



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Måltidens fem aspekter

-applicerad på restauranger i Hongkong

Gilbert Gustafsson och Philip Kei

Examensarbete: 15 högskolepoäng
Program: Restaurangmanagerprogrammet
Nivå: Grundnivå
Termin/år: Vårtermin, 2011
Handledare: Marianne Pipping Ekström
Examinator: Helena Åberg



GÖTEBORGS UNIVERSITET
INST FÖR KOST- OCH IDROTTSVETENSKAP

Titel: Måltidens fem aspekter – applicerad på restauranger i Hongkong

Författare: Gilbert Gustafsson och Philip Kei

Examensarbete: 15 högskolepoäng

Program: Restaurangmanagerprogrammet

Nivå: Grundnivå

Handledare: Marianne Pipping Ekström

Examinator: Helena Åberg

Antal sidor: 38 exklusive bilagor

Termin/år: Vårtermin, 2011

Sammanfattning:

Vid ett besök på en restaurang har förväntningarna blivit högre eftersom restaurangbesöken har ökat och gästerna ställer högre krav i Sverige. Helhetsupplevelsen har blivit en alltmer viktigare faktor under ett restaurangbesök. På Grythyttan i Örebro har man utvecklat en modellstudie, så kallad *the five aspect meal model*, som hjälp för att analysera vilka faktorer som kan uppfylla gästens krav vid ett restaurangbesök. Måltidens fem aspekter består av rummet, mötet, produkten, atmosfären och styrsystemet, där varje aspekt fyller en viktig roll i verksamheterna.

Vi har tagit fasta på de fem aspekterna och applicerat dem mot Hongkongs restauranger. Hongkong, med sin ledande roll och som en stor handelsstad i Asien, har en stor mångfald i både kultur och tradition och det avspeglas i den mat de skapar. Genom observationer och intervjuer på restauranger med lokalbefolkning och restaurangpersonal har vi fått möjligheten att se hur HongKongs restaurangverksamheter arbetar.

Med bakgrund av *the five aspect meal model* vill vi skapa en djupare förståelse på Hongkongs restaurangkultur och hur verksamheterna arbetar för att tillfredsställa gästernas behov.

Innan våra observationer och intervjuer hade vi våra uppfattningar om vilka resultat vi kunde få. Av erfarenhet och även vår asiatiska bakgrund kunde vi ana att produkten var och är den viktigaste del i deras restaurangkultur. De andra aspekterna har mer eller mindre fått en biroll bland restaurangerna i Hongkong. Dock visar intervjuerna och observationerna ett blandat resultat som gav oss en förvarning om att även Hongkong börjar förstå vikten av att skapa en helhetsupplevelse mer än bara en bra produkt. Konkurrensen är enormt stor i Hongkong och restaurangerna har börjat lära sig att erbjuda något utöver det lilla extra. Dock säger lokalbefolkningen att de nästan är enbart ute efter en god bit mat med sällskapet de har med sig. Tanken är att restaurangens huvuduppgift är att servera vällagad mat medan det är, mer eller mindre, gästernas ansvar att skapa den atmosfär som man vill ha, beroende på vilka man äter med.

Nyckelord: Måltidens fem aspekter, Guide Michelin, Hongkong och det kinesiska köket

Innehållsförteckning

1. Inledning	5
2. Bakgrund	6
2.1 Den kommersiella restaurangen	6
2.2 FAMM.....	6
2.3 Hongkong.....	11
2.4 Guide Michelin	15
3. Syfte	17
3.1 Frågeställningar	17
4. Metod	18
4.1 Metodval	18
4.2 Population och urval.....	18
4.3 Rimlighet och trovärdighet	19
4.4 Etiska riktlinjer	19
4.5 Intervjuernas och observationernas uppbyggnad.....	19
5. Resultat	22
5.1 Hovmästarna berättar... ..	22
5.2 Våra inbjudna gäster berättar	27
5.3 Observationsresultat	29
6. Diskussion	34
6.1 Metoddiskussion.....	34
6.2 Resultatdiskussion.....	34
7. Referenser	37
Bilaga 1	
Bilaga 2	
Bilaga 3	

Förord

Vi vill först och främst tacka vår underbara handledare Marianne Pipping Ekström. Med hennes kunskaper och engagemang har hon underlättat vårt arbetssätt och hjälpt oss igenom denna resa. Även ett stort tack ska de restauranger ha som har deltagit i våra observationer men en större eloge till de personer som tog sin dyrbara tid för att ställa upp på våra intervjuer.

Arbetet skulle inte varit möjlig utan den hjälp vi har fått från vår studierektor Barbro Hedenström och Praktiska Hushållsskolans Donationsfond som finansierade större delen av resan till Hongkong. Ett stort tack!

Till sist vill vi tacka alla nära och kära som stöttat oss på vägen till detta examensarbete. Det har inte alltid gått som planerat och dessa människor har fått oss att kämpa vidare.

Tack alla, ännu en gång.

Göteborg den 15 maj, 2011.

Gilbert Gustafsson och Philip Kei

1. Inledning

Folk i allmänhet har idag blivit mer medvetna om vad de konsumerar. Resultatet av detta har medfört att restaurangerna idag måste hålla en god kvalitet och kunna erbjuda det lilla extra för att tillfredsställa sina gäster. Under vår utbildning har vi många gånger talat om de fem måltidsaspekterna inom restaurangbranschen. Utöver att maten (produkten) ska falla gästen i smaken, finns det fyra andra aspekter som är påtagliga. De består av rummet, mötet, atmosfären och styrsystemet. Tillsammans utgör dessa fem aspekterna en helhetsupplevelse på en måltid som förhoppningsvis ska tillfredsställa gästerna på ett positivt sätt.

Med bakgrund av detta har vi valt att undersöka restauranger i Hongkong för att ta reda på hur de ser på en måltidsupplevelse. Anledningen till valet av Hongkong är för att det är en kulinarisk huvudstad i Asien och vi har även planer på att öppna någon typ av restaurang i Hongkong i framtiden. Vi tog därför tillfället i akt att åka dit för att få en bättre uppfattning på hur restauranger arbetar för att tillfredsställa sina gäster. Samtidigt vill vi även få en uppfattning om hur restaurangerna ser på ett måltidstillfälle. Är helhetsupplevelsen något som restauranger och gäster i Hongkong strävar efter, likt här i Sverige?

Arbetet har till stor del genomförts gemensamt. Gilbert har haft största fokuseringen på metoden och intervjuerna medan Philip har koncentrerat sig mer på bakgrunden samt observationerna. Resterande del av arbetet som legat till grund för resultat och diskussion har genomförts tillsammans i gruppen.

2. Bakgrund

För att ge en klarare bild om det vi observerat och en förståelse till vårt arbete ger vi en bakgrund om Hongkongs historia samt en bakgrund till hur en matupplevelse bör eller kan se ut på restauranger. Det finns flera faktorer som påverkar upplevelsen av en måltid. Vi talar om rummet, mötet, produkten, styrsystemet samt atmosfären, the five aspect meal model, *FAMM*. Hur väl dessa uppfylls kan påverka hur vi uppfattar maten samt hur mycket av den vi äter (Gustafsson, Öström, Johansson & Mossberg, 2006). Matkulturen i Kina har många anor samt traditioner och är väldigt omfattande. Vi talar om de stora fyra klassiska köken, Beijing, Shichuan, Shanghai och även Guangzhou som det kantoniska köket tillhör (Nationalencyklopedin, 2011). I Hongkong, det område vi koncentrerat oss på är det främst det kantoniska köket som är framträdande även om maten på senare tid är influerad av andra kök samt att Hongkong är en internationell handelsmetropol med influenser från främst Europa och Storbritannien (Nationalencyklopedin, 2011). Även om *FAMM* är en bra modell för hur en restaurangupplevelse uppfattas eller vilka aspekter som ska tas i beaktande menar Meiselman (1996) att man kan dela in själva middagsupplevelsen i tre olika delar istället där maten, matsituationen och individen har en korrelation. Spontant, med gamla erfarenheter från det asiatiska sättet att äta känns det att det är så kineserna tänker när de ska äta mat. *FAMM* är mer specificerat och det är intressant att se hur de fem aspekterna tar plats i Hongkong.

2.1 Den kommersiella restaurangen

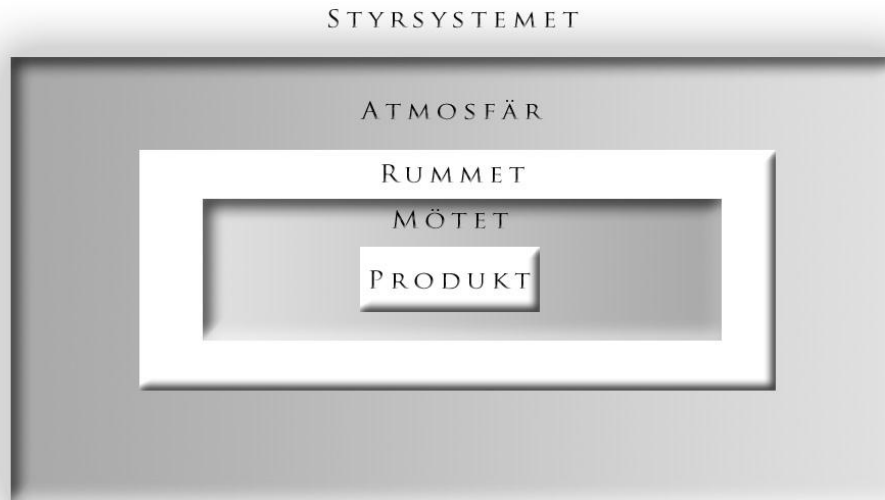
Den moderna restaurangen som vi ser idag har troligtvis sitt ursprung från Frankrike och ordet ”restaurang” uppkom redan under slutet av medeltiden (Hansen, 2005). Dock kom definitionen av ordet under slutet av 1700-talets Frankrike innan revolutionen, troligtvis, och enligt Berulfsen och Gundersen (1978) uppkom det från ”food that restore” eller ”to restore or to refresh”. Restaurangerna i Frankrike var ganska få innan revolutionen men efteråt blomnade verksamheterna och de var ägda av entreprenörer innan var nu ägda av alla de kockar som såg sin chans att öppna eget bland annat på grund av att deras chefer dog under revolutionen (Pitte, 1999). Det finns alltså en orsak till varför det franska köket är stort i världen och i och med detta har kunskapen om restauranger spridit sig snabbt genom hela världen, det som vi ser som naturligt, att äta ute vid ett dukat bord och bli serverad av personal som med nöje ser att du återkommer. De som äter ute uppskattas till två tredjedelar av världens befolkning, inte så konstigt att det finns restauranger överallt (Hansen, 2005).

2.2 *FAMM*

FAMM (Five Aspect Meal Model) är uppbyggt av fem delar, vilket tidigare nämnts. Här presenteras de olika delarna.

Idén till *FAMM* kom från Guide Michelins rekommendationer av hotell och restaurang och har sedan dess tillämpats av lektorer från Grythyttan som tillhör Örebro universitetets institution för restaurang- och måltidkunskap. Edwards och Gustafsson (2008) säger att de fem måltidsaspekterna rummet, mötet, produkten, styrsystemet och atmosfären har störst påverkan på hela måltidsupplevelsen. *FAMM* introducerades som något behövligt i restaurangbranschen eftersom behovet har varit stort för att försöka höja kunskapsnivån bland människorna inom måltidsverksamheter. Målsättningen var även att öka standarden och statusen bland berörda parter som arbetade inom någon form av måltidsverksamhet. I och med att kunskapen skulle höjas skulle antalet professionella öka samt att prestationerna skulle nå nya höjder. Detta kan hjälpa branschen som ofta lever på existensminimum med små

marginaler. Kan branschen ta ut högre priser för en bredare kunskap och kvalitet är det väldigt välkommet med nya forskningsområden. (Gustafsson et. al., 2006)



Figur 1. Five Aspect Meal Model- FAMM. Helhetsupplevelsen under en måltid enligt Gustafsson et. al (2006).

2.2.1 Rummet

Rummet innebär den plats där vi intar måltiden. Här är det viktigt att verksamheterna tar hänsyn till ljussättning, färger, textilier samt att temat på restaurangen hör samman med den färdiga produkten. Annars kan detta ge en störning hos gästen vilket även påverkar uppfattningen av måltiden som helhet (Gustafsson et. al., 2006). Enligt Hansen (2005) är miljön man intar måltiden i lika viktig som vad man faktiskt äter. Vi talar inte bara om hur rummet är inrett utan även om hur de anställda och gästerna använder sig av rummet. Enligt Gustafsson och Mossberg (2008) finns det fyra vanliga placeringar servicen använder sig av då de placerar gästen på en restaurang.

1. Vid sidan om, längs väggen eller avskilt för att erhålla en överblick över rummet och de andra gästerna. Dessa platser lämpar sig bäst för gäster över 35 år.
2. Mitten av rummet där man kan bli sedd av andra gäster och personal. Här placeras oftast gäster runt 18-35 år.
3. Fönsterplats för att få en utsikt över rummet och miljön utanför. Även dessa platser lämpar sig bäst för personer över 35 år.
4. Avskilt för att undvika insyn av andra gäster och personal. Här bör man placera gäster som vill prata ostört, till exempel ett nyförälskat par eller personer som sitter i möte.

Miljön och framförallt rummet är de viktigaste punkterna. Rummet ska inge en känsla av att man är i rätt restaurang, att rummet är passande till det temat, koncept eller mat du äter. (Mossberg & Nissen-Johansen, 2006) Inredningen av rummet inkluderar bland annat färgsättning, ljus, ljudnivå samt huruvida inredningen stämmer överens med restaurangens koncept (Gustafsson et. al., 2006). Har en restaurang lyckats etablera sig så pass väl att man genom inredningen vet vilken mat som serveras, kan man därför säga att gästens förväntningar kring måltiden redan är bestämda då man infinner sig i rummet.

2.2.2 Mötet

Då vi talar om mötet menar vi inte bara mötet mellan en gäst och en annan utan även om mötet mellan gästen och personalen. Detta möte kan betraktas som behandlingen gästen får av personalen vilket påverkas av hur hög utbildning personalen har (Gustafsson et. al., 2006). Personalen kan också ha mött gästen på andra sätt som via ens marknadsföring genom en hemsida, reklam eller personal som delar ut flyers ute på stan. Mötet mellan en gäst och en annan är också något som kan påverkas via bordsplaceringen. Placerar man ett sällskap som bör sitta avskilt i centrum av restaurangen kan detta störa mötet och därmed även måltidsupplevelsen (Gustafsson & Mossberg, 2008).

