiddagen uttryckte att bekvämligheten inte gjorde någon större skillnad.

Däremot antydde han att ljuset och ljudet påverkade hans benägenhet till att besöka ett kafé, det kunde alltså inte vara vilket kafé som helst, då han klargjorde att han vantrivdes med dåligt ljus, bullrigt och högt ljud.

Inredningen uppskattades av samtliga respondenter i respektive kafé, då det ansågs vara ljust, fräscht och snyggt på både väggar och tak samt att det fysiska rummet upplevdes rymligt. Det var viktigt att färgen på väggarna inte var starka då de uppfattades skrikigt och stressande. Enkelheten i rummet bidrog till en behaglig känsla, Mia, Sanna och Sune uttryckte att det inte upplevdes som att sitta hemma i sitt egna vardagsrum, men att det var nära inpå. Max som besökte kafé Månen under kvällen, ansåg att inredningen inte hade någon inverkan på hur han upplevde besöket.

Det jag är mindre förtjust i, är de höga barstolarna. Detta eftersom det inte går att koppla av, det är nästan som om de vore gjorda för att äta snabbt och gå därifrån så fort man är färdig. När jag går på kafé vill jag att det ska se och kännas bekvämt (Mia).

Vid intervjun satt Mia i ett hörn på en soffa och hade översikt över större delen av det som utgjorde kafélokalen. Denna plats hade hon avsiktligt valt då hon själv klargjort att det sett mysigt ut, hon nämnde också att om hon suttit på en stol hade hon förmodligen inte känt samma sak, utan att hon fått en uppfattning av matsalskänsla. Sune som under sin eftermiddagsvistelse och vid intervjutillfället också befann sig på en attraktiv plats verkade i hög grad nöjd då han angav att platsen han satt på inte bara verkade bekväm utan även var det.

Då jag går in i ett kafé är det viktigt att platserna ser attraktiva och bekväma ut, det viktigaste är att jag kan känna mig bekväm och har det bra. Finns ingen bekväm, ledig plats för mig går jag till ett annat kafé (Sanna).

5.1.2 Mötet

I samtliga kaféer observerades hur mötet skedde mellan gäst och personal samt gäst och gäst och personal sinsemellan. Varje personal i respektive kafé hade sitt unika sätt att ta kontakt med gästen. Det som band samman samtliga kaféer var hur varje enskild anställd i respektive kafé svarade och hanterade de olika arbetssituationerna och förhållandena. Tiden var en faktor som beaktades och respekterades av såväl gäst som personal. En illustration av detta upptäcktes då personalen i samtliga kaféer agerade och lyckades leverera trots den press och stress de hade över sig.

En annan viktig faktor som iaktogs var mötet sällskapen och gästerna sinsemellan. Glädje och välbehag verkade uppstå mellan sällskapen både under eftermiddagen och på kvällen. Det såg ut som om sällskapen under kvällen var mindre benägna att uppmärksamma andra gäster och vad som hände i den fysiska platsen än om man jämför med eftermiddagsgästerna och de gäster som satt ensamma. I första hand verkade eftermiddagsgästerna reagera och observera alla som gick förbi deras bord, för det andra stördes de ensamsittande gästerna troligen av dem som kom in och gick förbi. En annan relevant observation som gjordes var att eftermiddagssällskapen hade tendensen att föra allvarligare dialoger än kvällssällskapen, som i högre grad verkade bekvämare och avslappnade.

Tydliga möten som uppstod gäster sinsemellan var de gångerna då nyinkomna gäster ställde en fråga, ett exempel på detta var då de bad gästen som redan satt i kaféet om att få låna stolen eller om platsen intill denne var ledig. En annan faktor som observerades var under två olika observationer som gjorts på kafé Blomman och Saga, där två äldre gäster reagerat negativt såväl på högt skratt som på högt prat. Då det framkommit att besöket inte varit behagligt på grund av för mycket oväsen och støj. Eftermiddagssällskapen utgjordes av två till max fyra gäster medan de flesta kvällsbesöken i genomsnitt utgjordes av sällskap på två gäster. Målgruppen för samtliga kaféer var olikartad, svårt att sätta ord för vilken klass gästerna tillhörde då de i stora drag, betedde sig, såg och verkade likadana.

