



# **RAVINTOLA KOUKUN HELMEN PALVELUJEN KEHITTÄMINEN**

Jarkko Pajulahti

Opinnäytetyö  
Marraskuu 2012  
Palvelujen tuottamisen ja  
johtamisen koulutusohjelma

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Tampere University of Applied Sciences

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen

JARKKO PAJULAHTI:  
Ravintola Koukun Helmen palvelujen kehittäminen

Opinnäytetyö 40 sivua, joista liitteitä 1 sivu  
Marraskuu 2012

---

Opinnäytetyön aihe saatiin Tampereen Aterialta ja tarkemmin Koukun Helmen ravintokeskuksesta. Tavoitteena oli selvittää, mitä Koukkuniemen vanhainkodin vierailijat ajattelivat ravintola Koukun Helmen palveluista sekä kuinka he näitä palveluja kehittäisivät. Tutkimus oli luonteeltaan laadullista ja sen menetelmänä käytettiin teemahaastattelua.

Tutkimus toteutettiin Koukkuniemen vanhainkodin osastoilla sekä ravintola Koukun Helmen tiloissa. Osastojen kanssa oli sovittu tietyt ajat, jolloin haastatteluja tehtiin. Myös osa ravintolassa tehdyistä haastatteluista oli etukäteen sovittuja. Haastatteluja suoritettiin yhteensä 16 kappaletta ja niiden tekeminen lopetettiin saturaatiopisteen saavuttamisen jälkeen. Tutkija kirjasi tärkeimmät asiat muistiin haastattelun aikana ja viimeisteli muistiinpanot vielä haastattelun päätyttyä.

Tutkimuksessa esiin nousseet asiat analysoitiin teemoittelemalla. Teemoihin perehdytään tarkasti tutkimuksen analyysissä. Kolme teemaa nousivat selkeästi haastatteluista esiin. Nämä teemat olivat ravintola Koukun Helmen palvelun laatu, palvelujen markkinointi sekä ravintolaan liittyvät kehitysehdotukset.

Tutkimuksen aluksi esitellään lyhyesti Tampereen Ateria, Koukun Helmi sekä Koukkuniemen vanhainkoti. Teoriapohja on rakennettu palvelun ympärille ja palvelun koettu kokonaislaatu on suuri osa tutkimuksen teoriapohjaa. Tutkimuksen yhteydestä esiin nousevat asiasanat palvelu, palvelun laatu, laadullinen tutkimus ja teemahaastattelu.

---

Asiasanat: palvelu, palvelun laatu, laadullinen tutkimus, teemahaastattelu

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree programme in Service management

JARKKO PAJULAHTI:  
Development of Services in Restaurant Koukun Helmi

Bachelor's thesis 40 pages, appendices 1 page  
November 2012

---

The subject of this thesis was received from Tampereen Ateria and more specifically from the nutrition center of Koukun Helmi. The target of thesis was to find out, what the guests in Koukkuniemi rest homes think about the services of the restaurant Koukun Helmi and how they would develop these services. The research was made as a qualitative research and as the research method theme interview was used.

The research was made in the wards of Koukkuniemi rest homes and in the restaurant Koukun Helmi. The dates for the interviews were previously agreed on with the wards. Also some of the interviews that were made in the restaurant were agreed on beforehand. In total 16 interviews were made and interviewing was stopped when the saturation point was reached. The researcher wrote down the main views during the interviews and finished his notes right after interviewing.

In the research the most relevant things were collected as themes. The themes are viewed closely in the analytical part of the research. Three themes were above the others in the research. Those themes were quality of services in the restaurant Koukun Helmi, marketing of restaurants services and development proposals for the restaurant.

At the beginning of the thesis Tampereen Ateria, Koukun Helmi and Koukkuniemi rest home are introduced. In the theoretical section service has an important role. Also quality of services is outlined precisely. The main key words in this thesis are service, quality of services, qualitative study and theme interview.