Mötet mellan personal och gäst är oerhört viktigt. Här krävs och även ges betydande utbildning inom hotell- och restaurangbranschen. Exempelvis via akademisk utbildning. Som tidigare nämnt är det första intrycket bland det viktigaste i ett besök av en restaurang. När gästen väl har kommit in genom dörren hälsas, givetvis, de välkomna och all personal har alltid ett leende på läpparna. Det är här som det är väldigt viktigt med kommunikationen. Är personalen inte på alerten eller visar sitt bästa jag kan det få en negativ klang på första intrycket hos gästen och det kan sätta sig i gästernas tanke framöver vilket kan försvåra den ytterliga kommunikationen (Jarlbros, 2004). Oavsett gäst, vilken bakgrund de har eller vilken samhällsklass de tillhör, har ingen betydelse till den service du som personal ska ge gästen. Alla ska behandlas lika men också bemötandet ska kunna anpassas till de olikheter gästen har. Handikapp som lindrar eller hindrar gästen att kunna sitta på vissa ställen eller om sällskapet är stort men ändå vill sitta väldigt nära varandra ska kunna anpassas så långt som möjligt (Edwards & Gustafsson, 2008).

2.2.3 Produkten

Produkten är oftast något konkret i FAMM- modellen såsom maten och drycken. Här gäller det, inom restauranger, för kockarna att ha kunskapen och fantasin att skapa något som kopplar ihop de sinnen man använder sig av i en måltid. Exempelvis är det första intrycket en oerhört viktig punkt. Hur ser maten ut? Är maten på tallriken något jag vill betala för? Maten på tallriken ska helt enkelt vara en fröjd för ögat. Som Ulf Wagner (2010)¹ berättar äter vi även med ögat. Det är inte bara kockarna som ska försöka prestera sitt bästa för gästen utan även serveringspersonalen. Här är det likaså en balans mellan olika smaker som måste uppfyllas samt att utseendet på drinken kan ha en stor betydelse på hur drycken kommer att uppfattas. Serveringstekniken har också en stor betydelse då ett erfaret och tekniskt begåvat sätt att få fram, hålla upp eller servera drycken kan ge en WOW-faktor i form av jonglering (flaring²) av flaskor, shejkrar och andra bartenderredskap. Också om sommeliern visar goda kunskaper och visar att man har dekanterat vinet ger en känsla av professionalism som ofta förhöjer upplevelsen (Mossberg, 2003).

Nästa steg i vår ”upplevelse av en måltid” är doften och smaken. Om något är illaluktande så får man en obehaglig känsla som kanske inte leder till att man provsmakar på det. Om det doftar och smakar gott har kockarna lyckats med sitt utförande. Något annat som gäster kan lägga märke till är själva konsistenserna på en måltid. Har maten för mycket krämighet och inget tuggmotstånd? Då kanske man som gäst tycker att det är tråkigt eftersom man gärna vill ha kombinationer av olika konsistenser för att göra måltiden än mer lyckad (Ulf Wagner, 2010)¹. Detta leder in till vad Luik (2010) skriver om i sin kandidatuppsats *Måltidens fem*

¹ Ulf Wagner, Lektor Göteborgs Universitet, Föreläsning om fisk och upplägg av maten, 2010.

² Sveriges restaurang- & barutbildning - <http://www.sverigesrb.se/specialutbildningar/flaring>

aspekter applicerade på kaféer i Göteborg där hon kommer fram till att det finns sex element som påverkar vårt sätt att bedöma maten på. De sex är enligt citatet nedan:

Den första faktorn talar för 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, som bör överensstämma med den serverade rätten, hur smakerna sammankopplats, samt att se till att samtliga komponenterna i den specifika rätten är i harmoni med varandra. Fjärde elementet är närvaron av umami, vilket är svårdefinierat men kan jämföras med smaken av glutaminsyra vilket har syfte att förstärka smakerna. Femte elementet talar om texturen i rätten, det vill säga blandningen av krispighet, hårdhet och mjukhet i en rätt och slutligen den sjätte behandlar hög standard av smaknivå (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).

De sex elementen kan skrivas i punktform enligt följande:

1. Tilltalande namn.
2. Presentation.
3. Doft.
4. Umami.
5. Konsistens.
6. Smakupplevelse.

Dessa element är framgången till en bra produkt och det är också väldigt viktigt att även menyn är anpassad till produkten. Menyn tillhör indirekt till själva produktelementet eftersom det är det som inger första intrycket av vad restaurangen har att erbjuda. Vi kan konstatera att de två första elementen går att uppfylla i en meny medan de fyra följande är näst intill omöjligt utan tekniska hjälpmedel. I menyn är det viktigaste att texten flyter på och att det känns gott på ett okomplicerat sätt. Är det för svårt att förstå kan gästen dra sig för att beställa det och därmed får inte restaurangen ut sitt budskap på rätt sätt. Många restauranger har börjat med att beskriva varje rätt eller har en berättande text om varifrån råvarorna kommer för att få en känsla av riktighet och verklighetsförankring. Det är även populärt att ha en presentationstext om själva stället och en kort historia eller bakgrund om vad som kan förväntas som gäst.³

2.2.4 Atmosfären

Atmosfären är en av de viktigaste faktorerna för att få den bästa restaurangkänslan (Hansen, 2005). Atmosfären är det sammanlagda resultatet av uppfattningen kring de andra aspekterna. Detta innebär att om den ena aspekten stör de andra kan hela stämningen uppfattas som negativ vilket även påverkar hur vi uppfattar måltiden som helhet. Vi kan även bryta ner atmosfären i fem faktorer som följer våra sinnen. Alltså är påverkan av vår syn, hörsel, lukt, smak och känsel det sammanlagda resultatet av atmosfären. För att stimulera dessa kan man tänka på musiken i restaurangen, hur tydligt en gäst hör en annan, hur maten i restaurangen luktar samt på konsistensen av maten man äter (Gustafsson et. al., 2006).

³ Restaurang Familjen, Lisebergs Wårdshus, Thörnströms kök och Basement är några restauranger i Göteborg som har menyer med en berättande text.

Kombinationen av personalens professionalism, kvalitén på maten och en härlig inramad miljö är väldigt viktigt. Gästen ska kunna njuta av en måltid i en lugn och roande miljö men i och med att antalet gäster varierar beroende på tidpunkt och årstid kan det leda till att stämningen också varierar. Det gäller att kunna anpassa sig, är det mer folk får restaurangen försöka avskärma eller dämpa ljudet eller lyfta stämningen på ett annat sätt som tillåter mycket folk. Att höja musiken istället för att sänka kan vara ett bättre alternativ om restaurangen har plats för mingel och dans och därmed handlar atmosfären inte bara om den tid gästerna sitter och äter maten. Då riktas fokus på att stämningen ska vara mer festlig (Mossberg & Nissen-Johanssen, 2006). Musiken har en stor inverkan på hur gästerna uppfattar atmosfären. Är musiken passande till stämningen och följer restaurangens tema eller koncept höjer det upplevelsen, medan fel val av skiva kan göra restaurangen till en enda stor lagerlokal för bord och stolar. Lugn musik såsom klassisk musik eller jazz är också att föredra om restaurangen vill få en lugnare stämning (Hansen, 2005). Enligt Hansen (2005) tillför det lugn och harmoni i restaurangen vilket majoriteten av gästerna i hans undersökning medgav. Även en annan aspekt Hansen (2005) kom fram till är att gäster uppfattade maten som mycket godare ifall de satt i en riktig restaurang än vid ett experimenttillfälle där han försökte simulera en liknande restaurang med likartad meny men där gästerna visste att det inte var en riktig restaurang. Detta visar att atmosfären knyts väldigt mycket till rummet men också hur gästerna känner sig vid iakttagelse eller kontrollerade situationer. Gästen vill helst inte ha personal som enbart tittar på dem.

2.2.5 Styrssystemet

För att en verksamhet ska vara lyckad krävs en organiserad kommunikation. Om verksamheten inte har ett strukturerat sätt att få fram information till personalen kan det vara en avgörande faktor varför personal inte trivs eller att verksamheten inte fungerar (Heen et al., 2008). Ett bra styrsystem kräver en bra chef med goda kunskaper i ledarskap men framförallt att den personen har ett bra samförstånd med både ägarna, personal, infrastrukturen och ideologin i verksamheten.

Även om ordet ”styrssystem” låter väldigt abstrakt är mycket av det vi ser i en restaurang oerhört påverkat av om styrsystemet fungerar eller inte. Som omedveten och oerfaren gäst kanske gästen inte tänker på vad som händer, men när det väl tar tid för maten att bli serverad eller att det bokade bordet inte står färdigt, reagerar de flesta. I dessa fall reagerar många negativt vilket inte är bra och som gäst spelar det mindre roll varför det dröjer eller att det inte är klart. Självklart uppkommer små, oplanerade problem hela tiden men för att minimera att slumpen slår till krävs en god organisation, ett styrssystem som är väl inlärt hos alla som jobbar i restaurangen. Styrsystemet är även den aspekt som för samman alla de andra aspekterna. Enligt Hansen (2005) är planeringsstadiet ett av de viktigare partierna i en restaurang, när kockarna sätter ihop menyn (produkten), när planeringen av hur borden ska stå för dagens bokningar (rummet), vilken typ av musik som ska spelas i högtalarna (atmosfären) samt vem som möter upp gästen vid dörren och vilka som serverar dem (mötet). När verksamheten får ihop allt detta är det väldigt lite som kan misslyckas. Om det inte lyckas ändå får man se över sin marknadsföring och ekonomi. Som ansvarig kanske man har för mycket personal eller betalar överpris på råvarorna? Marknadsföring har stor del i verksamheten och även om det delvis har med *produkten* att göra är det ett väl dirigerat styrssystem som ser till att marknadsföringen möter rätt personer (Keller & Kotler, 2006).

En viktig del av marknadsföring är att göra en omvärldsanalys för att få en överblick över hur marknaden ser ut samt vilka huvudkonkurrenter som finns. En av de vanligaste metoderna för omvärldsanalys är en så kallad SWOT-analys som står för *Strengths, Weaknesses,*

Opportunities and Threats. Den används för att se hur konkurrenskraftig din verksamhet är och om det finns saker restaurangen behöver förbättra. En bra analys eliminerar de sista små problemen som kan åstadkomma i ett organiserat styrsystem (Keller & Kotler, 2006).

2.3 Hongkong

Eftersom vår studie är förankrad i Hongkong, ges här en kort presentation av Hongkong och det kinesiska köket.

Hongkong är sedan 1997 en särpräglad administrativ region (SAR) i södra Kina, söder om provinsen Guangdong. Denna särskilda administrativa region betecknar att Hongkong fick behålla sin marknadsekonomi som är uppbyggd kring internationell handel sedan Storbritannien återlämnade Hongkong till Kina. Hongkong var en brittisk koloni mellan åren 1842 till 1997 och är tillsammans med Macao en av två särskilda administrativa regioner i Kina. Resultatet av överlämningarna till Kina har blivit att Macao och Hongkong är mer eller mindre länder med två olika system inom regionerna. Hongkong har tillåtits att behålla sitt egna politiska samt ekonomiska system, därav tillhör Hongkong inte det ”riktiga” Kina. I och med dessa grundläggande handlingsprogram som existerar i Hongkong har det uppstått en del problem gällande det demokratiska systemet där spänningar mellan Hongkong och Kina än idag är spända. Hongkong omfattar huvudsakligen av tre områden, Hongkongön och Kowloon som ligger i södra Hongkong och New territories i norr samt de 236 utanförliggande öarna. Inom ramen av dessa områden, vars sammanlagda area är 1095 km², bor det cirka 7,3 miljoner invånare. Hongkong är därmed en av världens mest tätbefolkade regioner med cirka 7000 invånare/km² (Nationalencyklopedin, 2011).

2.3.1 Historia

Innan Hongkong blev koloniserat på 1800-talet hade Hongkong endast ett litet antal invånare. I Kina, under 1800-talet, hade man en mängd med varor som exempelvis silke, te och porslin som européerna fann intresseväckande. I samma veva ville Kina inte släppa in utländska företag och tillät endast en begränsad handel via en enda hamn, Macao. Länderna i Europa hade heller inte något att erbjuda kineserna som intresserade dem, förutom silver. För att förbättra handeln med Kina började engelsmännen att olagligt exportera opium till Kina, vilket bland annat odlades i Indien som var under kontroll av det brittiska ostindiska kompaniet. Opiumdrogen blev oerhört populärt i Kina som dock resulterade till ett missbruk bland invånarna. År 1839 valde den kinesiska regeringen att sätta stopp för den illegala smuglingen in till Kina och britterna svarade med att förklara krig mot Kina. Kriget var ett faktum och det blev ett nederlag för kineserna. Detta krig är även mer känt som opiumkriget. Det förlorade kriget resulterade till att Kina var tvunget till att bland annat öppna fler hamnar för handel samt att britterna får Hongkong i skadeersättning. Opiumkriget var därmed ett krig som tvingade Kina att bli mer öppen mot omvärlden. Efter andra opiumkriget, även kallad Arrowkriget, som varade mellan åren 1856-1860 fick britterna även kontroll på halvön Kowloon. Genom överenskommelser i Beijing år 1898 fick Storbritannien därtill arrendera Hongkong i 99 år. Resultatet av koloniseringen av Hongkong blev en stark ökning av befolkningen på Hongkong, inte minst i samband med oroligheterna i Kina efter Arrowkriget. Under 1900-talet har befolkning från Kina strömmat in i Hongkong vid flera tillfällen. Exempelvis efter kejsardömets fall 1912, början av andra världskriget då Japan tågade in i Kina, inbördeskrigen mellan åren 1946-1949 samt när kommunisterna tog över makten under Mao Zedong-eran. Den 19 december, 1984, skrevs ett avtal mellan Storbritannien och Kina. Enligt detta avtal, så kallade Hongkongavtalet, ska hela Hongkong återgå till Kina 1 juli, 1997, då Storbritanniens 99 åriga arrendetid snart var över. Hongkong blev den 1 juli, 1997, ett administrativt område med hög grad av självbestämmanderätt men utrikespolitiken samt

försvaret ansvarar centralregeringen på Beijing för. Från och med 1997 ska det politiska samt ekonomiska systemet i Hongkong bibehållas 50 år framåt i tiden (Nationalencyklopedin, 2011).

2.3.2 Ekonomi

Hongkong har i århundraden varit ett handelscentrum. Efter cirka 170 år under engelskt styre är Hongkong än idag känt som ett av världens företagsvänligaste ”länder”. Mycket tack vare dess låga skatter, öppenhet mot omvärlden samt frånvaron av konkurrenslagrar.