Av intervjuerna framkom det att trevlig och välbemötande personal gav besöket en positiv inverkan. Tina och Sune berättade att det var intressant hur uppmärksam viss personal var då de hade tendensen att vilja skämta med gästerna. Tim verkade inte vara lika förtjust, han initierade med att nämna att personalen arbetade bra, dock upplevde han att personalen verkade omotiverad. Han uttryckte att han möjligtvis hade oturen att bemötas av sådan personal som inte hade en bra dag.

Om personalen är uppmärksam och känner igen sina kunder brukar de också ge personligare service (Tina).

Det var viktigt för respondenterna att få en välkomnande känsla, samtliga brydde sig inte om andra gästers attityder gentemot dem då de besökte kaféet. Tyngdpunkten låg på hur mötet mellan personal och respondent tedde sig, detta avgjorde om besöket uppfattades positivt eller negativt hos de intervjuade gästerna och enligt samtliga inverkade på framtida besök. De var alla ense om att servicen utgjorde en viktig länk kaféet och dem emellan samt hur de uppfattade verksamheten. Respondenterna uttryckte också skillnaderna mellan att besöka kaféet själva respektive i sällskap. De klargjorde för att det var två olikartade moment, skillnaden låg i syftet med besöket. Samtliga respondenter svarade att ett kafébesök innebar att komma ut och njuta av en lugn och trevlig miljö och omgivning, oberoende av om de besökte platsen själva eller kom i ett sällskap. Huvudsaken med besöket var att få känslan av att inte bli störd i den samvaro man valt samt åtnjuta den formen av upplevelse. Samtidigt talades det också om andra faktorer som var av lika stor betydelse för att erhålla denna känsla, bekvämligheten, hygien och produkten var avgörande faktorer för hur de i slutändan skulle tolka och bedöma besöket. En annan sak som uppmärksammades under intervjuerna var att de respondenter vars intervjuer tagit plats under kvällen varit mer motiverade till att föra en öppen dialog, än om man jämför med eftermiddagsrespondenterna, som verkat en aning tillbakadragna.

Då respondenterna fick frågan om de identifierade sig med de andra gästerna och respektive kafékoncept uppkom en hel del tankar. De flesta respondenter identifierade sig med konceptet. Samma antal gäster gav uttryck för att de inte alls igenkände sig med resterande gäster i respektive kafé. Detta klargjordes då samtliga var ense om att varje individ är unik samt att alla har olika önskemål och behov. De sex respondenter som identifierade sig med kaféerna uttryckte att inredningen och enkelheten i rummet gjorde det möjligt för dem att känna en sorts samhörighet. Resterande respondenter, det vill säga de två som inte identifierade sig med konceptet ansåg att det krävdes mer av verksamheten för att framkalla känslan av samhörighet.

5.1.3 Produkten

Det som förenade de observerade kaféerna var deras sätt att åskådliggöra produkten för gästen. Under de gångerna observationerna genomfördes var montrarna mestadels välfyllda och såg attraktiva ut. Utbudet visade sig vara mer eller mindre populärt bland de olika besökarna som gästade kaféerna under respektive observationsdagar och -tider, det självklara valet var den varma drycken. Något som iaktogs under observationerna var hur samtliga kaféer gjort reklam för sitt varumärke. Exempelvis såldes ett mindre utbud med kaféets logga av det som fanns att tillgå i produktsortimentet. Dessa produkter var avsedda och utformade att köpa med sig, allt för att förlänga kaféupplevelsen för gästen.

Under tre observationstillfällen uttryckte tre olika gäster vars besök skett i kaféerna Blomman, Månen och Saga att produkterna varit fantastiska, underbara och makalösa i all dess utformning. Dessa kommentarer yppade sig då jag under observationen lyssnade på de ömsesidiga samtalen som fördes sällskapen emellan. Utav resterande observationer gavs uppskattande intryck av de gäster som befann sig i respektive kafé. Gästerna verkade tycka bra om produkterna, detta kunde dessvärre inte med säkerhet fastslås då det inte gavs uttryck för att det var så, dock tolkades de efterlämnade, innehållslösa tallrikarna, glasen och muggarna som att gästerna gillade vad de beställt.