---

Key words: service, quality of services, qualitative study, theme interview

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TAUSTATIEDOT.....	7
2.1	Tampereen Ateria.....	7
2.1.1	Koukun Helmi.....	8
2.2	Koukkuniemen vanhainkoti.....	8
3	RUOKAPALVELUJEN KEHITTÄMINEN.....	10
3.1	Palvelun käsite.....	10
3.1.1	Ruokapalvelut.....	10
3.2	Palveluprosessi.....	11
3.3	Palvelun Laatu.....	12
3.3.1	Tekninen ulottuvuus.....	12
3.3.2	Toiminnallinen ulottuvuus.....	12
3.3.3	Asiakkaan kokema kokonaislaatu.....	13
3.4	Palvelujen kehittäminen.....	14
4	TUTKIMUKSEN LÄHESTYMISTAPA JA MENETELMÄ.....	16
4.1	Tapaustutkimus.....	16
4.2	Laadullinen tutkimus.....	18
4.2.1	Tutkimuksen menetelmä ja analysointi.....	18
5	TUTKIMUKSEN TULOKSET TEEMOITTAIN.....	22
5.1	Ravintola Koukun Helmen palvelun laatu.....	22
5.1.1	Ruokapalvelujen laatu.....	22
5.1.2	Asiakaspalvelun laatu.....	24
5.2	Palvelujen markkinointi.....	25
5.3	Kehitysehdotukset.....	27
5.3.1	Ruokapalvelujen kehittäminen.....	28
5.3.2	Aukioloajat.....	29
5.3.3	Tilat ja tunnelma.....	30
5.3.4	Terassin hyödyntäminen.....	30
5.3.5	Oheistuotteet.....	32
6	YHTEENVETO.....	33
6.1	Tutkimuksen onnistuminen.....	33
6.2	Tutkimuksen lopputulokset.....	34
	LÄHTEET.....	37
	LIITTEET.....	39
	Liite 1. Haastattelurunko.....	39

## 1 JOHDANTO

Suomalaisten vapaa-ajan kodin ulkopuolinen ruokailu on lisääntynyt viime vuosina. Opiskeluun ja työhön liittyvä ruokailu opiskelija- sekä henkilöstöravintoloissa on pysynyt määrällisesti samalla tasolla 1990-luvun laman jälkeen. Eniten ulkona syövät nuoret, lapsettomat pariskunnat. Toinen suuri kodin ulkopuolisia ruokapalveluja käyttävä ryhmä on yli 45-vuotiaat, yksin asuvat ihmiset. (Kuluttajatutkimuskeskus 2012, 48-49.)

Suomessa kuluttajat mieltävät ravintola-alan palvelut vuonna 2011 paremmiksi, kuin muutamana aiempina vuotena. Myös tyytyväisyys ruokapalveluja tarjoaviin yrityksiin on lisääntynyt. Erityisesti ruokapalvelualan yritysten vertailtavuus on parantunut viime vuosina. Palvelujen vertailtavuutta parantaa internet, jonka ansiosta ravintolojen hinnat ja ruokalistat ovat helposti jokaisen nähtävissä. Koko ruokapalvelualan kehittymisen kannalta tärkeä tekijä on alan lisääntynyt kilpailu sekä asiakkaiden korkea vaatimustaso. Näistä syistä johtuen ruokapalveluyritykset joutuvat jatkuvasti parantamaan palveluidensa ja tuotteidensa laatua. (Kuluttajatutkimuskeskus 2012, 49-50.)

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tuottaa tietoa sekä kehitysideoita koskien ravintola Koukun Helmen palveluja. Tutkimuksen kohderyhmänä toimivat pelkästään Koukkuniemen Vanhainkodin asukkaiden omaiset ja vierailijat. Heiltä saatu aineisto kerättiin haastatteleamalla omaisia Koukkuniemen vanhainkodin osastoilla sekä ravintola Koukun Helmessä. Ehdotus tutkimuksen aiheesta saatiin Koukun Helmen ruokapalvelupäällikkö Katja Ahoselta. Hänen mukaansa Koukkuniemen vanhainkodin vierailijat eivät vielä käytä ravintola Koukun Helmen palveluja määrällisesti toivotulla tavalla (Ahonen 2012).