Idag utnyttjar flera företag i världen Hongkongs nytta av läge som anses vara ”världens fabrik” och det är många företag som har lagt sina huvudkontor för regionen i Hongkong. Detta ger företagen tillgång till Hongkongs välfungerande ekonomiska institutioner, infrastruktur, regelverk samt ett engelsktalande samhälle samtidigt som man kan fabricera i Kina till en bråkdel av vad det kostar i Europa. Den positiva tillväxten i Kina har drivit Hongkongs uppgång som har resulterat till en ökad export, ökad efterfråga på finansiella och kommersiella tjänster och logistik. Samtidigt har turismen ökat markant på grund av de förenklade procedurerna för resenärer från Kina. På grund av de stigande lönerna i Hongkong har många företag, under det senaste decenniet, flyttat sina industrier in till Guangdongprovinsen medan själva utvecklingen fortfarande finns kvar i Hongkong (Nationalencyklopedin, 2011).

2.3.3 Det kinesiska köket

Kina är ett land som har enorma tillgångar på råvaror som är en bra grund inom den gastronomiska aspekten. Även den kulturella aspekten spelar en stor roll, för denna gastronomiska stormakt. Kina har en bakgrund där maten har ingått i och skattats som en ovärderlig del av kulturen som en konstform och, i Kinas fall, i hög grad även som medicin för folkets välbefinnande (Franz & Zihua, 1994). Under epokerna då de kejsrerliga kinesiska hoven fortfarande hade makt lade man oftast mycket vikt vid sina festmåltider, som resulterade till att utnämmandet av kockar ansågs lika viktigt som andra politiska tillsättningar. I dagens politiska trend där den västerländska snabbmaten har gjort sitt intåg i de större kinesiska städerna, infaller det dock flera hundra år efter att det kinesiska köket erövrade världen (Linlin, 2007).

Omkring 1500-1040 f.Kr., under Shangdynastin, sägs att redan då enade det kinesiska riket de delar som sedermera skulle komma att utgöra de fyra klassiska kinesiska köken: Beijing, Shanghai, Guangzhou och Sichuanköken. Den efterföljande dynastin, Han, såg många avgörande nymodigheter. Exempelvis infördes bruket av nudlar, kvarnväsendet byggdes ut och sojabönor började framställas till tofu (Hsiang, 1977). Under Tangdynastin, år 618-907, som inte bara bidrog med en revolution inom statlig förvaltning, under denna period infördes bruket av woken och med det även det tillagningssätt som präglar kinesisk matlagning än idag, snabbstekning med woken. Efter Handynastiens splittring växte buddhismen och därmed även vegetarianismen som fick ett allt större inflytande i samhället. På 1200-talet erövrade mongoler, från ett kyligt klimat, området och medförde bland annat bruket att servera värmande grytor, huoguo, som än idag serveras över hela Kina. Sidenvägen till Arabien blev en öppen handelsled under Tangdynastin och under Mingdynastin, år 1369-1644, utvecklades handelslederna och Kina fick impulser och råvaror, främst i form av kryddor från övriga världen (Nationalencyklopedin, 2011).

Mat från världens alla hörn kan skilja sig åt ganska väsentligt men det finns breda gemensamma penseldrag inom ramen för det som generellt kallas kinesisk gastronomi. Proportionerlig balans mellan ris och sädeslag som serveras med kött och grönsaker är

mycket viktigt. Liksom jämvikten mellan yin och yang som kan ”översättas” med värmande och kylande ingredienser samt kompositioner av varierande konsistenser i måltiden. Alltifrån knaprigt till mjuk och lent (Hsiang & Tsuingfeng, 1996). Ris och vete är stapelvarorna som används allra flitigast och i köttväg dominerar fläsk, kyckling samt anka. En måltid består oftast av ett flertal rätter där soppan kommer sist och grönsakerna dominerar. Snabbstekning, även kallad wokning är den mest dominerande matlagningstekniken. Ingredienserna som används inför snabbstekning skärs oftast i småbitar för att sedan hastigt stekas under hög värme. Detta medför till att stekningen inte behöver alltför mycket olja eller andra höga kaloritillsatser. Något annat som utmärker det kinesiska köket är det stora antalet råvaror som är torkade, som exempelvis olika sorters svamp, fisk, skaldjur och blötdjur (Hsiang & Tsuingfeng, 1996). Måltidsdrycken utgörs oftast av grönt ojäst te men även ölproduktionen är stor och håller hög kvalité med rötter i tyska regioner under 1800-talets slut. I dagens läge håller även den kinesiska vinproduktionen att expandera. Med inspiration från Frankrike försöker Kina efterlikna de franska vinerna och champagne är omåttligt populärt idag bland vindrickarna (Franz & Zihua, 2011).

Indelningen av landets fyra regionala kök är tämligen grov, eftersom många anser att regionerna är minst åtta. De fyra stora är, som tidigare nämnt, Beijing i norr, Guangzhou i söder, Sichuan, i väster samt Shanghaiköket i öster.

2.3.3.1 Beijngköket inspireras, liksom de övriga köken i Kina, av klimatet. Redan under de tidigaste dynastierna demonstrerades en kokkonst som var starkt influerad av norra Kinas kalla klimat under vintern. Nudlar och ångbakat vetebröd tillhör bland de viktigare huvudråvarorna i en måltid. Beijngköket har även fått en del inflytande från det muslimska samt mongoliska köken, där exempelvis lamm- och färgött är populära rätter. Beijing är inte känt för någon unik smak eller annorlunda kryddning. Vitlök, piplok och sesamolja präglar kryddningen och har därmed en förmåga att falla alla i smaken, framförallt för västerlänningarna, då smaken inte är alltför distinkt. De olika tillagningsmetoderna inom Beijngköket är självfallet snabbstekningsmetoden men också ”hot pot”. Hot pot är en typ av fondue som är mycket populärt på grund av de kalla vintrarna. Det både värmer kroppen och rummet samtidigt som man får i sig en god måltid. Dock är det Beijngankan som är den allra populäraste maträtten från Beijngköket (Linlin, 2007).

2.3.3.2 Sichuanköket är ett internationellt känt kök för sina kryddiga och starka framträdande smaker. Sichuanregionen har ett fuktigt klimat där bördigheten är extrem och ligger i nära anknytning till Indien. Detta gav en rikedom på kryddor, starkt buddhistiskt inflytande och därmed en kost som är präglad av vegetarianism. Den omtalade chilin som används inom Sichuanköket kom från Sydamerika vid slutet av 1700-talet och chilin anses hjälpa kroppen till att reducera fuktigheten, vilket är en av anledningarna till varför det används så flitigt inom Sichuanregionen. (Hsiang & Tsuingfeng, 1996). Trots sina kända chilirätter är det snarare det mångfalden av smaker som är utmärkande i Sichuanregionen (Linlin, 2007).

2.3.3.3 Shanghaiköket har påverkats mycket av stadens lokalisering där staden under 1900-talet blev en internationell handelsstad. I och med detta har Shanghaiköket anpassat sina maträtter till den alltmer internationella befolkningen. Genom att ta inspiration från andra kinesiska kök och tillämpa det bästa ur varje kokkonst har Shanghaiköket blivit ett av de erkända köken idag (Linlin, 2007). Även Shanghairegionens dammar, floder och närhet till havet har bidragit att fisk och skaldjur spelar en viktig roll. Shanghaiköket har idag lagt ner mer vikt på kryddning och smaktillsatser men försöker fortfarande bevara råvarornas naturliga

smaker. Med hjälp av rätt kryddning försöker man få fram den rätta smaken och konsistensen (Hsiang, 1977). Till skillnad från de andra köken lägger kockarna inom Shanghaiköket ned mer vikt på presentation och färgkombinationer. Att äta med ögat har blivit en tydlig trend (Linlin, 2007).

2.3.3.4 Guangzhouköket- eller den kantonesiska köket som det är mer känt som utanför Kinas ramar, är det mest kända kinesiska köket. Guangzhouköket ligger i södra Kina kring Kanton och är det mest kända köket på grund av guldrushen till Amerika, Australien och Sydafrika under 1800-talet, då de flesta kineser emigrerade i stora grupper. Guangzhouregionen präglas av tropiskt klimat och bördiga jordar där flera risskörden om året dras upp, grönsaker och frukt finns i överflöd liksom fisk och skaldjur. De kryddor som används inom Guangzhouköket tenderar att vara lätt och enkelt, helt enkelt för att bevara den naturliga smaken. Ansträngningen läggs dock på mångfalden av smaker och konsistenser. Just mångfalden kommer till sin rätta i dim sum, som beskrivs mer under avsnittet Restauranger i Hongkong. Andra berömda maträtter är hajfenssoppa och svalbosoppa (Linlin, 2007).

2.3.4 Restauranger i Hongkong

Känd som den kulinariska huvudstaden i Asien, har Hongkong mer än 11 000 restauranger och många av dem är samlade i ett definierat matdistrikt. Bortsett från att njuta av det bästa kantonesiska och regionala kinesiska maten kan befolkningen samt turister prova på en mängd med variationer av äkta asiatisk mat och västerländsk mat (Discover Hong Kong, 2011).

Hongkong har en värld av utsökt internationella matställen. Landets rika och färgstarka kulinariska historia är evigt förbunden med de fyra viktigaste stapelvarorätter. Dessa är congee, nudlar, ris och risnudlar. Även om dessa rätter kan visas tydligt på egen hand, fungerar de som en ”grund” för kockar som använder sig av detta för att göra något utöver det lilla extra. Att skapa ett konstverk av något som är älskat av alla, det är något som kockarna ständigt försöker göra för att utmärka sin restaurang. Som man kan förvänta så finns det bra kinesiska restauranger överallt i Hongkong. Några av de bästa finns oftast i större hotell och shoppinggallerior. De flesta är specialiserade på en eller flera av följande kök: Guangzhou, Peking, Shanghaiköket och Sichuanköket samt det vegetariska köket. Som en internationell stad, finns många kulturer och smaker representerade i Hongkong, en värld fylld av mat. Utbudet är stort och möjligheter finns att exempelvis njuta av en 3stjärnig restaurang, snabbmat, snacks eller typiskt ”familjemåltider” i några av Hongkongs östra och västra region. Thailändska, vietnamesiska, indiska, indonesiska, malaysiska och filippinska restauranger finns också för en trevlig förändring från kinesisk mat samt det japanska köket som finns till. Västra kulinariska traditioner är väl representerade med amerikanska, franska, italienska och andra kök för de gästerna med en förkärlek för västerländska rätter eller mexikansk gör för ett kryddigt alternativ. Inte bara är Hongkong den kulinariska huvudstad i Asien men även en plats där du kan äta i stil med fantastisk utsikt på skyskraporna, utsikt över hamnen, eller njuta av Hongkongs signaturrätter och regionala kinesiska delikatesser (Discover Hong Kong, 2011).

2.3.5 Dim sum

En av de stora kulinariska traditionerna i Hongkong är att äta dim sum, som är en lättare måltid som består av olika smårätter. Ordet ”Dim Sum” betyder, ordagrant, ”vidröra hjärtat” och är typiska inslag av knyten med allt från grönsaker till fisk, skaldjur och kött som kan ångkokas, friteras eller stekas. Dim sum är särskilt populär i restauranger som kallas för

”tehus” och vanligtvis konsumeras dim sum-rätterna med te och ofta med en varmrätt som stekt ris, nudlar och grönsaker. Dim sum-måltiderna serveras oftast under ”brunchtiderna”, det vill säga mellan frukost och lunch (About, 2011).

2.3.6 Dessert

Hongkongs befolkning älskar att äta och det sägs att de oftast har en särskild plats reserverad för desserter. I Hongkong finns det ”desserthus” som tillgodoser Hongkongs befolkning med sötsaker. De flesta traditionella Hongkongdesserter är flytande-liknande och kallas rent ordagrant för ”söt soppa”. Några av de mest populära är sesampasta, söta och röda bönor och grön soppa även kallad söt fågelbo. Inte bara kommer dessa söta desserter tillfredsställa gästernas begäran utan vissa desserter är också bra för din hud och hälsa, enligt kineserna själva. Förutom en mängd lokala favoriter finns det även olika kottier i Hongkong med erfarna internationella kockar som lägger extra mycket energi på olika dessertskapelser. Utöver dessa desserthus finns det många konditorier och med Hongkongs fantastiska utbud på restauranger ger det också ett fantastiskt utbud av efterrätter som japanska och thailändska. Med Hongkongrestaurangernas stora tillgångar av olika desserter är det inte förvånande att nya desserter hela tiden förnyas för att ge sina gäster och kunder något mer att välja emellan (Linlin, 2007).

2.4 Guide Michelin

Guide Michelin, även kallad *Le guide rouge de Michelin*, är en serie guideböcker som innehåller bland annat rekommendationer och betygsättningar på restauranger och hotell runtom i världen. Guideböckerna ges ut årligen av däcktillverkaren Michelin (Guide Michelin, 2010). Guideboken delades för första gången ut år 1900 av grundarna André och Edouard Michelin. Den var då gratis och delades ut till koncernens kunder, som hade bil. I guiden listades allt, från garage och bränslepumpar till logi och näringsställen i Frankrike. Det blev genast en succé och guiden blev oerhört populärt bland bilisterna i Frankrike. I början av 1900-talet började bilindustrin att komma igång på allvar och år 1908 publicerades den första guideboken på engelska. Efter år 1920 var guiden inte längre gratis utan var till försäljning på marknaden. Så småningom fick boken ett bredare utbud gällande information av restauranger och hotell. Till en början fanns det inga så kallade ”inspektörer” som var anställda för att prova på olika restauranger, hotell och så vidare. Istället var det olika besökare, exempelvis turister som gav sina bedömningar på besöket. Idag är den franska upplagan av Guide Michelin fortfarande den mest heltäckande, och Frankrike är även det land som har flest stjärnbeströdda krogar i världen (Guide Michelin, Hongkong & Macau, 2011).

Innehållet av Guide Michelin är olika rekommendationer och betygsättningar på restauranger och hotell. Klassifikationerna återges med 1, 2 eller 3 stjärnor för restaurangernas matkvalitet, 1-5 torn tilldelas för hotellens kvalité samt korslagda bestick med bedömningar 1-5 för restaurangernas komfort. Högsta siffran på skalorna är det som anses vara bäst. (Nationalencyklopedin, 2011).

2.4.1 Guide Michelins restaurangbedömningar

Betygsättningarna, där 1,2 och 3 stjärnor betecknar toppnivå ges ut av inspektörer som skickas ut av Guide Michelin i hemlighet. Dessa inspektörer bedömer följande kvalitet på råvarorna:

”Hantverket”, det vill säga smak och tillagandet.

Personligheten, det vill säga hur kocken sätter sin egen prägel på maten.

Värde för pengarna

Kvalitet över tid – det ska vara en fantastisk upplevelse oavsett när du besöker restaurangen (Guide Michelin, 2011).