Då intervjuerna tog plats uppgav respondenterna att det som lockade dem att besöka ett kafé förutom bekvämligheten var tillgången till urvalet av ett attraktivt produktsortiment. Det samtliga respondenter var ense om var att det inte räckte med att utbudet bestod av några få dryckesberedningar, utan att det var väldigt viktigt att det fanns variation. Hur presentationen av produkterna åskådliggjorts inverkade för och om respondenterna konsumerade eller inte. Samtidigt var det väsentligt att produktsortimentet överensstämde med kafékonceptet, då detta band samman helheten. Sex av åtta respondenter var nöjda med produktutbudet, resterande två nämnde att de saknade det lilla extra som fick dem att känna sig nöjda med produkten.

Ska kaféet uppfylla mina krav, ska de erbjuda mer variation (Mia).

Jag är inte förtjust i hur de presenterat produkterna, tycker de skulle behöva tänka lite mer på innovationen, kanske dekorera med något för att få produkten att se attraktivare ut (Tina).

Respondenterna gav också uttryck för, vikten av att få den mest ointresserade individen till att lockas av produkten. Då de nämnde att det inte bara var en god produkt eller en trevlig samvaro som lockade till sig gästerna utan att det krävdes mycket mer för att uppnå en helhetsupplevelse.

5.1.4 Styrsystemet

Under observationerna betraktades hur personalen hanterade vardagssysslorna i respektive kafé. Det som iaktogs var bland annat hur varje enskild anställd i respektive kafé korrelerade med sina kollegor. Iakttagelser av interaktionerna som fördes personalen sinsemellan verkade professionella. Trots stressen och pressen som fanns under besökens gång hade de anställda i respektive kafé kontroll över alla situationer. Under detta skede gavs en tydlig bild av att den synliga administrativa delen, det verkade som om de arbetade med att främja för att upprätthålla ett gott arbetsklimat. En illustration av detta var då ett sällskap precis fått hjälp och fortfarande inte kunde bestämma sig.

Personalen genomskådade det och försökte hjälpa till och ge förslag och alternativ. Inte bara upplyste personalen de som hade svårt att fatta beslut, utan även dem som stod bakom i kön, som nu tack vare dem fått reda på att det fanns annat gott som de tidigare inte testat.

Samtliga observerade kaféer framhövde de synliga administrativa delarna som goda arbetsklimat. De fyra observerade kaféers arbetsklimat verkade ge de anställda friheten till att i stor utsträckning arbeta under goda och arbetarvänliga arbetsförhållanden, där möjlighet för att i så stor utsträckning som möjligt utföra arbetsuppgifterna med fullt ansvar.

En annan intressant aspekt som iakttoogs var hur snabba de anställda var på att förbereda beställningarna, det medförde att gästerna enkelt kunde beställa, gå och sätta sig och invänta sin beställning utan att behöva stå och trängas i kön på att få det som beställts.

En viktig aspekt som granskades var hygien. Förutom att lägga märke till de synliga delarna på bord, stolar och golv kunde toaletterna i respektive kafé iakttas och bedömas efter dess renlighet. I det stora hela kunde man se att personalen arbetade strukturerat och försökte upprätthålla en renlig anda både i kafélokal som på toaletterna i respektive verksamhet. Detta syntes då det under observationerna, märkts att personalen varit uppmärksamma med att plocka bort, torkat borden och sopat golvet då gästerna lämnat platsen, allt för att hålla det rent och snyggt.

Det framkom under intervjuerna att det var nödvändigt att det inte stod en massa servis på borden i flera timmar. Respondenterna yttrade att personalen hade god uppsikt över kafélokalerna och att de snabbt reagerade det vill säga att de plockade bort servisen och torkade borden så fort gästerna lämnade platsen. Enligt Mia, Tina och Sune tydde detta på att personalen brydde sig om gästerna. Det gjorde inte så mycket om personalen utförde arbetsuppgifterna långsamt och samtidigt var trevliga, det som däremot inte tolererades, enligt respondenterna, var nonchalant personal. Sju av åtta respondenter påstod att detta beteendemönster tydde på dålig service och tolkades negativt då de inte fokuserade på gästen.