Teemahaastattelun avulla kerätyn aineiston tarkoituksena oli vastata kolmeen ennalta asetettuun tutkimuskysymykseen.

1. Kuinka hyvin vierailijat tuntevat ravintola Koukun Helmen palvelut?
2. Vastaavatko ravintola Koukun Helmen palvelut tällä hetkellä vierailijoiden tarpeita?
3. Kuinka ravintola Koukun Helmen palveluja voitaisiin tulevaisuudessa kehittää?

Teemahaastattelun tueksi oli muodostettu puolistrukturoitu haastattelurunko, jota käytettiin apuna haastattelujen aikana. Haastattelurungon avulla pyrittiin saamaan vastaajat ymmärtämään, mistä haastatteluissa oli kyse. Tutkimuksen aikana todettiin, että varsin usein vastaajat olivat halukkaita kertomaan Koukkuniemen vanhainkodin osastoille tulevasta ruoasta. Tämä ei kuitenkaan ollut oleellista tässä tutkimuksessa vaan tarkoituksena oli keskittyä vain ravintolan palveluihin.

Tutkimuksen haastattelut suoritettiin Koukkuniemen vanhainkodin osastoilla sekä ravintola Koukun Helmessä. Haastattelujen tärkeimmiksi koetut asiat kirjattiin muistiin haastattelujen aikana ja muistiinpanot kirjoitettiin puhtaaksi haastattelujen päätyttyä, kun asiat olivat vielä hyvin muistissa. Tutkimuksen tuloksia purettaessa korostettiin haastatteluista esiin nousseita teemoja. Nämä teemat olivat ravintola Koukun Helmen palvelujen laatu, palvelujen markkinointi sekä palvelujen kehittäminen.

## 2 TAUSTATIEDOT

### 2.1 Tampereen Ateria

”Tampereen Ateria on Tampereen kaupungin liikelaitos, joka tarjoaa asiakkailleen monipuolisia ja laadukkaita ateriapalveluja ja muita ratkaisuja asiakaslähtöisesti ja taloudellisesti” (Talous- ja strategiaryhmä 2011, 11).

Palvelukeskus Tampereen Ateria perustettiin 1.7.2005, jolloin Tampereen kaupungin ruokapalvelut päätettiin keskittää yhteen suureen organisaatioon. Osa erityisluonteen omaavista keittiöistä, kuten museotoimen ravintola- ja kahvilapalvelut jätettiin keskitetyn palvelukeskuksen ulkopuolelle. Aikaisemmin ruokapalvelut olivat toimineet hajautetusti kaupungin organisaatioissa, eri toimialoilla ja yksiköissä. Keittiöiden keskittämisen tarkoituksena oli varmistaa kaupungin oman ruokapalvelutuotannon asiakaslähtöisyys, tehokkuus sekä laadunhallinta. Kaupungin toimintamallin uudistamisen myötä Tampereen Ateria aloitti toimintansa sisäisenä liikelaitoksena 1.1.2007. Kuntalain liikelaitoksia koskevan lainsäädännön muututtua, Tampereen Ateria Liikelaitos aloitti toimintansa 1.1.2009 kuntalain 10a-luvun mukaisena kunnan liikelaitoksena. (Talous- ja strategiaryhmä 2011, 11–13.)

Tampereen Ateria työllistää noin 500 henkilöä. Suurimpia ammattiryhmiä ovat kokit, ruokapalvelutyöntekijät sekä ruoka- ja puhdistuspalvelutyöntekijät. Työntekijöistä kaksi kolmannesta on 40-59 vuotiaita. Henkilöstö on naisvaltaista, sillä peräti 98 prosenttia Tampereen Aterian palveluksessa toimivista henkilöistä on naisia. (Talous- ja strategiaryhmä 2011, 11–13.)