De olika stjärnmarkeringarna i Guide Michelin är de mest eftertraktade utmärkelserna inom restaurangbranschen som oftast leder till en och en annan medieuppmärksamhet. Restaurangerna måste hålla en jämn nivå för att få behålla eller få sin stjärna/stjärnor. Man kan antingen bli ”degraderad” eller helt enkelt bli av med sin stjärna/stjärnor (Guide Michelin, 2010).

De olika kriterierna för stjärnorna:

1 stjärna: En väldigt bra restaurang i sin kategori.

2 stjärnor: Utomordentlig matlagning, värt en omväg.

3 stjärnor: Exceptionellt bra kök, värt en egen resa.

Utöver stjärnbetygen betygssätt också restaurangernas komfort utifrån de korslagda besticken. Majoriteten av restaurangerna i de olika upplagorna av Guide Michelin har ingen michelinstjärna utan korsbelagda bestick som beräknas på en skala 1-5. De restauranger som valts ut och som tilldelats dessa bestick håller ofta hög kvalitet. Ett fåtal restauranger har även symbolen ”Bib Gourmand” vilket symboliserar ett billigt och mycket prisvärt måltidsalternativ. Michelinguiden sätter även betyg på hotell. Hotellen betygsätts på en skala 1-5 med torn där de högst rankade alla tillhör de kända internationella lyxhotellen (Guide Michelin, 2011).

2.4.2 Inspektörer

Ofta har Guide Michelin-inspektörerna en helgjuten grundutbildning på restaurang eller hotell-skolor och flera års erfarenhet från restaurangbranschen. Därefter genomgår man en sex månader lång internutbildning där man skapar en samsyn kring hur mat ska bedömas och de olika kriterierna. Det ska vara samma typ av bedömning oavsett vilken inspektör som besöker en restaurang. Till sist besöker man restauranger tillsammans med en erfaren inspektör under flera månader för att försäkra att bedömningarna görs på samma sätt av alla inspektörer. Till slut gör de egna inspektioner. Alla Guide Michelin-inspektörer är anonyma för att försäkra läsarna av guiden om att inspektörerna inte får någon speciell service utan behandlas på samma sätt som vilken gäst som helst. Anonymiteten och oberoendet är viktiga för att garantera Guide Michelins rykte (Guide Michelin, 2011).

3. Syfte

Det övergripande syftet med arbetet är att få en djupare förståelse av måltidens fem aspekter på restauranger i Hongkong samt hur förväntningarna på ett restaurangbesök ser ut hos några i lokalbefolkningen.

3.1 Frågeställningar

- Vad har lokalbefolkningen samt restaurangbiträden i Hongkong för intresse av måltidens fem aspekter?
- Vilken aspekt/aspekter lägger restaurangerna i Hongkong mer fokus på?
- Hur ser restaurangerna på en helhetsupplevelse under en måltid?
- Hur väl stämmer restaurangens arbetsmetoder överens med gästens uppfattning under en måltid?

4. Metod

4.1 Metodval

För att göra vetenskapliga undersökningar använder man sig av två tillvägagångssätt, den ena är kvalitativ och den andra är kvantitativ undersökning. Den kvalitativa metoden används för att analysera textmaterial medan de kvantitativa metoder används för (Patel & Davidsson, 2003). För att ge svar på syftet till vår studie, som behandlar människors förväntningar och upplevelser samt hur de arbetar på en restaurang för att ge gästen en bra måltidsupplevelse, valde vi att använda oss av två kvalitativa metoder. Den första kvalitativa metoden var deltagande observationer. Dessa observationer utfördes för att vi skulle få ta del av de undersökta attityder, värderingar samt vilka krav de ställer inför ett restaurangbesök. Vår främsta uppgift, som observatörer, är att bestämma vad som ska studeras, det vill säga att klargöra problemområdet och graden av delaktighet.

Den andra kvalitativa metoden som användes var strukturerade kvalitativa intervjuer. Med strukturerade kvalitativa intervjuer menar Patel och Davidsson (2003) att de redan förutbestämda frågorna som ställs ska följa i samma ordning under samtliga intervjuer. Genom dessa intervjuer ville vi få en uppfattning av intervjupersonernas tankar och funderingar. Valet av strukturerade intervjuer används för att alla intervjupersoner ska få samma frågor samt att alla svar kategoriseras i våra svars kategorier. Samma frågor kan därmed också ställas i samma frågeformulär. Innan intervjuerna hade vi inga förutbestämda meningar utan målet med intervjuerna var att upptäcka olika funderingar, förväntningar och hur de uppfattar besöken på restauranger eller hur de arbetar på en restaurang för att ge gästen en bra måltidsupplevelse.

Genom att skapa en diskussion med intervjupersonerna fick vi få en djupare förståelse för personen/personernas tankar och förstå fenomenet för den enskilde individen.

4.2 Population och urval

I Guide Michelin, Hongkong & Macau (2011) finns 215 restauranger angivna i guiden i Hongkong. Valet av restauranger valdes från Guide Michelin, Hongkong & Macau (2011) efter typ av kök samt den ekonomiska aspekten. Restaurangerna ska vara av det kantonesiska köket och på grund av våra ekonomiska situationer valde vi att välja restaurang efter plånbok. Vi valde att sträcka oss mellan priserna 0-100 kr per rätt för att ge liknande konkurrensbild men även samma ekonomiska förutsättningar för restaurangerna vid en jämförelse med varandra. Genom att använda oss av Guide Michelin, Hongkong & Macau (2011) hade vi ett välstrukturerat verktyg som följde en röd tråd genom hela resan. Tack vare guidens funktioner, med karta etcetera kunde vi enkelt hitta de restauranger vi slumpmässigt hade valt ut, med de krav som var ställda. Tack vare Guide Michelins välstrukturerade guidebok kunde vi smidigt hitta de restauranger som passade oss med hänsyn till den ekonomiska aspekten samt vilken typ av kök vi skulle besöka. Eftersom antalet restauranger var begränsade i guiden fann vi 14 restauranger som passade våra kriterier. Dessa användes till vår insamling av data.

Under de 8 dagarna vi var i Hongkong valde vi att observera restauranger under lunchtid (mellan klockan 12-15) samt middag (mellan klockan 18-21).

Under dessa restaurangbesök hade vi alltid med oss en eller flera inbjudna gäster. Dessa gäster var en del av vår process. Gästerna är människor som vi sedan tidigare haft kontakt med och är invånare i Hongkong.

Med hjälp av de inbjudna gästerna ville vi få en uppfattning av deras tankar och funderingar kring ett restaurangbesök. Vi följde vår observationsmall för att skapa våra uppfattningar av vad gästen/gästerna värderar i ett restaurangbesök. Genom att prata om de fem aspekterna, som är ett verktyg som uppfyller alla våra punkter i observationsmallen, gjorde diskussionen till ett mer flödigt samtal.

På restaurangerna vi besökte frågade vi, i slutet av middagen, om hovmästaren eller någon högre uppsatt person inom serveringen hade tid att ställa upp på en intervju. 5 av de 16 tillfrågade hovmästarna gick med på en intervju. Personerna som gick med på att intervjuas underrättades om undersökningens syfte och vilken roll de kommer att spela i den.

4.3 Rimlighet och trovärdighet

För att få fram olika resultat behöver man använda sig av olika datainsamlingstekniker inom de kvantitativa- och kvalitativa forskningsmetoderna. När dessa datasamlingstekniker används, vill man som forskare få en uppfattning om hur väl dessa tekniker mäter det man vill mäta. För att skapa goda förutsättningar för forskarnas resultat vill man ha en god reliabilitet samt validitet. Validitet avser att man mäter det som är relevant i sammanhanget medan reliabilitet avser att mäta detta på ett tillförlitligt sätt. Inom forskning handlar validitet främst om att kunna ange i vilken situation och för vilken population resultaten är giltiga. Reliabilitet å andra sidan handlar om pålitligheten. Kan man lita på intervjupersonerna och är resultaten man får relevanta? En hög reliabilitet är inte en garanti för att få en hög validitet. Med andra ord är en hög validitet en god förutsättning på att reliabiliteten även är hög, men inte tvärtom (Kvale & Brinkmann, 2009).

I denna aktuella studie har vi behandlat varje observation och intervju var för sig eftersom de fem aspekterna inte beskriver om vad som sägs vara rätt eller fel. Istället ser vi de olika resultaten som andra alternativ till flera olika områden. För att öka tillförlitligheten i vår studie har intervjuerna spelats in med hjälp av en videokamera för att de ska kunna avlyssnas och sedan transkriberas ned som text. Detta för att få ett så tillförlitligt resultat som möjligt (Kvale & Brinkmann, 2009).

4.4 Etiska riktlinjer

Vi anser att vår moraliska integritet samt kunskaper gällande värderingar och etiska aspekter ger oss goda förutsättningar för en angenäm kvalité av undersökningen. Under vår tid i Hongkong, där vår insamling av data genomfördes, försökte vi skydda restaurangernas integritet samt deras personal i största utsträckning. Därtill även de gäster som följde med oss på restaurangerna, därför valde vi att utelämna samtliga namn för att undvika eventuella skador som åsikter och handlingar som det möjligtvis skulle kunna leda till. Personalen som har deltagit på våra intervjuer godkände våra intervjuer samt att vi använde oss av en kamera för inspelning av intervjun. Personalen har även delgivit information om undersökningens syfte och att deras identitet skulle behandlas konfidentiellt (Vetenskapsrådet, 2006).

4.5 Intervjuernas och observationernas uppbyggnad

Rent tekniskt fungerade intervjuerna genom dokumentation med hjälp av papper och penna men även via kamera och videokamera. Förutom tekniska hjälpmedel handlade det mest om våra egna observationer och vilken känsla vi fick just då under intervjusammanhanget. Observationerna var planerade men eftersom vi, utöver det planerade, kom i kontakt med människor vi tyckte vi kunde intervjuas och att vi kände att de kunde bidra till vårt arbete, passade vi på att samla in intervjudata även från dessa. Eftersom det var svårt att förutspå

vilken typ av personal som fanns på de restauranger vi skulle besöka, vilka människor som skulle intervjuas och andra aspekter såsom språk och motivationen hos intervjupersonerna fick vi ta chansen när den väl kom. Vi utgick ifrån måltidens fem aspekter och genom en strukturerad form via en observationsmall jämförde vi intervjuernas resultat med varandra. På detta sätt blev det lättare för oss att sammanställa vår information och att utläsa ett mer konsekvent resultat (Patel & Davidson, 2003).

4.5.1 Observationsunderlag

För att beskriva hur ett restaurangbesök kan se ut valde vi att göra observationer när vi besökte restaurangerna i Hongkong. Inför dessa observationer på restaurangerna hade vi förberett en observationsmall där vi har valt att utgå ifrån måltidens fem aspekter. I och med det har vi valt en strukturerad form av observation (Patel & Davidson, 2003). Patel och Davidson (2003) menar att med en strukturerad observation ges bättre förutsättningar inför en senare granskning av samlad data. Observationsmallarna användes på alla restauranger. De fem aspekterna var en grund för observationsmallen, men vi hade även underrubriker (se Bilaga 1) Med observationsmallarna vill vi ge läsaren en bättre förståelse på vad vi anser vara viktiga aspekter på ett restaurangbesök.

4.5.2 Observation

Utförandet av observationsmallen är i form av ett kalkylblad där vi staplat upp de fem aspekterna. Observationsmallen är detaljindeld i underkategorier som motsvarar upplevelsen och känslor du kan upptäcka vid de olika tillfällena. Varje del av de fem aspekterna har mellan 6 – 13 underkategorier. Vid varje underkategori har vi således gett en bedömning på en skala 1 till och med 5 där 1 är lägst och står för antingen en besvikelse eller att det uppfattades väldigt lågt medan en 5:a tyder på att man uppfyllde sinnet fullständigt eller till den grad att det är svårt att överskrida upplevelsen. Som ett exempel på olika känslor och intryck per kategori (per en av de fem aspekterna) kan vi förklara hur *Mötet* uppfattades genom "Första intryck, Bemötande, Placering, Tid, Beställning, Presentation". "Första intryck" är det första vi känner när vi kommer in i restaurangen och bedöms som dåligt om mötet inte sker direkt eller tar tid. Vi har även ett "Första intryck" i kategorin i *Rummet* och dessa två "Första intryck" går lite hand i hand eftersom du bemöts av både personal och utrymmet i samma stund. Många av känslorna går in i varandra beroende på aspekt då man tar in upplevelser parallellt eftersom det hela ändå handlar om en total upplevelse. Det är således svårt att både generalisera och kategorisera exakt och enbart försöka fokusera på en aspekt och upplevelse men det har dock ingen större betydelse i vår undersökning då vi är ute efter alla aspekter och den totala upplevelsen som sagt.

4.5.3 Analys av observationsmall

Observationer gjordes på 14 olika restauranger och insamlades för en sammanställning. Alla inkomna poäng räknades ihop och ett medeltal togs fram för varje kategori där poäng skulle anges. Till sist räknades ett medelvärde på hela observationsmallen för alla besök och sedan fick vi en siffra på den totala upplevelsen på hela resan och alla observationer (se Bilaga 1).

4.5.4 Intervjuunderlag

Innan resan till Hongkong skrev vi två intervjuunderlag. Ett för restaurangpersonalen och ett till de inbjudna gästerna. Dessa två intervjuunderlag är baserade på five aspect meal model. (Se bilaga 2 och 3).

4.5.5 Intervju

För att göra det lätt i början, att komma igång med intervjurutinerna valde vi att göra en pilotstudie i Göteborg innan vi åkte till Hongkong. Dels för att vara väl förberedd men också för att inte slösa vår dyrbara tid i Hongkong med misslyckanden eller liknande som kan falla för slumpen (Trost, 2005). Vi använde en snabbmatskedja som observationsobjekt samt en lättillgänglig intervjuperson. Väl i Hongkong valde vi att börja med de personer som vi redan kände till, Philips släktingar. Eftersom det i början kan vara svårt att komma igång i ett ganska okänt område som Hongkong kan det vara skönt att intervjua någon man känner i förväg. Dessa personer valdes dock med omsorg då alla inte vill vara med men också för att vi vill ha en frekvent restaurangbesökare som med sin erfarenhet kan svara på våra frågor med större tillförlitlighet. Genom resans gång kunde vi så småningom välja andra personer med större inflytande i branschen som intervjuobjekt och därmed få en större förståelse till kulturen. Personerna omfattar Philips släktingars bekantskapskrets med intresse för gastronomi. För de personer som följde med oss för att äta gjordes intervjuerna under måltidens gång; intervjuerna som kom liknas vid ett vanligt samtal. Det gjorde att personerna svarade mer naturligt och även också att de kunde uttrycka sig mer än om det hade varit en vanlig intervju där fokuset enbart ligger på att besvara frågor framför två personer med en kamera i handen vilket kan te sig relativt formellt och stelt. Andra intervjuer som skedde med personal gjordes då de hade tid. Oftast blev intervjuerna mycket kortare och även svaren desto mindre än när vi valde att intervjua en gäst. Det är givetvis förståeligt men informationen var minst lika upplysande.