Då det talades om hygien ansåg respondenterna att det sett rent ut i rummet, på golvet, borden och stolarna samt toaletterna i respektive kafé. De få kommentarer som uppstod var från Bo och Britta som besökt kafé Blomman och menat att personalen behövde lägga ned lite extra tid på att försöka hålla bättre uppsikt över toaletterna. Då både Bo och Britta ansåg att det inte alltid varit rent på toaletterna och att det var den sista bilden de tagit med sig hem. En annan viktig aspekt var personalens hygien, hur de vårdade sig, om de satte upp håret, om uniformerna var rena osv. Detta ansågs vara lika viktigt som hygien i kafélokalen och produkterna då respondenterna gav i uttryck att det var personalen som var ansiktet utåt.

Ett annat relevant tema som tillhör ämnet styrsystemet och som behandlades under intervjuerna var öppettiderna. Sanna ansåg att de i kafé Saga hade för korta öppettider och att det förstörde hennes förväntningar och den bilden hon haft av verksamheten. Resterande respondenter tyckte att samtliga kaféer hade bra öppettider.

Det enda jag kan lägga märke till är att det är rent i lokalen, jag ser inte hur de förbereder beställningarna, men jag tycker det kompenseras med att få rena och snygga bestick, och porslin. Jag vill inte heller att personalen springer omkring då jag äter eller dricker något (Tina).

5.1.5 Atmosfären

Det som iakttogs under observationerna var hur de observerade kaféerna lyckats åskådliggöra det fysiska rummet till det koncept som representerar respektive kafé. De gemensamma faktorer som band samman samtliga observerade kaféer var hur de åskådliggjort helheten. Med hjälp av faktorer som inredning, lukt, ljud, ljus, personalens förhållningssätt samt produktutbudet kunde de mer eller mindre påverka gästens upplevelse. Samtliga kaféer hade inrett det fysiska rummet på sitt unika sätt, de lyckades på ett medvetet sätt att förmedla den bild de ville ge av verksamheten och med hjälp av personalen förtydliga denna. Rummet gav upphov till att föra samman samtliga faktorer såsom ljudet, lukten och ljuset vilka inverkade på upplevelsen och bidrog till den känsla respektive kafé ville förmedla gästen. Servisen utgjorde ett medvetet sätt att påminna gästen om vilket kafé de besökt. Genom att sätta loggan på, fatet, muggen eller servetten, kunde kaféverksamheten indirekt påminna gästen var han eller hon befann sig.

Av intervjuerna framkom det att, det som egentligen låg till grund för hur upplevelsen tolkades av gästen var hur kaféverksamheten lyckats strukturera upp helheten samt hur den åskådliggjorts för gästen. Det var alltså viktigt att kaféet hade ett attraktivt produktsortiment och dessutom gav god service. Respondenterna ansåg att bekvämligheten, ljuset, ljudet och lukterna påverkade deras sätt att uppleva helheten, detta framkom då de klargjorde att det var viktigt hur alla faktorer samspelade med varandra och påverkade upplevelsen. Respondenterna förtydligade också att konceptet bör överensstämma med inredningen, produkten och personalens attityd. Sanna hävdade att platsen var relevant för vilken typ av besök som gjordes då hon under intervjun nämnde att hon aldrig skulle besökt kafé Saga för att äta lunch till exempel.

Hur jag uppfattar konceptet och helheten har mycket att göra med inredningen, bekvämligheten och maten. Överensstämmer inredningen och maten inte med det koncept kaféet velat ge. Blir upplevelsen mindre bra eller dålig (Mia).

Samtliga respondenter var överens om att upplevelsen inte berodde på tiden, det vill säga om besöket skedde under eftermiddagen eller kvällen utan denna upplevelse påverkades av helheten. En illustration till detta var då samtliga nämnde att atmosfären, produkten, bemötandet samverkade och inverkade på helhetsupplevelsen.