Tampereen Aterian liikevaihto on noin 36 miljoonaa euroa. Vuositasolla aterioita valmistetaan noin 10 miljoonaa. Ateriapalvelujen lisäksi siivous- ja puhdistuspalveluista vastataan 72 päiväkodissa. Tampereen Aterian alaisuudessa toimii 150 keittiötä. Näistä yli puolet on tuotantokeittiöitä, jotka tuottavat ateriapalveluja saman talon asiakkaille ja mahdollisesti myös alueellisesti läheisiin toimipaikkoihin. Keittiöistä alle puolet on palvelukeittiöitä. Palvelukeittiöissä valmistetaan lisukkeet ja huolehditaan asiakaspalvelusta sekä astiahuollosta. Pääruokansa palvelukeittiöt saavat alueellisilta tuotantokeittiöiltä. Alueellinen tuotantokeit-

tiö valmistaa päivässä 800- 5000 ateriaa, tuotantokeittiö 160- 1000 ateriaa sekä palvelukeittiö tarjoaa päivittäin 30- 400 ateriaa. (Talous- ja strategiaryhmä 2011, 11–13.)

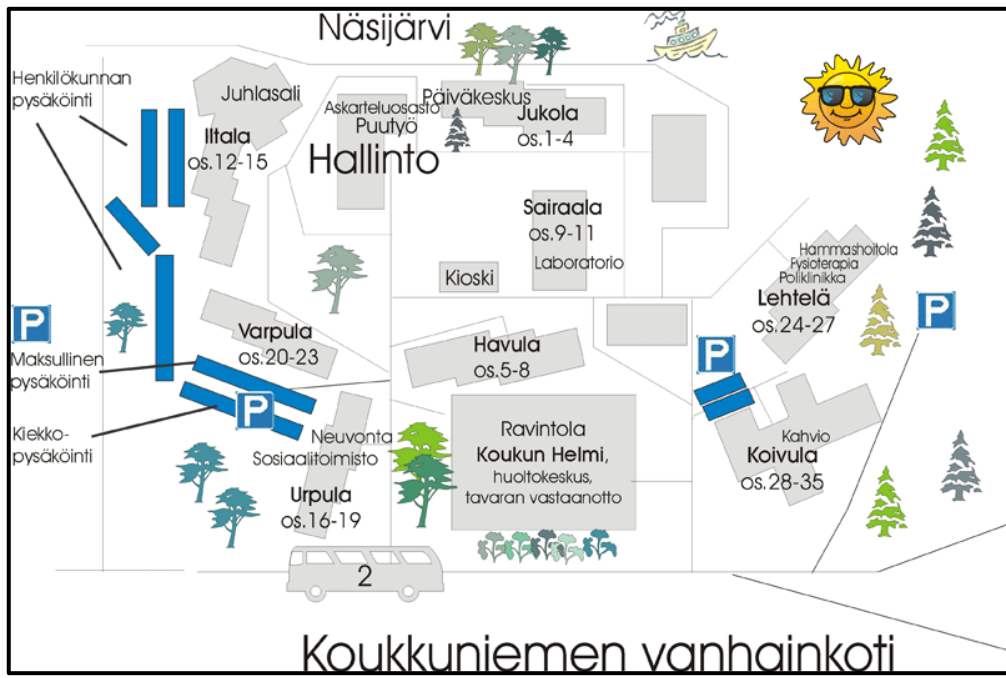
### **2.1.1 Koukun Helmi**

Ravintokeskus Koukun Helmi on Tampereen Aterian alueellinen tuotantokeittiö, joka aloitti toimintansa nykyisissä tiloissaan vuonna 2008. Koukun Helmi tuottaa ruokapalveluja Koukkuniemen vanhainkodin sekä Rauhaniemen sairaalan asukkaille, Kaupin sairaalan potilaille, Kotiateriapalveluasiakkaille sekä kahteen lounasravintolaan. Koukun Helmi työllistää yhteensä noin 60 työntekijää. (Ahonen 2012.)