4.5.6 Analys av intervjuer

Intervjuerna via video lyssnades igenom och sammanställdes i skrift ihop med det data vi fått från övriga intervjuer som inte är med på video. De intervjuer vi gjorde då inte kameran rullat sammanställde vi själva genom anteckningar som vi gjorde efter intervjuerna. Intervjufrågorna och frågeställningarna är baserade på de fem aspekterna och de underkategorierna om känslor och uppfattningar vi har i observationsmallen. Analysen gjordes enligt mallen och de fem aspekterna samt att vi även hanterade de svar vi fått från intervjuerna med en sammanfattning som påvisade om vad de hade för generella åsikter om deras matkultur. Vi har även koncentrerat oss på specifika uttalanden och behjälpliga citat från intervjuerna för att få det mer trovärdigt och innehållsrikt som möjligt.

5. Resultat

I detta kapitel presenteras den data som samlades in under observationer och intervjuer på restauranger i Hongkong.

5.1 *Hovmästarna berättar...*

I detta avsnitt redovisas resultaten från intervjuerna med hovmästarna på de restauranger vi besökte under vår vistelse i Hongkong. För bästa möjliga presentation av intervjuerna har dessa delats in i olika avsnitt. Avsnitten kommer att behandla de fem aspekterna för sig: Rummet, mötet, produkten, styrsystemet och atmosfären. Vid varje avsnitt av de fem aspekterna kommer en sammanställning att presenteras samt vissa utvalda citat. Valet av citaten är de som vi anser är relevant med vår undersökning.

För att bibehålla våra intervjupersoners anonymitet har intervjupersonerna döpts om till *Hovmästare A*, *Hovmästare B*, *till och med Hovmästare E*. Sammanlagt är det 5 hovmästare som har intervjuats.

5.1.1 Restaurang Kin's Kitchen. Intervju med Hovmästare A.

Rummet

Hovmästare A berättar att de flesta anställda på restauranger, generellt sett i Hongkong, inte har något större inflytande när det gäller inredning på restaurangen. Redan vid start har ägaren bestämt hur allt ska vara till varje liten detalj. Detta medför att de anställda endast har rutiner som ska följas.

Givetvis är det tråkigt att inte kunna vara med och påverka i en verksamhet där man har relativt mycket ansvar men samtidigt medför det en trygghet, att veta vad som ska göras och så vidare. Det är tyvärr så det är på de ställen som man själv inte äger men jag trivs med arbetet och man gör det man ska för att uppfylla ägarens krav. (Hovmästare A)

Matsalen har plats för cirka 100 personer och Hovmästare A berättar att rummet ska inge en "familjekänsla", att det ska kännas som att vara hemma fast få allting tillagat. Med "familjekänsla" menar Hovmästare A att vid en typisk familjemiddag är det en livlig atmosfär med vällagad mat. Möblerna kanske inte är de mest bekväma men Hovmästare A säger att än så länge har ingen klagat på bekvämligheten.

Mötet

Hovmästare A:s främsta uppgift är att stå vid hovmästarbåset och välkomna sina gäster samt hänvisa dem till ett ledigt bord. Som tidigare nämnt har alla anställda sina egna rutiner och tiden med träffen, för gästerna, för hovmästaren är relativt kort.

När gästerna kommer vill de så snabbt som möjligt få ett bord och beställa in mat. Gästerna som besöker oss är nog mer intresserade av att avnjuta en god middag samt ha en konversation sinsemellan. Det är ganska skönt att slippa all kallprat då vi har många gäster. (Hovmästare A)

Produkten

Hovmästare A påpekar att maten som serveras står i fokus på ett besök på restaurangen.

Att maten är det viktigaste är det inget tvivel om. Varför kom ni hit? Antagligen för att någon har berättat om oss eller att ni har ätit här tidigare. Att äta vällagad mat är syftet med besöken på restauranger. Det finns många restauranger i Hongkong och det gäller att leverera hela tiden. Återigen pratar vi om rutiner och de

flera kockarna som jobbar här är oftast utbildade kockar eller har arbetat inom kockyrket under en längre period. (Hovmästare A)

Som Hovmästare A berättade under rubriken *Rummet* är atmosfären under en måltid mycket livlig. Dock ligger det största fokuset på maten som serveras.

Atmosfären

Utformandet av restaurangen är relativt enkelt. Hovmästare A berättar att matsalen är en öppen plan med stora runda bord. Genom att ha runda bord skapar man en gemenskap. Alla gäster på bordet kan till exempel se varandra och maten som serveras läggs i mitten på en platta som kan roteras så att alla kan ta del av maten.

På väggarna har vi några stora tv-skärmar. Vi har detta för att gästerna inte ska behöva titta på varandra hela tiden utan även att man kan konversera genom att titta på tv samtidigt. Det finns olika sätt att underhålla varandra och många restauranger i Hongkong har just tv-apparater. Men själva atmosfären är något jag inte oftast tänker på. Maten och sällskapet skapar det själva tror jag. Vi vill bara ge gästerna det de vill ha, och det är god mat samt saker som de kan prata sinsemellan om, som exempelvis något som visas på tv. (Hovmästare A)

Styrsystemet

Som hovmästare har man givetvis andra uppgifter såsom att hålla koll på sina anställda, men framförallt att kassan stämmer.

Det viktigaste för oss ansvariga på restaurangen är att visa god statistik på ekonomin. Därför är det extra viktigt att vi är noggranna så att inget blir fel i kassan. I slutändan är det vi, hovmästarna samt restaurangchefen, som är skyldiga om till exempel pengar saknas i kassan. Jag följer de rutiner som jag har tränats upp för och försöker göra det bästa av det. Konkurrensen är enorm och man måste hela tiden göra rätt. Genom att följa ägarens rutiner medföljer att man oftast inte gör fel.

En fråga som ställdes till Hovmästare A var hur personalen upplevde arbetsmiljön.

I Hongkong finns så otroligt många restauranger och det är lätt för ägaren att hitta annan personal om det krävs. Konkurrensen är så stor och många unga söker extrajobb eller till och med ett heltidsjobb hos oss, ständigt. Jag tror personalen trivs här för att de har ett jobb och jag själv är nöjd så länge jag får en inkomst. (Hovmästare A)

5.1.2 Restaurang Dragon King. Intervju med Hovmästare B.

Rummet

Hovmästare B berättar om restaurangen som är indelad mellan 2 ”moderndekorerade” rum. På nedervåningen finner vi en mindre matsal där olika typer av evenemang kan hållas till medan på övervåning finner vi entrén samt den större matsalen.

Här på Dragon King har vi försökt att modernisera hela stället med en blandning mellan elegans och romantik. När gästerna stiger in hos oss vill vi ge de ett bra förstaintryck och ägaren ansåg att entrén var en viktig del av restaurangbesöket. Även toaletterna är hela tiden bemannad för att kontinuerligt städas och rengöras. Annars försöker vi som sagt att ge gästerna en fin atmosfär som kombineras ihop med vår extraordinära mat på stället. (Hovmästare B)

Mötet

Hovmästare B berättar om dennes uppgifter till största del handlar om att ta hand om gästerna på bästa möjliga vis. Genom att ge gästerna ett varmt välkomnande samt snabbt ge gästerna ett bord är det bästa.

När gästerna kommer in till vår restaurang ska en av hovmästarna välkomna gästerna och snabbt hänvisa gästerna till matsalen. Därefter tar servitörerna hand om gästerna men vi, hovmästarna, har alltid ett öga på gästerna. Vi som jobbar som hovmästare har sen tidigare arbetat oss uppåt i restaurangen och är ganska trötta på att servera. Fokuset ligger därmed på att ge gästerna ett bra välkomstintryck istället. (Hovmästare B)

Produkten

På Dragon King jobbar en av Hongkongs mest ansedda kockar, Wong Wing Chee, och har satt sin egen prägel på restaurangens maträtter. Hovmästare B berättar att maten som serveras präglas av kantonesisksk mat med fisk och skaldjur som restaurangens delikatesser. Utan Wong Wing Chees kunskaper skulle inte restaurangen vara lika populär som den är idag. Mycket på grund av hans kunskaper och hans sätt att göra innovativa saker på berättar Hovmästare B.

Mr Chee är otrolig. Denna kock vet verkligen hur man lagar mat, samt att leda sitt team på ett mycket bra sätt. När man går in i köket har alla kockar sin egen plats och Mr Chee väljer sina kockar med omsorg. Om inte Mr Chee skulle varit hos oss skulle vi antagligen inte haft så mycket folk som idag. Varför? Jo, för att kineserna älskar att spendera pengar på att äta god mat, framförallt något som är extraordinärt. Det gäller att locka sina gäster med nya innovationer på maträtterna men även namnet Wong Wing Chee ger en bra marknadsföring. (Hovmästare B)

Atmosfären

Hovmästare B berättar att gästerna som kommer är oftast 30 år och uppåt. Att äta på en restaurang som Dragon King kräver att gästerna har en stabil inkomst och det är sällan man ser studenter komma in, om de inte firar något speciellt.

Såsom oftast är det många affärsmän som kommer hit och avnjuter en god middag. Priserna är inte bland de dyraste bland alla Hongkongs restauranger men vi ligger en bit över standardpriserna. Eftersom våra specialiteter är fisk och skaldjur av den högsta kvalitén medför det att de rika kommer. För att ge en bild på hur atmosfären ser ut är att det oftast är ganska högljutt. När gästerna kommer är det oftast efter jobbet och man kan tillslut slappna av efter en lång dag på jobbet. Lite av en afterwork, men med finare mat. (Hovmästare B)

Hovmästare B säger också att kineser överlag är ganska högljudda, tillskillnad från västerlänningarna som kommer hit. Med högljudda menar Hovmästare B inte att de skriker men att konversationerna hålls oftast på en högre ljudnivå än vanligt. Kanske beror det på spriten de dricker. Men det är inget som Hovmästare B kan besvara.

Styrsystemet

Personen som äger Dragon King har sedan flera år tillbaka haft uppsatta rutiner på hur restaurangen ska arbeta. Under sig har ägaren restaurangchefer som styr matsalen samt de som har hand om ekonomin. Hovmästare B berättar sen att hierarkin på restaurangen är hård. Alla vet om sin plats och det gäller att arbeta efter sina rutiner. Det viktigaste på restaurangen är trots allt att få gästerna tillfredsställda med besöket.

5.1.3 Restaurang Fung Lam. Intervju med Hovmästare C.

Rummet

Restaurang Fung Lam är en restaurang som även har ett antal restauranger i Los Angeles berättar Hovmästare C. Till skillnad från restaurangerna i Los Angeles är Fung Lam i Hongkong ”originalet” och rummet är av ett lite stilrenare och mer minimalistiskt stil. Med färgerna brunt, guld och vitt som bas har ägaren försökt att inge en del elegans med enklare möblering.

Mötet

När gästerna kommer in från entrédörren är det hovmästarnas uppgift att välkomna gästerna och visa vägen till ett ledigt bord i matsalen. Kommunikationen med gästerna är kortvarig eftersom det är servispersonalen som sedan tar hand om gästerna. Dock finns Hovmästare C och hans hovmästarkollegor alltid tillhands om det uppkommer frågor som servisen inte kan svara på.

När vi frågar Hovmästare C om hur rekryteringen ser ut på Fung Lam berättar Hovmästare C att det är restaurangchefens uppgift att ta in nytt folk. Men generellt sätt handlar det om att få in folk som är snabba och effektiva samt att ha snabba inlärningsförmågor. Allting som har med restaurangen att göra måste all personal ha kunskap om. Det är det viktigaste säger Hovmästare C.

Produkten

Restaurang Fung Lam har blivit tilldelad en stjärna av Guide Michelin 2011 och det är just maten som lockar gästerna.

Den mat som serveras är något utöver det lilla extra. Genom att använda sig av de färskaste råvarorna samt skapa egna idéer med traditionella kryddor ger vi gästen den ultimata måltiden. Svårare än så är det inte. Gäster kommer hit, främst för att äta. (Hovmästare C)

Atmosfären

Hovmästare C berättar kort att det är gästerna som skapar atmosfären. Allt beror på vilka man väljer att gå ut att äta med. Äter man med kollegor är stämningen mer lugn medan med familj och vänner kan exempelvis ljudnivån vara lite högre. Fung Lam levererar maten och en enklare miljö medan gästerna skapar sin egen atmosfär.

De gäster som besöker oss är mestadels familjer samt affärsmän. Eftersom vi har stora runda bord ger vi gästerna möjligheten att se varandra och dela maten på ett jämfördelat sätt. Att spendera tid med sin familj eller att gå igenom olika typer av affärer, det gör man alltid över en god middag. Quality time. (Hovmästare C)

Styrsystemet

På Fung Lam berättar Hovmästare C att rangsystemet är tydliga. De som arbetar under ägaren har sina egna rutiner och yrkesvanor. Man gör allt i den ordning man har blivit tillsagd från den högre posten men ibland krävs det att man ska improvisera lite.

Alla gäster är olika och vi som arbetar på restaurangen försöker att få alla gäster nöjda. När vissa gäster kräver något utöver det vanliga försöker vi alltid att leverera. Allting ska ordnas till gästens belåtenhet men vi har även vissa restriktioner som vi måste följa. (Hovmästare C)

5.1.4 Restaurang Lei Garden. Intervju med Hovmästare D.

Rummet

När man går in på restaurang Lei Garden lägger man märke till dess hantverk av trä. Hovmästare D beskriver matsalen som en traditionell matsal med mysig stämning, tack vare trädetaljerna på tak och väggar samt den mysiga belysningen.

Genom att skapa en elegant matsal tror vi på restaurang Lei Garden att gästerna får ett mer tillfredsställande besök hos oss. Våra besökare är oftast av mindre sällskap då borden, till största del, är kvadratiska, och inte de traditionella stora runda borden. Lite mer tillslutna sällskap passar utmärkt här samtidigt som de kan avnjuta en god middag. (Hovmästare D)

Mötet

Hovmästarna, tillsammans med restaurangcheferna, är de som välkomnar gästerna och vidarebefordrar de till ett bord. När gästerna väl har satt sig lämnar även hovmästarna eller restaurangcheferna menyer samt tar första beställningen på dryck. Sedan överlämnar de ansvaret till servispersonalen som tar hand om gästerna under måltidens gång.