6. Diskussion

6.1 Metoddiskussion

I förhållande till Oddners (2003) metodval, anses den valda metoden till denna typundersökning utgöra ett genomgripande arbete. Både fördelar och nackdelar finns, desvärre är tiden en av faktorerna som studien kontinuerligt kämpat emot. Fördelen med att ha kombinerat observationer och intervjuer har varit att jag kunnat dra jämna paralleller metoderna sinsemellan. Nackdelen var den att jag på grund av tidsbristen varit tvungen att begränsa mig till åtta respondenter, respektive fyra kaféer. Det jag personligen hade velat, var att samla upp en skara individer, det vill säga ett urval som representerade hela Göteborgsstads population, allt för att erhålla en tillförlitligare studie. I vilket fall, fungerade både observationerna och intervjuerna galant, då både de ansvariga från respektive verksamhet samt respondenterna hade positiv inställning till studien. Tre gäster nekade till att bli intervjuade och klassificerades då som bortfall. Deras villighet att delta var opåverkligt, då varje individ har rätten att vara delaktig eller neka. Detta bortfall påverkade dock inte resultatet, då det i slutändan ändå intervjuats åtta respondenter.

Både observationsschemat och intervjuguiden fungerade bra, strukturen på observationsschemat följdes och anpassades självklart efter plats och tid. Intervjuguidens frågor var lättförstårliga, klara och koncisa. Genom att anteckna det intervjurespondenterna sade gavs möjligheten till öppnare responser och förtydliganden. Utförandet av intervjuerna skedde på plats, vilket gav respondenten möjligheten att iaktta, observera och uppleva atmosfären och helheten i all dess naturlighet. Det som möjligtvis kunnat påverka resultatet var intervjun, då denna kunnat störa respektive respondents samvaro och naturliga rytm. Tiden hade också stor betydelse för om respondenterna var mer eller mindre villiga att svara på frågor. Kvällsrespondenterna tenderade att vara mer delaktiga och villiga att svara på frågorna än om man jämför med eftermiddagsrespondenterna. Detta antas ha påverkat resultatet i den grad att kvällsresponserna bidragit till mer än eftermiddagsresponserna.

6.2 Resultatdiskussion

Det som analyserades under de fyra observationsdagarna var hur de fem måltidsaspekterna gestaltades i de fyra kaféer. I jämförelse med det historiska perspektivet Oddner (2003) redogjort för i sin studie, för hur dagens kafékultur förändrats markant. Både unga som gamla, kvinnor som män besöker kaféer och använder besöken som någon form av break. Såsom Oddner (2003) uttrycker det, innebär ett kafébesök en ”social paus” i vardagen. Detta besök kan som jag tolkat av mina observationer göras ensam eller i sällskap, såväl på eftermiddagen som på kvällen eller någon annan tid under dagen.

Något som iakttagits var hur respektive observerat kafé inrett och gestalta det fysiska rummet och hur detta lyckats inverka på gästens sätt att se och uppleva helheten, samtidigt som det också varit grunden till den atmosfär som gestaltats. Mossberg (2003) klargör för hur välplanerat och genomtänkt arbete med servicescape gett goda resultat, inte bara för gäster utan även för personalen, då en trevlig och tilltalande måltidsmiljö gett upphov till en godare allmän stämning.

En annan viktig aspekt som lades märke till var hur distraherade eftermiddagsgästerna var, till skillnad från kvällsgästerna som i högre grad verkade mer avslappnade. Denna oro, kan jämföras med det Hansen (2005) talat om, vad gäller beteendemönster som uppstår vid ett servicemöte. Då gästen exempelvis tenderar att känna någon form av obekvämlighet, vilket vidare leder till orolighet.

Skälet till att eftermiddagsgästerna varit mer distraherade än kvällsgästerna, kan jag inte ge svar på, det frågetecknet kvarstår och ger utrymme för vidare observationer och forskning. Personligen anser jag att ljusets inverkan är större än vad vi hittills vet eller har kännedom om. Skälet till varför jag talar om det, är på grund av hur jag tolkat observationerna som gjorts under kvällen, då jag konstaterat att det upplevts mysigare under kvällen till skillnad från eftermiddagen. Att vidare studera hur ljuset påverkar gästens upplevelse är minst lika intressant som att studera andra påverkbara faktorer som enskilt eller tillsammans skulle kunna utgöra ett nytt forskningstema.