Ravintola Koukun Helmi on lounasravintola, joka sijaitsee keskeisellä paikalla Koukkuniemen vanhainkodin alueella. Vuoden jokaisena päivänä avoinna oleva ravintola palvelee päivässä noin 100-120 asiakasta. Lounas- ja kahvilapalvelujen lisäksi ravintola Koukun Helmestä on mahdollisuus tilata juhlaruokia, kuten täytekakkuja. Ravintola Koukun Helmestä löytyy myös kaksi erillistä kabinettiä, joissa voi järjestää juhlia tai kokouksia sekä tilata näihin tilaisuuksiin kahvit ja muut tarjottavat tuotteet, tai noutaa ruoan lounaslinjastosta. (Ahonen 2012.)

## **2.2 Koukkuniemen vanhainkoti**

Koukkuniemen vanhainkoti tarjoaa vanhuksille pitkäaikaista laitoshoidtoa sekä päiväkeskustoimintaa. Koukkuniemessä on yli 800 hoitopaikkaa. Näistä sairaalapaikkoja on 257. Näsijärven rannalla sijaitseva vanhainkoti on perustettu vuonna 1886. Vanhainkodin alueella on 12 erillistä rakennusta. Näissä rakennuksissa toimii 31 osastoa sekä muita vanhusten elämää tukevia palveluyksiköitä, kuten Koukkuniemen päiväkeskus sekä ravintokeskus Koukun Helmi. (Tampereen kaupunki 2012.)



KUVA 1. Koukkuniemen vanhainkotialueen kartta. (Tampereen kaupunki 2012)

### 3 RUOKAPALVELUJEN KEHITTÄMINEN

#### 3.1 Palvelun käsite

Palvelua voidaan tarkastella kuluttajan tai tuottajan näkökulmasta. Kuluttajalle, eli asiakkaalle, palvelun hankkiminen ja käyttäminen voi olla tapahtumana ainutlaatuinen, jonka hän muistaa koko lopun elämänsä, jokapäiväinen rutiininomainen toimenpide tai täysin huomaamaton tapahtuma arjen keskellä. Kuluttaja ei aina niinkään ajattele tuottajan suorittamia prosesseja ja toimenpiteitä palvelua kuluttaessaan, vaan keskittyy omien tavoitteidensa saavuttamiseen. Asiakkaalle palvelujen merkitykset vaihtelevat ja ne koetaan hyvin erilaisesti asiakkaasta riippuen. (Kinnunen 2004, 7.)

Tuottajan näkökulmasta palvelu on tapahtumien ja prosessien sarja. Palveluun voi liittyä jokin fyysinen tuotos, mutta pääosin palvelu on aineeton, asiakkaalle jonkin hyödyn tuottava, toimenpiteiden sarja. Tapauksesta riippuen, asiakas osallistuu palvelun tuottamiseen joskus enemmän, joskus vähemmän. Tämä tuo haasteita palvelun tuottajalle, sillä se pystyy määrittämään vain omia toimiaan ja pyrkii saamaan asiakkaan toimimaan haluamallaan tavalla. (Kinnunen 2004, 7.)

Grönroosin (2009) mukaan palvelu voidaan jakaa kolmeen kategoriaan, joista yhdistettynä muodostuu palvelupaketti. Nämä osat ovat ydinpalvelu, mahdollistavat palvelut sekä tukipalvelut. Ydinpalvelut muodostavat markkinoilla olemisen syyt ja vastaavat asiakkaiden keskeisiin tarpeisiin, kuten hotellien majoituspalvelut. Jotta asiakkailta olisi mahdollisuus käyttää ydinpalveluja, useimmiten tarvitaan myös mahdollistavia palveluja ja tuotteita, jotka ovat edellytys ydinpalvelun toiminnalle. Esimerkiksi hotelli ei pysty tuottamaan majoitusta ilman vastaanotto- ja aulapalvelua. Markkinoilla kilpailijoista erottautumiseen käytetään tukipalveluja, jotka lisäävät ydinpalvelun arvoa. Hotellien ravintolat ovat oivallinen esimerkki tästä. (Grönroos 2009, 224.)