Som hovmästare måste man alltid vara på alerten. Det kommer ständigt in gäster som vill äta utan att ha bokat bord. Det blir dock svårt men vi försöker alltid att få gästerna att boka in sig hos oss. Utöver detta måste vi även ha koll på våra gäster i matsalen. Man ska inte tro att vi övervakar vår personal men vi måste ständigt kolla om gästerna är tillfredsställda eller inte. Det gäller att se sådant. (Hovmästare D)

Produkten

Hovmästare D berättar att gästerna som kommer till restaurangen är här för att de vill äta gott. Prioriteten är därmed maten som serveras.

Om jag skulle gå ut och äta, så gör jag det för att maten är god. Samma sak gäller här på restaurangen, fastän vi har försökt att skapa en bekväm miljö för våra gäster. Att prioriteringen ligger i maten på ett besök hos oss är det inget tvivel om men visst känns det bättre att både äta gott och sitta skönt?. (Hovmästare D)

Atmosfären

Hovmästare D beskriver de gästerna, som besöker restaurangen, som par eller kollegor i ett mindre omfång. I och med att restaurangen inte har de stora runda borden, resulterar det till att restaurangen är mer lämpad till avslutna sällskap.

På restaurangen är det en ganska lugn stämning. Ljudnivån är, generellt sätt, inte hög utan det pratas om affärer eller att ett par sitter och myser. Gästerna själva skapar sin egen atmosfär samtidigt som vi har skapat en miljö för dem. Detta passar även utmärkt till våra västerländska gäster. De är lite mer tillbakadragna och gillar denna typ av stämning. (Hovmästare D)

Styrsystemet

På restaurang Lei Garden är det många i servispersonalen. Genom att ha många i servisen gör det att stressen inte är lika omfattande och det skapar ett lugn i restaurangen anser Hovmästare D. Det blir mycket folk som springer omkring, dock väldigt diskreta men alla som bor i Hongkong är nog vana vid att det är mycket folk konstant berättar Hovmästare D. Avslutningsvis berättar Hovmästare D att det är 2 restaurangchefer som jobbar varje kväll och cirka 4 hovmästare. Och hierarkin är påtaglig då Hovmästare D berättar att hovmästarna samt restaurangcheferna aldrig lyfter något som är tyngre än menyn, om inte det är nödvändigt.

5.1.5 Restaurang Golden Valley. Intervju med Hovmästare E.

Rummet

Restaurang Golden Valley ligger i samma byggnad som hotellet The Emperor Hotel och Hovmästare E berättar att besökarna oftast kommer hit för att bland annat äta god mat som kombineras ihop med besök på en racingbana som ligger i närheten av hotellet. Med detta i baktanke beskriver Hovmästare E att matsalen består av flera stora runda bord, just för att stora sällskap oftast kommer hit.

I matsalen har vi försökt att hålla en stilren miljö där vi kombinerar guld, brunt och vitt. Vi har även 4 olika typer av privata rum för slutna sällskap. Men något som är viktigt att poängteras är att vi alltid måste ha det rent och fint eftersom det oftast är lite mer välbärgade människor som kommer hit. Genom att kombinera guld, brunt och vitt, som vi anser vara elegant, tror jag att vi har en matsal som passar de gäster som kommer hit. Det gäller att få gästerna att känna sig bekväma när de kommer hit. (Hovmästare E)

Mötet

Restaurangchefen samt hovmästarna är de som välkomnar gästerna när de kommer in från dörren berättar Hovmästare E.

Majoriteten av gästerna tycker nog att en snabb bordsplacering är det bästa. Sedan vill sällskapen oftast inte bli störda förutom när de vill beställa mat och dryck. Därför är våra privata rum oerhört populära.

Huvuduppgifterna för servisen är framförallt att ta beställning samt att förse våra gäster med mat och dryck. (Hovmästare E)

Produkten

I köket på Golden Valley finns ett antal kockar som har vunnit flera fina priser inom det kantonesiska köket berättar Hovmästare E. Och detta är något man har råd med tillägger Hovmästare E.

Tack vare vårt läge, bredvid en racingbana, vars människor kommer hit för att spela, har vi ett utmärkt utgångsläge att servera det bästa. Folk som kommer hit är här för att spendera och vi kan därmed sätta priser, som dock inte är alltför höga, efter deras plånböcker. Vi köper endast in det finaste av alla råvarorna och med omsorg tillagar vi mat som får våra gäster att må bra av. En mätt och belåten gäst är det bästa som finns.

(Hovmästare E)

Atmosfären

I och med restaurangens utgångsläge är majoriteten av gästerna familjer eller grupper med män som kommer hit för att äta berättar Hovmästare E. Familjer som väljer att komma hit på semester är oerhört populärt men framförallt är det männen som samlas tillsammans för att avnjuta en helg här på hotellet berättar Hovmästare E.

En ganska avslappnad atmosfär, för att säga det kort. Folk i allmänt är ganska högljudda och när man kommer med ett gäng kompisar för att spela och äta, då är stämningen väldigt högljutt. Men vi försöker att utnyttja våra privata rum för sådana sällskap. Det kan ju hända att det blir en eller två öl för mycket också. Då är det bara att hänvisa de till vakterna på hotellet. Men generellt sätt är det en skön atmosfär på restaurangen då folk kommer hit för att semestra. (Hovmästare E)

Styrsystemet

Golden Valley är en del av hotellet The Emperor Hotel. Ägaren av hotellet har låtit restaurangchefen och kökschefen ta hand om restaurangen och på sätt och vis är det de som har all ”makt” här berättar Hovmästare E.

Att arbeta inom ett hotell med restaurang är ganska bra anser jag. Innan jag kom för cirka 3 år sedan har man haft stabila rutiner som är anpassade efter gästerna som kommer hit. Vi behandlar alla lika, men all personal har sina uppgifter att göra. Det är en ära att få jobba på ett fint hotell med en bra restaurang vilket också leder till att konkurrensen är extremt hårt här. Folk söker ständigt jobb här och man måste hela tiden göra ett bra jobb. Annars förlorar man jobbet snabbt som ögat. Det är så det är inom restaurangbranschen i Hongkong. (Hovmästare E)

5.2 Våra inbjudna gäster berättar

Här redovisas resultaten från intervjuerna med personerna som vi valde att bjuda med på våra restaurangbesök i Hongkong. Resultaten har delats in i olika avsnitt. Avsnitten kommer att behandla de fem aspekterna för sig: Rummet, produkten, mötet, styrsystemet och atmosfären. Sammanlagt är det 16 personer som har intervjuats och för att underlätta för läsaren har vi gjort en sammanställning av intervjuernas svar. Ett visst antal citat kommer även finnas med. Valet av citaten är de som vi anser är relevant med vår undersökning.

För att bibehålla våra intervjupersoners anonymitet har intervjupersonerna döpts om till *Intervjuperson A*, *Intervjuperson B*, *Intervjuperson C* och så vidare. Personerna som har valts ut har ett heltidsarbete och är mellan åldrarna 25-40 år gamla. 10 av de 16 gästerna var män och 6 av 16 var kvinnor.

5.2.1 Rummet

På alla de restauranger vi besökte nämnde inte våra inbjudna gäster någonting om inramning av matsalen, entrén eller andra aspekter som har med rummet att göra. När vi talade om rummets härliga färger och detaljer visade inte de inbjudna gäster någon tendens till intresse av rummet, förutom att det ser ok ut.

5.2.2 Mötet

Vid varje restaurangbesök blev vi mottagna av hovmästare eller restaurangchef som visade vägen till bordet i en matsal. Här ansåg de inbjudna gästerna att det var en självklarhet att på ett snabbt och effektivt sätt att sätta oss på ett bord på detta vis. Ingen typ av personlighetskemi var viktigt utan det var bra att det gick snabbt att få ett bord.

”Vi betalar för att äta här. Det gäller att ta vara på tiden när man väl är ute och äter med familj och vänner. Mycket på grund av att vi arbetar mycket men också att kunna njuta av varandras sällskap (Intervjuperson A)”

5.2.3 Produkten

Vi frågade våra inbjudna gäster varför de äter ute.

”För att maten som serveras är god” (Intervjuperson B).

”För att man vill unna sig något gott efter jobbet” (Intervjuperson C).

Alla de intervjuade gästerna var dock överens om detta. Man går på restaurang för att få äta något gott. Valet av restauranger beror på vilken typ av mat man är sugen på och det finns alltid något alternativ bland Hongkongs restauranger. Givetvis handlar det också om vilket tillfälle man äter på. Ska man bjuda någon speciell på en middag för två? Är det en middag för att fira någon vän? I slutändan berättar Intervjuperson B:

”Istället för att sitta ner och endast prata, så pratar vi över en bit mat. Maten är en del av kulturen i vårt samhälle som vi lever i. Det går ju inte att tänka med tom mage! Samtidigt är det alltid ett bra samtalsämne”

5.2.4 Atmosfären

När man väljer att äta på restaurang, gör man oftast det med en eller flera vänner/familjemedlemmar. Själva atmosfären som restaurangen ”utgör” är inget av de inbjudna gästerna först tänker på. Utan det är själva atmosfären som gästerna i sig själva utgör. Vilka man äter med skapar den typ av atmosfär som finns. Intervjuperson A menar att man väljer vilka man ska äta med, därefter kommer den typ av atmosfär fram på restaurangen. Vilken typ av humor, personlighet och så vidare spelar otrolig stor roll när man äter. Utöver detta, och med tankar på restaurangens atmosfär, anser de inbjudna gästerna att så länge restaurangen är ren, så spelar det ingen större roll.

”Vart man än går så är det högljutt. Den typen av atmosfär får man leva med” (Intervjuperson C).

5.2.5 Styrsystemet

När man kommer in genom dörren tycker alla de inbjudna gästerna att man snabbt ska få ett bord. Det är prioritet nummer ett. Sedan bryr de sig inte hur styrsystemet ter sig. Så länge de får sin mat vällagad och att alla i sällskapet mår bra och är belåtna så är de nöjda. Dock kan det bli irritation om maten dröjer. Allt annat brukar oftast flyta på bra.

”Många restauranger idag är otroligt snabba och levererar med precision. Det måste man vara eftersom det finns så otroligt många restauranger i Hongkong att konkurrera med. Kanske är det därför vi oftast går ifrån restauranger nöjda och belåtna. Just på grund av konkurrensen som gör att restaurangerna ständigt måste ligga på topp (Intervjuperson D).

5.3 Observationsresultat

I vårt resultat utgår vi ifrån vår observationsmall där vi sammanställt våra data i. Här hittar vi alla våra betyg vi vid tillfället uppfattade och det ska ge oss en bild om vad vi fått fram.

5.3.1 Mötet

Mötet är det första intrycket vi får av en restaurang även om det i många fall är utsidan som syns först innan gästen kommer i kontakt med personalen. Även rummet kan i många mindre ställen komma före själva mötet men meningen är att välkomnas av någon i personalen och härifrån fortsätter resan in till restaurangen och resten av upplevelsen. Första intrycken kan oftast kännas som mediokert om inte till och med sämre än det. Dels är det på grund av placeringen av många restauranger där gästen är tvungen att gå flera trappor upp eller åka hiss några våningar och även vid rätt våning är det inte alltid självklart var restaurangen ligger. Det har att göra med att Hongkong har en väldigt stor befolkning på en så liten yta. Det resulterar till skyhöga byggnader med otalt många våningar och därmed väldigt dyrt att ha restauranger vid gatuplan när konkurrensen är så hög (Propertyguru, 2011)

Mötet	1-5
Första intryck	2,6
Bemötande	3,1
Placering	3,9
Tid	4,5
Beställning	4,8
Presentation	2,9

Figur 2. Mötet. Siffrorna på höger sida är medelvärden för våra bedömningar av de 14 restauranger vi besökte. Poängen är fördelade från 1-5 där 1 är den sämsta upplevelse medan 5 är den bästa.

Bemötande kunde vara något bättre men oftast en alltför stressad personal gjorde så att det sällan blev personligt eller trevligt. Det gick dock väldigt fort, du behövde aldrig vänta på att antingen bli visad till ditt bord eller bli informerad om att vänta en liten stund. Även beställningen kunde ske direkt. Antingen blev gästen tillfrågad om du redan visste vad du ville ha eller om du ville beställa dricka med en gång. Som gäst är det ganska smärtfritt förutom att personalen sällan ler eller ger något extra utöver sina arbetsuppgifter. Även samtalen är rakt på sak och inte en enda tanke på hur gästen känner sig. Som sagt det handlar mest om att ta emot beställningen och sen få ut det gästen har beställt så fort som möjligt. Nu skiljer det sig från restaurang till restaurang där de som har utländska gäster givetvis försöker anpassa sig till det klientel de vill inbjuda. Här förekommer presentation av mat och dryck som vi är vana vid i Sverige när vi betalar lite mer på en restaurang.

5.3.2 Rummet

Som vi nämner tidigare så är rummet ett av de första du ser när du stiger in i restaurangen. Ett första intryck i Hongkongs restauranger är inte alltid så vackert när ingången ibland kan vara ett trapphus eller från hissrummet. Det hela upplevs ändå som professionellt, det är relativt

städat, personalen springer av och an och matsalen har ofta passande inredning och i detta fall kinesisk. De flesta ställen har tydliga hovmästarbås eller liknande där man antingen blir mottagen eller möter personal du kan fråga om bord och dylikt. Det som är mest tydligt när du väl kommer in i restaurangen är ljudnivån. Det är ofta mycket folk och många är verkligen där för den gemensamma middagen. Detta gör att många pratar och det väldigt mycket. Inte ofta du ser par sittandes på en romantisk middag som här i Sverige där man låter bakgrundsmusiken ljuda sakta mellan meningarna. Detta kan till en början vara ett störande moment men för en sann kines är detta inget problem och blev så även för oss mindre vana efter några timmars avnjutning av god mat.

Rummet	1-5
Första intryck	3,2
Upplevd doft	4
Ljud	2,5
Syner	2,7
Renlighet	3,8
Ljuset	2,9
Inredning	3,1
Toalett	4,1
Köket	5
Baren	4,4
Garderob	2,5
Hovmästarbås	4,5
Matsalen	4,1

Figur 3. Rummet. Siffrorna på höger sida är medelvärden för våra bedömningar av de 14 restauranger vi besökte. Poängen är fördelade från 1-5 där 1 är den sämsta upplevelse medan 5 är den bästa.