6.2.1 Faktorer som lockat gästerna att besöka ett kafé

Resultatet från intervjuerna var enligt de intervjuade respondenterna att såväl produkten som det fysiska rummet, det vill säga bekvämligheten, atmosfären och god service, var faktorer som fick dem att välja ett kafé framför ett annat. Att rummet var rymligt och att det inte var överdekorerat var en annan sak som beaktades av respondenterna. Hansen (2005) talar om vikten av att designa rummet så harmonisk som möjligt allt för att främja gästernas visuella intryck. Det författaren antyder kan kopplas till vilka krav gästerna ställde samt vilka förväntningar de hade med besöket. De paralleller som kunnat göras mellan det erhållna resultatet och tidigare studier som gjorts är att gästerna prioriterat bekvämligheten, servicen och en kombination av produkt och hygien. Upprätthåller kaféverksamheter dessa faktorer förser de gästerna med de behov och förväntningar som ställs emot deras verksamheter. Självklart är varje individ unik och har olika perspektiv att se på saker och ting, detta innebär inte att kaféverksamheterna inte ska anpassa den fysiska platsen till en viss målgrupp. Tvärtom bör de lyssna till gästen då det är dem som håller dessa verksamheter vid liv.

Respondenterna gav uttryck för flera av faktorerna som påverkade deras kafébesök såsom ljudet, ljuset, lukten, renligheten och inredningen. Mossberg (2003) lyfter fram det Belk studerat, bland annat att upplevelserummet delats in i atmosfäriska-, design- och sociala faktorer. Dessa faktorer visade sig påverka intervjugästerna i den grad att de uppmärksammat flertalet punkter, då de uttryckt i intervjuerna om ljusets och möbleringens betydelse för upplevelsen. Av intervjuerna framkom det att det var essentiellt att lockas av en attraktiv och bekväm inredning. Det författarna bland annat säger om den aspekten är det Gustafsson m.fl. (2006) lyckats belysa i studien ”The Five Aspect Meal Model: a tool for developing meal services in restaurants” att rummet har till syfte att ge gästen ett intryck och med hjälp av olika faktorer såsom ljus, färger, möbler påverka dennes uppfattning om den fysiska platsen.

Det var också viktigt för respondenterna att bemötas av trevlig personal och att de på köpet gav dem service, samt att de såg välvårdade ut och att hygien sköttes i hela verksamheten. Mötet kan tolkas som Mossberg (2003) gett uttryck för, då författaren menar på att servicemötet betraktas som en teaterföreställning. Där personalen är aktörer och gästen publiken och som vi är väl medvetna om är karaktärerna i en teaterföreställning, både fysiskt och psykiskt förberedda på vad som komma ska. Personalen borde då i detta fall inte bara ha den rätta attityden utan även utstrålningen och kvalifikationerna som krävs för att kunna hantera alla situationer som uppstår i kaféet.

Intervjurespondenterna ansåg att det var viktigt att lockas av en god produkt och det inkluderade också välskött hygien. De gav också uttryck för att de kunde anpassa sig till produktutbudet så länge det presenterats på ett attraktivt sätt och att det smakade gott. Klosse m.fl. (2004) har gett uttryck för de sex element som mer eller mindre samverkat med varandra, det författarna talat om kan speglas mot denna undersökning. Då det är viktigt att åskådliggöra en produkt som lockar gästen till att besöka platsen, då denna inte bara dras till rummet och servicen eller produkten, utan mer av en "helhet".

Då respondenterna besökt olika kaféer vid olika tider, trodde jag att respektive intervjurespondent skulle uppleva atmosfären olikartad. Det visade sig att tiden på dygnet inte hade så stor inverkan som väntat, mer än att kvällsgästerna upplevdes mer avslappnade än eftermiddagsgästerna. Vilka verkade lite tillbakadragna och inte lika villiga att föra en djupare dialog än om man jämför med kvällsgästerna som varit villigare.