##### 3.1.1 Ruokapalvelut

Ruokapalvelut koostuvat päivittäisestä kodin ulkopuolella tapahtuvasta ruokailusta. Ruokapalveluilla on mahdollista hoitaa myös edustus- ja tilaustarjoilua. Ruokapalvelujen tarkoituksena on edistää asiakkaidensa hyvinvointia tuottamalla monipuolisia ateri-

oita mahdollisimman asiakaslähtöisesti. Aterioinnin sekä sen liitännäispalvelujen tulee luoda asiakkaille elämyksiä sekä kehittää hänen makutottumuksiaan. (Lampi, Laurila & Pekkala 2003, 9.)

Ruokailu antaa mahdollisuuden sosiaaliseen kanssakäymiseen muiden ihmisten kanssa, esimerkiksi työn lomassa. Tällä tavalla se edistää yhteisön sisäistä vuorovaikutusta, joka on edellytys ihmisten jaksamiselle ja henkisellet hyvinvoinnille. Yhteiskunnassamme on nykyisin myös paljon eri kulttuureiden edustajia. Heidän omat ruokatottumuksensa rikastuttavat omaa ruokakulttuuriamme ja vaativat ruokapalveluilta uutta osaamista ja jatkuvaa toiminnan kehittämistä. (Lampi ym. 2003, 9.)

Suurin osa ruokapalveluista toimii kuntien ja valtion ylläpitämissä laitoksissa, kuten kouluissa, sairaaloissa ja varuskunnissa. Muita suuria ruokapalvelujen tuottajia ovat muun muassa henkilöstöravintolat, baarit, kahvilat, hotellit sekä ravintolat. Näillä ruokapalvelujen tuottajilla on suuri vastuu aterioiden hygieenisyydestä ja ravitsemuksesta, sillä aterioiden tulee ylläpitää ja edistää terveyttä. (Lampi ym. 2003, 9-10.)

### **3.2 Palveluprosessi**

Palvelun sisältöä määritettäessä voidaan käyttää apuna prosessikuvauksia. Palvelut ja tuotteet syntyvät aina jonkin työprosessin kautta. Prosessit rakentuvat eri tavoin yhteydessä olevista toimintoketjuista, joiden avulla palveluja tuotetaan. Palveluprosessia voidaan kuvata myös asiakkaaseen kohdistuvana palvelujen sarjana, joka muuttaa yksittäisten palvelujen työt tuotoksi. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 40-41.)

Palveluprosessin aikana tai sen lopputuotoksena asiakas saa palvelun tuoman hyödyn. Samalla palveluyrityksen kokemus ja asiantuntemus lisääntyvät. Prosessin aikana asiakkaalta saatu palaute on erittäin tärkeää. Siitä käy ilmi, missä kohdassa palveluntarjoaja on onnistunut ja missä olisi vielä kehitettävää. Näin Palveluntarjoaja voi hyödyntää asiakkailta ja muista lähteistä saamaansa käyttökokemustietoa kehittäessään palveluprosessia edelleen. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 40-41.)

Prosessit tulisi aina määritellä mahdollisimman yksityiskohtaisesti. Näin pystytään selkeästi osoittamaan, ketkä osallistuvat palvelun tuottamiseen, missä vaiheessa ja kuinka pitkän ajan. Määrittelyllä voidaan myös täsmentää palvelun laadulliset, taloudelliset

sekä muut tavoitteet ja tarkastella niiden onnistumista. Tämä on todella tärkeää palvelun laadun kehittymisen kannalta. Prosesseissa voidaan kuvata myös ne palvelun osat, jotka asiakkaan odotetaan itse tekevän, sillä ne ovat tärkeä osa koko yhteistyötä. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 40-41.)