Vi har blandade känslor av *Rummet* och det märks på betygen ni kan se i *Figur 3*. Trots de dåliga första intrycken blir det lite bättre ju längre in i djupet du undersöker. Det viktiga och väldigt vitala utrymmena i en restaurang, köket och toaletterna bör poängteras som en positiv överraskning. Ett smutsigt kök är givetvis inget man kan acceptera i Sverige och så är också fallet i de kök vi har besökt i Hongkong. De är pedantiskt skötta och verkligen så som man förutsätter att ett kök ska vara. Många restauranger hade även öppna kök vilket de med stolthet kan visa upp eftersom de har ett städat arbetssätt. Kockarna jobbade väldigt metodiskt och med ett högt tempo. Produkten är i fokus. Toaletterna var förvånansvärt fina och städade på många ställen och vi kunde konstatera att de har lagt tyngd på ”toaletten visar om restaurangen sköter om sina lokaler”. Generellt sett är Hongkong väldigt smutsigt och spontant tänker man att enbart det yttersta som syns är fint men så är fallet alltså inte, så vitt vi vet.

5.3.3 Produkten

Det första vi måste nämna om produkten är: fenomenalt! Asiatisk mat har sin prägel, sina smaker och grunden till många matkulturer i Sydostasien är influerade av Kina. Det märks tydligt i både japansk och koreansk mat (Linlin, 2007). Produkten är tydlig, välexponerad och det märks att det är den viktigaste delen i ett restaurangbesök över allt annat. Många restauranger har enbart runda bord eller bås du kan sitta i för att alla ska kunna se varandra för att både äta och konversera med varandra. I Kina delar man på all mat som beställs in, du har

sällan en skild maträtt eller portion för dig själv utan det läggs i mitten av det stora bordet, oberoende om det är en "hot pot", dim sum eller stekta nudlar. Till skillnad från de andra rätterna är hot pot ett sätt att interaktivera sig ännu mer i själva middagen. Du har en stor gryta i mitten med buljong där du själv kan smaksätta grytan, om du vill, och beställer in färska, råa råvaror. Du tar själv maten du vill äta och lägger in i grytan för att kokas. Sen är det bara att äta. Som kutym tillhör att man ger varandra mat genom att "laga" maten åt någon annan, dels för att bordet kan vara väldigt stort om man är många och alla inte når till allt på bordet samtidigt som det tillhör hövligheten att servera sina gäster man bjuder eller av ren respekt till någon. Produkten är utomordentlig från doft till smak. Utseendemässigt kan man kanske önska sig lite mer ibland, det ser inte alltid ut som att man tänkt på varje detalj, men det har en mindre betydelse eftersom det känns mer autentiskt och även om du "äter med ögonen" kan du inte klaga: råvarorna – grönsakerna, köttet, fisken, ja, allt ser så grant ut att det är vackert i en blandad kompott. Givetvis varierar det från ställe till ställe och maträtt till maträtt. Dim sum som ångkokta knyten gjordes med precision, märktes det när du ser där degen möter varandra och de har vackert vikt ihop dem. Det är så det ska se ut, kinesisk mat.

Produkten	1-5
Dryck	4
Maten	5
Känsl	4,8
Smak	5
Doft	5
Synen	5
Kombination	4

Figur 4. Produkten. Siffrorna på höger sida är medelvärden för våra bedömningar av de 14 restauranger vi besökte. Poängen är fördelade från 1-5 där 1 är den sämsta upplevelse medan 5 är den bästa.

5.3.4 Styrssystem

Den spontana känslan du får är att det går fort. Du behöver sällan vänta på något om det inte är fullt med folk. Är det fullt kan det dock ta en stund men det är förståeligt och vi fick en känsla av att det inte tar lika länge som i Sverige där det i vissa fall är kutym att inte skynda på för snabbt. Generellt känns det som att det finns personal i överflöd på vissa ställen. Det finns ofta en person som öppnar dörrarna till hotellen eller varuhuset (ibland kan man tycka att dörrarna kan stå öppna konstant eftersom det är sådant stort flöde av människor). Många butiker har personal som står utanför för att locka kunder, ofta flera stycken där många bara står och verkligen inte gör sitt jobb. I restaurangerna känns det inte riktigt som att personalen kommer lika lätt undan. Det kan vara många i personalen men då är restaurangerna väldigt stora. Vi talar om uppemot 200-300 sittplatser på väldigt populära ställen. När man väl observerar hur personalen jobbar uppfattar man att det är väldigt stressigt. De nästan springer runt i salen och pratar väldigt högt till varandra. I finare restauranger är bördan inte lika hög och där är personalen också lite yngre än i de klassiska kinesrestaurangerna där priset är lägre och där den vanlige kinesen har råd att äta hos. Vi både upptäckte och fick höra att arbetsmiljön var sämre på de mer traditionsenliga restaurangerna jämfört med de finare där själva restaurangen ofta är mycket mindre i storlek och därmed innebär kortare väg för maten att vandra. Arbetsdagarna varierar men är ofta kring 10 timmar eller längre per dag. Lönen är mycket lägre än i Sverige för en kines i de traditionella restaurangerna medan det i turisttätare

områdena som Lai Kwan Fong i södra Hongkong⁴ är priserna mycket högre och de har därför marginal till att betala ut en högre lön. De har inte samma sociala ställning i Hongkong som vi har i Sverige och därmed inte alls lika stor trygghet på arbetsplatsen. Enligt de vi talade med kan den anställde i princip bli av med sin arbetsplats ifall de inte sköter sig. Dock fick vi även höra från det finare området i Hongkong, som vi nämner ovan, att krögarna är tvungna att ge personalen flera chanser att tillämpa sina kunskaper till dem som provjobbar eftersom de kan vara relativt bortskämda och inte ger allt vid första försöket. Orsaken till detta är för att det är svårt att rekrytera bra personal eftersom det inte finns den restaurangkunskap som behövs för att servera i en exempelvis fine dining-restaurang. Enligt dem är det vanligt bland ungdomarna att inte behöva göra mer än nödvändigt så länge de får sin lön. En teori till det kan vara att lönen är för låg förhållande till den sociala tryggheten de vill ha såsom boendet som är väldigt dyrt och pension och andra liknande sociala hjälpmedel som är självklara i Sverige. Med detta som bakgrund känns arbetsmiljön dålig men det är ändå rätt blandat beroende på var du jobbar. Antingen om du jobbar på den finaste restaurangen eller en lite enklare kinesisk kunde vi se att delegeringen verkade fungera väldigt bra. Personalen hade sina uppgifter och de flesta visste vad de skulle göra och vilken position de har i laget. De har alla arbetskläder på sig och det är även relativt tydligt vilka som är hovmästare och vilka som är servitörer. I köket är det kockkläder i samma typ som vi har här i Sverige.

Styrsystem	1-5
Delegering	4,1
Placering	3,9
Stressfaktor	2,7
Uppdukning	4,8
Presentation	2,9
Klädsel	4,2
Bongning	3,9
Betalning	4,5
Kommunikation	4,2
Arbetsflöde	3,7
Arbetsmiljö	2,2
Pris	4

Figur 5. Styrsystemet. Siffrorna på höger sida är medelvärden för våra bedömningar av de 14 restauranger vi besökte. Poängen är fördelade från 1-5 där 1 är den sämsta upplevelse medan 5 är den bästa.

5.3.5 Atmosfär

Även om vi i observationsmallen använde oss av en enkel könsfördelning tog vi aldrig fasta på det. Vi märkte aldrig att det skulle vara någon skillnad mellan könen på de ställen vi besökte. De restauranger vi besökte var klart och tydligt fyllda med lokalbefolkningen och kan man inte kinesiska är det väldigt svårt att beställa mat. De flesta har ingen meny på engelska och många har inte heller några bilder på menyn även om det finns väldigt många som har det. Dessa med bild på menyn är dyrare och riktar sig till turister. Om du åker till de finare restaurangerna som ligger vid det internationella businessdistriktet kommer vi i kontakt med personal som kan engelska samt att engelska menyer mer eller mindre är obligatoriska. Inga av restaurangerna är särskilt barnvänliga och vi såg väldigt sällan barn i restaurangerna vi besökte. Samhällsklassen för fine dining är ganska uteslutande folk som jobbar med

⁴ Många internationella företag har sina säten i södra Hongkong och höjer därmed efterfrågan på lokalerna.

högavlönade arbeten eller turister. Priserna ligger i paritet med Sverige och Stockholm och många gånger mycket högre då många restauranger har högre klassificering än de svenska motsvarigheterna. (Guide Michelin, 2011) De restauranger kineserna själva besöker skiftar stort i olika prisklasser. Samhällsklassen varierar mer då priserna är relativt låga (mellan 15-50 kr per portion) och det gör att folk kan gå ut för en trevlig middag med kompisarna lite oftare, även som student. Atmosfären kan sammanfattas med att det är anpassat främst för lokalbefolkningen från olika samhällsklasser beroende på priset. Ju billigare desto mindre turistanpassat och barnfamiljer syntes knappt till. Många ställen hade ingen musik alls eftersom det inte anses vara nödvändigt då kinesernas kommunikation med varandra utgör själva ”ljuden” på restaurangerna. På dyrare ställen kunde det dock infinna sig passande musik men också där kunde det försvinna i myllret av människoprat.

Atmosfär	1-5
Kvinnligt	-
Manligt	-
Familj	2
Turism	3
Lokalbefolkning	5
Musik	2
Samhällsklass	3,5

Figur 6. Atmosfären. Siffrorna på höger sida är medelvärden för våra bedömningar av de 14 restauranger vi besökte. Poängen är fördelade från 1-5 där 1 är den sämsta upplevelse medan 5 är den bästa..

6. Diskussion

Inledningsvis kommer vi att diskutera de olika metoder som användes vid insamling av data för att sedan diskutera resultatet vi fick fram från undersökningen.

6.1 Metoddiskussion

Vårt syfte med arbetet var att studera Hongkongs restaurangers synsätt i sina verksamheter samt Hongkongbors synsätt, där måltidens fem aspekter ligger i grund till analysen. Genom att vi använt oss av två kvalitativa metoder, intervjuer och observationer, har vi lyckats få fram ett intressant resultat där dessa metoder har kompletterat varandra väl. Genom egna observationer kunde vi sedan analysera detta och knyta an intervjuerna på ett strukturerat vis. Detta gav även en ökad tillförlitlighet och trovärdighet på resultat. Med ökad tillförlitlighet och trovärdighet menar vi att våra observationer bekräftar intervjupersonernas svar. (Kvale & Brinkmann, 2009).

Under varje intervju med hovmästarna på de utvalda restaurangerna använde vi oss av filminspelning som har varit till god hjälp. Tack vare filmklippen har vi kunnat citera de saker som vi ansåg vara väsentligt att ha med i resultatet samt att kunna bekräfta och återupprepa de saker som sades under intervjuerna. Detta kan givetvis ha medfört att respondenterna blivit mer ”allvarliga”. Kanske har restaurangpersonalen förvrängt vissa svar och så vidare för att ge en mer positiv bild på hur restaurangerna egentligen är när kameran rullade. Dock kan vi konstatera att våra observationer och intervjupersonernas svar stämde relativt bra överens med varandra (Trost, 2005).

Intervjuerna med de inbjudna gästerna var ett av de resultat som vi var ganska missnöjda med. Under dessa ”intervjuer” försökte vi att hålla en öppen konversation med de inbjudna gästerna. Detta gav oss ett resultat som kanske skulle varit annorlunda om vi istället hade valt att göra intervjuer likt de vi gjorde med hovmästarna. Med hjälp av stödord som måltidens fem aspekter försökte vi få fram relevant information till vår undersökning. Detta var dock inget som gästerna var så fullt intresserade av. De ville istället lägga fokus på annat och framförallt maten.

6.2 Resultatdiskussion

Resultatet av undersökningen visar en tydlig tråd på att produkten, det vill säga maten och drycken står i fokus under ett restaurangbesök för våra inbjudna gäster. Med våra egna erfarenheter har vi lagt märke till att restauranggästerna i Sverige lägger alltmer fokus på en helhetsupplevelse, till skillnad från Hongkongborna (Gustafsson, m.fl. 2006). Folk i allmänhet äter allt oftare på restauranger i Sverige. Prim (2009) ger några exempel i sin avhandling att befolkningen i Sverige antingen kan vara för trötta eller är för bekväma av sig för att laga mat.

Dock är skillnaden stor på att äta ute ”oftare” i Sverige, om man jämför det med Hongkongborna. När man väl går på restaurang i Sverige kostar det oftast mer än vad det hade gjorts i Hongkong, och därmed är de krav som ställs högre än i Hongkong. Att restaurangerna erbjuder något som man inte själv skulle laga i sitt eget hem, eller att erbjuda något utöver det vanliga, det är något som gästerna ofta tänker på, tror vi. Därför har helhetsupplevelse och uppvaktningen blivit en viktig del av ett restaurangbesök för gästerna. Att få valuta för pengarna är oerhört viktigt.

Dock tror vi att kulturskillnaderna är en avgörande faktor på varför resultatet blev som det blev. Exempelvis är den traditionella hälsningen bland kineserna är såsom oftast ”har du ätit?” och inte ”hur mår du?”, alltså utan en omedelbar förfrågan om hur det står till med maten. Oberoende på vilket syftet är när människor träffas, måste man alltid tillfredsställa magens behov berättade en av de inbjudna gästerna.

I det kinesiska samhället är kineserna mycket gästfria. Vi märkte under vårt besök i Hongkong att måltidernas atmosfär var oftast mycket avspänd. Detta kan bero på att borden är runda i de flesta restaurangerna vi besökte, vilket ingav en känsla av gemenskap. Alla gästerna kunde tydligt se varandra och maten som serverades lades allt som oftast i mitten av bordet på ett stort fat, som gästerna sedan delade. Alla dessa ”seder” eller helt enkelt den ”familjära” atmosfären har funnits sedan länge berättade en av de inbjudna gästerna. Förr i tiden var hierarkin mycket påtaglig då exempelvis gästerna satt i rangordning på bordet och andra invecklade Umgängesregler. Men i dagens moderna samhälle är reglerna enklare. Något som dock har flutit med tiden är att man har otroligt stor respekt för ålder och de äldre medlemmarna som sitter vid bordet (Linlin, 2007).

Om man ska sätta den kinesiska ”måltidsatmosfären” i ord är varmt och vänskap två ord vi tänker på. En trevlig middag i Sverige innebär oftast en mer mysig och stämningsfull miljö medan i Hongkong har en mer avspänd miljö med gemytligheter (Edberg et al., 2008). Högljudda som kineserna är, bråkar oftast om vem som får äran att betala notan medan i Sverige delas oftast notan upp emellan gästerna. Om vi jämför atmosfären med Sverige är det inte alltid självklart att produkten står i samma fokus som i Hongkong. Ett restaurangbesök innebär mycket mer än maten och produkten och vi vill få ut mer än det. Det kan handla om ett bröllop, ett födelsedagskalas eller en konferens där själva tillställningen är viktigare än produkten. Självklart har de liknande tillställningar i Hongkong men på de större tillställningarna ligger ändå maten i fokus. Genom att servera god mat, skapar det en god stämning bland gästerna.