En aspekt som framkommit av resultatet var att intervjurespondenterna insett att alla faktorer såsom rummet, mötet, produkten, atmosfären och styrsystemet varit mer eller mindre tvungna att samverka med varandra. Gustafsson (2002) uttryckte i sin artikel "Måltidskunskap - ett nytt forskarutbildningsämne" att måltidsverksamheten gestaltar sitt koncept, som vidare tolkas av gästen och ger denne en helhetsbild och får efter det avgör hur atmosfären upplevs. Under intervjubesöken såg, lyssnade, luktade, analyserade, uppfattade och tolkade gästerna såväl de fysiska rummet som servicemötet, produkten och helheten. De dialoger som fördes under intervjutidens gång gav studien ett färgsprakande resultat, dock anser jag att studien kunde blivit mer omfattande om jag haft mer tid.

7. Slutsats

Sammanfattningsvis är denna typstudie en demonstration av att inredning, produkt och personalens förmåga att erbjuda, åskådliggöra och ge god service påverkar gästens besök i hög grad. Andra faktorer som tillsammans eller enskilt inverkar är ljuset, ljudet, lukterna samt omgivningen. Därefter påverkas den individuella upplevelsen indirekt av det gästen ser, rör, känner, och smakar. Samtliga intervjuade respondenter verkade i hög grad nöjda med kafébesöken, de illustrerade och gav uttryck för de förväntningar och känslor respektive plats väckt hos dem. Det som vidare skulle kunna utgöra ett nytt forskningsämne är bland annat hur och om ljuset påverkar den enskilda gästens måltidsupplevelse samt om det uppstår några skillnader av stämningen på den fysiska platsen.

Referenser

- Backman, J. (1998). *Rapporter och uppsatser*. Lund: Studentlitteratur.
- Edwards, J. S. A., & Gustafsson, I. B. (2008). The Five Aspects Meal Model. *Blackwell Publishing Journal of Foodservice*, 19, 4-12.
- Edwards, J.S.A., Meiselman, H. L., Edwards, A. & Leshner, L. (2003). The influence of eating location on the acceptability of identically prepared foods. *Food Quality and Preference*, 14, 647-652.
- Gustafsson, I-B. (2002). Måltidskunskap – ett nytt Forskarutbildningsämne
Bearbetning av föreläsning vid professorsinstallation den 9 februari 2002. *Scandinavian Journal of Nutrition* 46 (2): 104-106.
- Gustafsson, B., Hermerén, G., & Petersson, B. (2004). Vad är god forskningssed?
Synpunkter, riktlinjer och exempel. *Vetenskapsrådets Rapportserie*, 1, 1-92.
- Gustafsson, I-B., Öström, Å., Johansson, J., & Mossberg, L. (2006). The Five Aspect Meal Model: a tool for developing meal services in restaurants. *Journal compilation Blackwell Publishing Journal of Foodservice*, 17, 84-93.
- Hansen, K. V. (2005). *Restaurant Meal Experiences from Customers' Perspective. A Grounded Theory Approach*. Örebro: Örebro Universitet.
- Johns, N., & Kivela, J. (2001). Perceptions of the First Time Restaurant Customer. *Food Service Technology*, 1, 5–11.
- Jönsson, P., & Knutsson, H. (2009). Management control of a meal experience: comments on the Five Aspects Meal Model. *Journal of Foodservice*, 20, 181–188.
- Klosse, P. R., Riga, J., Cramwinckel, A. B., & Saris, W. H. M. (2004). The formulation and evaluation of culinary success factors (CSFs) that determine the palatability of food. *Food Service Technology*, 4, 107–115.
- Mossberg, L. (2003). *Att skapa upplevelser från OK till WOW!* Lund: Studentlitteratur.
- Nick, J., & Jack, K. (2001). Perceptions of a first time customer. *Food Service Technology*, 1, 5-11.
- Oddner, F. (2003). *Kafékultur kommunikation och gränser*. Sociologiska institutionen, Lunds universitet: Lund
- Patel, R., & Davidsson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder, Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. Lund: Studentlitteratur.

Vetenskapsrådet (2010). *Etik*. Hämtad 2010-05-04 från
<http://www.vr.se/etik.4.3840dc7d108b8d5ad5280004294.html>

Öström, Å., Rapp, E., & Prim, M. (2008). From food to meal research on the product aspect of the meal experience. *Blackwell Publishing Journal of Foodservice*, 19, 63–68.