### **3.3 Palvelun Laatu**

Palvelun laadun lähtökohtana ovat asiakkaan odotukset. Useasti asiakkaan odotukset palveluilta ovat perusodotuksia, eli odotetaan, että palvelun tuottaja tekee vain sen mitä pitääkin tehdä. Palveluun kohdistuviin odotuksiin vaikuttavat olennaisesti palvelun hinta, muiden mielipiteet palvelusta sekä mainonta. Palvelun laatu mielletään hyväksi, mikäli palvelun tuottaja on pystynyt vastaamaan asiakkaan odotuksiin. Erinomaista palvelu on, mikäli asiakkaan odotukset pystytään ylittämään. Asiakkaan kokema palvelu jaetaan tekniseen ja toiminnalliseen osaan. (Pakkanen, Korkeamäki & Kiiras 2009, 47.)

#### **3.3.1 Tekninen ulottuvuus**

Asiakkaalle on tärkeää se, mitä he saavat vuorovaikutuksessaan palveluntarjoajan kanssa. Tämä on kuitenkin vasta yksi laadun ulottuvuus, eli koko palveluprosessin lopputuloksen tekninen laatu. Tämä on se osa palvelun laatua, joka jää asiakkaalle, kun tuotantoprosessi sekä myyjän ja ostajan välinen vuorovaikutus ovat ohi. Asiakkaat pystyvät yleensä mittaamaan tätä ulottuvuutta melko totuudenmukaisesti, sillä kyseessä on palvelun tekninen osuus. (Grönroos 2009, 100-101.)

#### **3.3.2 Toiminnallinen ulottuvuus**

Asiakkaaseen vaikuttaa myös se, miten hän palvelun saa ja millaiseksi hän kokee samanaikaisen kulutus- ja tuotantoprosessin. Palvelun kokonaislaatuun vaikuttaa siis se, millä tavalla tekninen laatu toimitetaan asiakkaalle. Palveluyrityksen työntekijöiden ulkoinen olemus sekä heidän toimintatapansa vaikuttavat asiakkaan palvelusta muodostamaan käsitykseen. Palvelukokemukseen vaikuttavat myös muut samaan aikaan, samaa palvelua käyttävät ihmiset. Muut asiakkaat voivat häiritä ja ärsyttää asiakasta, mutta toisaalta he voivat vaikuttaa myönteisesti ostajan ja myyjän väliseen vuorovaikutukseen sekä ilmapiiriin. (Grönroos 2009, 101-102.)