Utöver att maten ska smaka bra och att atmosfären bland gästerna ska vara god, har även bekvämligheten en roll under ett restaurangbesök tror vi. Att exempelvis möblemanget och rummets miljö spelar en större roll än vad gästerna tror, det är något som vi tänkte på när vi åt med de inbjudna gästerna. Någonstans i bakhuvudet på gästerna finns ett medvetande att det ska vara fräscht och bekvämt att sitta på stolarna. Att spendera ett antal timmar i en miljö som inte är inbjudande låter inte förnuftigt enligt oss.

En annan del som tydligt speglar deras traditioner är, även här produkten, att de inte ”förstör” maten med bi-aspekter såsom utseendet. Det är inte en självklarhet att du lägger ner tid på att grytan eller nudlarna ser konstnärliga ut utan du ser till att det smakar gott och får den varm till gästen. Här i Sverige kan det tyckas vara kutym på finare restauranger att sätta ner tid på utseendet även på husmanskost. Du ser titt som tätt hur de lagt ner tid på att köttbullarna ska se artistiska ut vilket kan kännas fånigt då det är en klassisk svensk rätt med gamla anor. Kineserna väljer inte produkt efter utseendet i samma utsträckning och därmed är således smakupplevelsen mycket viktigare.

När man talar om service på restaurang, gäller det för personalen att kunna anpassa sig efter gästernas krav. Om man tar exempelvis restauranger i Sverige är det otroligt viktigt att kunna läsa av sina gäster och ge den service du tror de vill ha (Edberg et al., 2008). Om man till exempel ser två kostymklädda herrar komma in och sätter sig på ett bord med lite papper och diskutera med låg stämning, givetvis vill man som serveringspersonal minimera

”störningsmomenten” så att gästerna kan sitta där och diskutera ifred. Skillnaden mellan Sverige och Hongkongs personal är att Hongkongs personal oftast inte gör mer än det som krävs. Man har sina rutiner som man följer och ibland kändes det till och med jobbigt för oss, som gäster, att göra en beställning. Vi fann ingen större glädje bland restaurangpersonalen som tog hand om oss. Med ett leende på läpparna tycker vi att det skapar en så mycket bättre stämning mellan mötet med personalen och gäst. Men i och med att de flesta restaurangerna hade lite mer ”oengagerad” personal tror vi att restaurangerna har anpassat sin personal efter gästernas krav. Laga god mat, vara snabba och organiserade. Dock tror vi att ett leende på läpparna lättar lite på atmosfären bland medarbetarna.

Allt man gör i livet kräver oftast motivation och i Hongkong finns det många människor som endast arbetar för att klara sig, rent ekonomiskt. Konkurrensen i Hongkong är otroligt hård och somliga är glada över vad de har, andra mindre glada. Att kunna skapa en god arbetsmiljö i Hongkong och Kina är nog svårt inom restaurangbranschen eftersom många arbetar utan motivation och livsglädje. Många som kanske misslyckas i skolan eller inte har någon utbildning kanske hamnar på en restaurang. Vi har inga siffror på antalet människor som inte har någon utbildning men Intervjuperson D, berättade för oss att konkurrensen även där är stenhård. Det resulterar till att de återstående, som står där utan jobb och utbildning måste jobba, bara för att kunna överleva i samhället. Det gäller naturligtvis inte endast restaurangbranschen utan inom alla typer av yrken.

Resan som vi fick uppleva var dock fantastisk. Att få ta del av den familjära atmosfären med de inbjudna gästerna vid ett runt middagsbord och avnjuta av den fantastiska maten, det var något utöver det vanliga, och det endast positivt. Någonting man tog lärdom av i Hongkong var hur gästfriheten var samt den familjära känslan på en restaurang. Att under en måltid få till en helhetsupplevelse på en middag är givetvis något vi svenskar strävar efter. Helhetsupplevelse är något vi kommer att ta med oss i vår kommande profession, men något som vi lärt oss genom resan är att låta gästerna skapa sin egen atmosfär. Vi finns för våra gäster och genom en korrekt behandling av de olika gästerna ska man hjälpa de att skapa till den ultimata atmosfären kring deras måltid.

7. Referenser

About.com (2011). *Dim sum – Chinese brunch*. Hämtad 2011-04-29 från http://chinesefood.about.com/od/diningout/p/dim_sum.htm

Berulfsen, B., & Gundersen, D. (1978). *Fremmedordbok (14. utg. ed.)*. Oslo: Kunnskapsforlaget

Edberg, E., Gustafsson, I-B & Mossberg, L. (2008). *Service på restaurang*. Lund: Studentlitteratur

Edwards, J.S.A & Gustafsson, I-B. (2008). The Five Aspect Meal Model. *Journal of Foodservice*. Blackwell Publishing.

Franz, U. & Zihua, L. (1994). *Det kinesiska köket*. ICA Bokförlag

Discover Hong Kong (2011). *Dining in Hong Kong*. Hämtad 2011-04-10 från <http://www.discoverhongkong.com/eng/dining/restaurant-guide.html>

Guide Michelin (2010). *Guide Michelin - Restauranger i Michelinguiden*. Hämtad 2011-04-16 från <http://www.michelin.se/om/guide-michelin/>

Guide Michelin (2011). *Guide Michelin – Hong Kong & Macau*. Michelin Travel & Lifestyle; 3 edition

Gustafsson, I-B., Öström, Å., Johansson, J. & Mossberg, L. (2006). The five aspects meal model: a tool för developing meal services in restaurants. *Journal of Foodservice* 2006:17. Blackwell Publishing

Hansen, K.V. (2005). *Restaurant Meal Experiences from Customers' Perspectives – A Ground Theory Approach*. Göteborg: Universitetsbiblioteket

Heen, S., Waltman, K., Patton, B. (2007). *Svåra samtal, hur man pratar om det som betyder mest*. Malmö: ICA bokförlag

Hsiang-Ju L. (1977). *Chinese gastronomy*. Perigee

Hsiang-Ju L. & Tsuingfeng, L. (1996). *The art of chinese cuisine*. Tuttle Publishing

Jarlbro, G. (2004). *Hälsokommunikation: en introduktion*. Lund: Studentlitteratur

Keller, K. & Kotler, P. (2006). *Marketing Management*. Pearson Education

Kvale, S. & Brinkmann, S. (2009). *Den kvalitativa forskningsintervjun*. Lund: Studentlitteratur

Linlin (2007). *Kina, Matens rike*. Bilda förlag

Luik, K (2011). *Måltidens fem aspekter applicerad på kaféer i Göteborg*. Hämtad 2011-04-28 från http://gupea.ub.gu.se/bitstream/2077/24513/1/gupea_2077_24513_1.pdf

Meiselman, H.L. (1996) *The contextual basis for food acceptance, food choice and food intake: The food, the situation and the individual*. In H.L. Meiselman, and H.J.H. MacFie (Eds.), *Food choice, acceptance and consumption* (pp. 239-263). London: Chapman and Hall

Mossberg, L. (2003) *Att skapa upplevelser. Från OK till WOW*, Lund: Studentlitteratur.

Mossberg, L. & Nissen-Johanssen, E. (2006). *Storytelling – Marknadsföring i upplevelseindustrin*. Lund: Studentlitteratur

Nationalencyklopedin (2011). *Guide Michelin*. Hämtad 2011-04-11 från <http://www.ne.se/lang/guide-michelin>

Nationalencyklopedin (2011). *Hongkong*. Hämtad 2011-04-10 från <http://www.ne.se/lang/hongkong>

Nationalencyklopedin (2011). *Kinesisk mat*. Hämtad 2011-04-10 från http://www.ne.se/lang/kinesisk-mat?i_h_word=kinesiska+k%C3%B6ket

Patel, R. & Davidson, B. (2003). *Forskningsmetodikens grunder*. Studentlitteratur: Lund

Pitte, J.-R. (1999). *The rise of the restaurant*. In M. Montanari (Ed.), *Food: A culinary history* (pp. 471–480): Columbia University Press

Prim, M. (2008). *Ready meals from the consumers' perspective – attitudes, beliefs, context and appropriateness*. Örebro studies in Culinary Arts and Meal Science

Property Guru. (2011). *Hong Kong's office rents most expensive in 2010*. Hämtad 2011-04-20 från <http://www.propertyguru.com.sg/property-management-news/2011/3/29857/hong-kong-s-office-rents-most-expensive-in-2010>

Trost, J. (2005). *Kvalitativa intervjuer*. Lund: Studentlitteratur

Vetenskapsrådet (2006). *Forskningsetiska principer inom humanistisk-samhällsvetenskaplig forskning*. Hämtat 2010-06-11 från <http://www.codex.vr.se/texts/HSFR.pdf>

Bilagor

Bilaga 1

Observationsresultat.
Alla restauranger är
sammanställda. Totalt
14 restauranger.

Bedömning 1-5

FAMM			Styrsystem		
Mötet			Delegering	4,1	
Första intryck	2,6		Placering	3,9	
Bemötande	3,1		Stressfaktor	2,7	
Placering	3,9		Uppdukning	4,8	
Tid	4,5		Presentation	2,9	
Beställning	4,8		Klädsel	4,2	
Presentation	2,9		Bongning	3,9	
Rummet			Betalning	4,5	
Första intryck	2,7		Kommunikation	4,2	
Upplevd doft	4		Arbetsflöde	3,7	
Ljud	2,2		Arbetsmiljö	2,2	
Syner	2,7		Pris	4	
Renlighet	3,8		Atmosfär		
Ljuset	2,9		Kvinnligt	-	
Inredning	3,1		Manligt	-	
Toalett	4,1		Familj	2	
Köket	5		Turism	3	
Baren	4,4		Lokalbefolkning	5	
Garderob	2,5		Musik	2	
Hovmästarbås	4,5		Samhällsklass	3,5	
Matsalen	4,1		Totala upplevelse	3,7	
Produkten					
Dryck	4				
Maten	5				
Känsel	4,8				
Smak	5				
Doft	5				
Syner	5				
Kombination	4				

Bilaga 2

Intervjuunderlag för hovmästarna

Rummet

1. Vad är det första ni tänker på vid upplägget av rummet?
 - a. Hur högt prioriteras denna aspekt?
2. Vilken del av restaurangen är det viktigaste?
 - a. Varför är den delen den viktigaste?
 - b. Vilka resurser sätts på att uppnå den standard ni vill ha?
3. Kan personalen påverka på rummet och dess praktiska och ergonomiska tillämpning?
 - a. Om ”ja”, hur?
4. Läggs det stor vikt på hur gästerna uppfattar utseendet på restaurangen?
 - a. ”Renlighet är en dygd” är ett gammalt talesätt i Sverige, är det något ni håller med om?
 - b. Hur är vikten av de andra sinnen såsom doft och ljudnivå?

Mötet

1. Vad är ett möte med gästen för er?
2. Hur viktigt är det första mötet och gästens första intryck?
 - a. Hur viktigt är det sista mötet med gästen?
3. Är det lika viktigt att spendera tid hos gästen med ett kvalitativt intryck eller är det snabbare service och mindre prat med gästen som prioriteras?
4. Är hela personalens bemötningssats lika viktig som hovmästarnas och/eller restaurangchefens?

Produkten

1. Vad är viktigast när det gäller själva produkten?
 - a. Utseendet?
 - b. Smakerna?
 - c. Doften?
2. Är det lika viktigt att prioritera dryck som mat?
 - a. Är kombinationen av bägge en viktig del i menyplaneringen?
3. Hur viktigt är det att menyn tilltalar gästerna?
4. Uppfattningen är att denna aspekt prioriteras högst av de fem aspekterna, stämmer det?

Atmosfären

1. Det är kanske självklart att ni vill att gästen ska uppleva en fin atmosfär men lägger ni någon större tanke bakom det under arbetstiden?
2. Försöker ni höja stämningen genom andra saker än bra service och bra produkt?
3. Är rätt musik en relevant atmosfärshöjare?
4. Tycker ni att ansvaret även ligger hos gästen, att atmosfären uppnår deras förväntan?

Styrsystem

1. Vad och hur görs för att delegeringen ska ske så smidigt som möjligt bland personalen?
 - a. Är det tydliga direktiv för varje arbetstagare vad dennes arbetsuppgifter är?
 - b. Vilka åtgärder tas ifall delegeringen inte fungerar?
2. Hur mycket kan personalen påverka styrsystemet?

- a. Är deras påverkan positiv för verksamheten eller är det viktigare att ha bra chefer som vet hur de ska styra det?
3. Hur ser arbetsmiljön ut?
 - a. Långa arbetspass?
 - b. Överbelastning av personal?
4. Hur åtgärdas problemen som åstadkommer? Missnöjd personal, gästernas klagomål osv.

Bilaga 3

Intervjuunderlag för de inbjudna gästerna

Rummet

5. Läger man större vikt på hur en restaurang ser ut?
 - a. Är inredningen något man måste gilla som gäst?
6. Vilken del av restaurangen är det i så fall det viktigaste?
 - a. Varför är den delen det viktigaste?
7. Finns det andra saker som ni som gäst lägger märke till?
 - a. Hur rent och städat det är?
 - b. Doften?
 - c. Ljudnivån?

Mötet

5. Är första mötet med personalen viktig?
6. Vilket är viktigare: Att få snabb service eller att få en så informativ service som möjligt där personalen lägger ner tid och möda för gästens bästa?
 - a. Varför?
7. Är hela personalens bemötningssats lika viktig som hovmästarnas och/eller restaurangchefens?

Produkten

5. Vad är viktigast när det gäller själva produkten?
 - a. Utseendet?
 - b. Smakerna?
 - c. Doften?
6. Är det lika viktigt med maten som drycken?
 - a. Är kombinationen av bägge en viktig del?
7. Hur viktigt är det att menyn tilltalar er som gäster?
8. Uppfattningen är att denna aspekt prioriteras högst av de fem aspekterna, stämmer det?

Atmosfären

5. Tar ni det som en självklarhet att personalen lägger ner arbete för att ni ska njuta under restaurangbesöket?
6. Vad kan höja stämningen under ett restaurangbesök förutom bra mat och service?
7. Är rätt musik en relevant atmosfärshöjare?
8. Tycker ni att ansvaret även ligger hos er som gäst, att atmosfären uppnår er förväntan?

Styrsystem

5. Är det viktigt att personalen har stor kunskap i det de gör och att de inte ser fundersamma ut och gör misstag?
6. Hur mycket tror ni att en bra delegering och kommunikation påverkar er som gäst?
7. Bryr ni er om hur personalens arbetsmiljö är?
 - a. Långa arbetspass?
 - b. Överbelastning av personal?