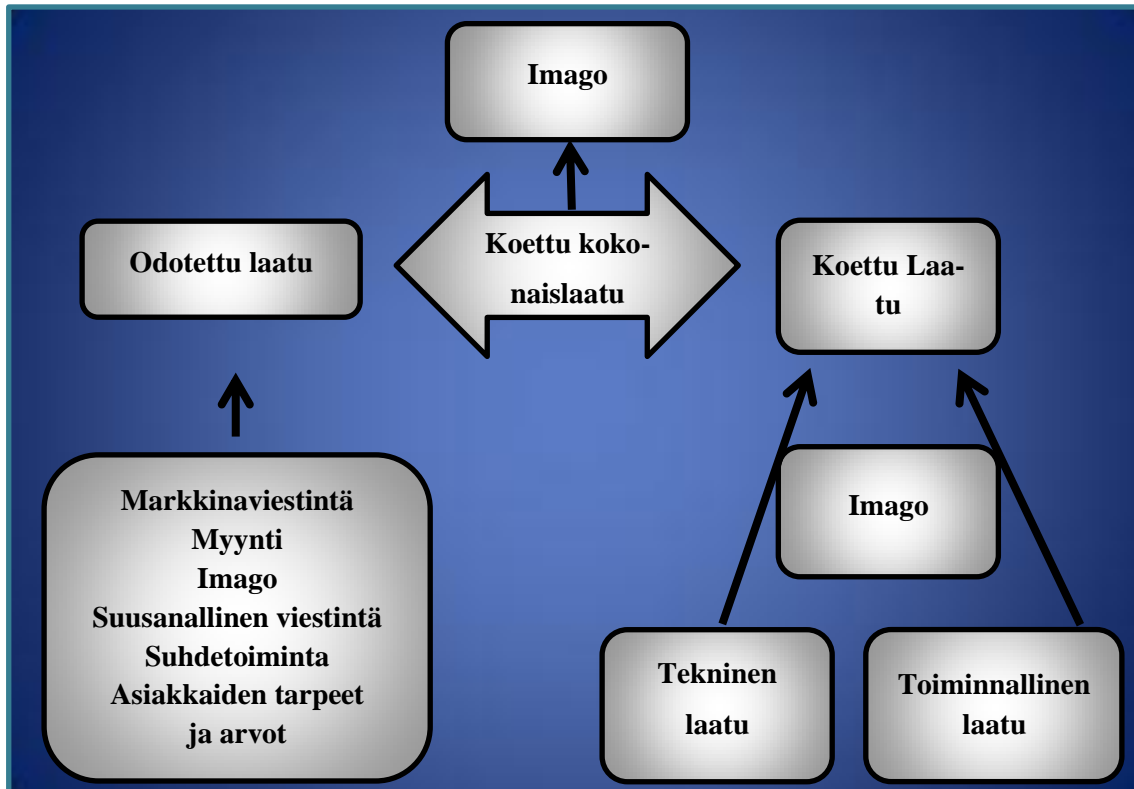
Teknisen- ja toiminnallisen laadun lisäksi asiakas pystyy useimmiten näkemään palveluyrityksen resurssit, prosessit sekä toimintatavat. Siksi palveluja tarjoavan yrityksen imago on useimmissa tapauksissa tärkeä tekijä ja vaikuttaa laadun kokemiseen monin tavoin. Mikäli asiakkaalla on positiivinen mielikuva palveluntarjoajasta, on pienet virheet mahdollista saada helposti anteeksi, mutta jos virheitä sattuu usein, imago kärsii. Asiakkaan valmiiksi kielteinen mielikuva palveluyrityksestä saa pienetkin virheet näyttämään suuremmilta, kuin mitä ne todellisuudessa ovat. (Grönroos 2009, 101-102.)

### **3.3.3 Asiakkaan kokema kokonaislaatu**

Käsitys palvelun tasosta ei kuitenkaan perustu pelkästään laatu-ulottuvuuksista saatuihin kokemuksiin. Kuvassa 2 on havainnollistettu, kuinka laatukokemukset liittyvät markkinointitoimiin. Yhdessä laatu-ulottuvuuksien kanssa odotettu laatu luo käsityksen palvelun kokonaisuudesta. Odotettu laatu muodostuu markkinaviestinnästä, myynnistä, imagosta, suusanallisesta viestinnästä, suhdetoiminnasta sekä asiakkaiden tarpeista ja arvoista. (Grönroos 2009, 105-106.)

Markkinointiviestintään sisältyy muun muassa mainonta, suoramarkkinointi, internet-viestintä sekä myyntikampanjat, jotka toteutetaan kokonaan yrityksen valvonnassa. Yritysten tulisi ottaa mukaan jokaiseen laatuhankeeseensa vastuuhenkilöiden lisäksi myös markkinointiviestinnän vastuuhenkilöt. Imagoa, suhdetoimintaa ja suusanallista viestintää palvelun tuottaja ei pysty suoraan valvomaan. Näihin tekijöihin voi vaikuttaa myös ulkopuolelta, mutta suurimmaksi osaksi ne riippuvat yrityksen aiemmasta toiminnasta. Myös asiakkaan tarpeet ja arvot vaikuttavat siihen, mitä hän palvelulta odottaa. (Grönroos 2009, 105-106.)

Grönroosin mukaan palvelun koettua kokonaislaatua ei siis määritä pelkästään tekninen ja laadullinen ulottuvuus vaan pikemminkin palvelun odotukset suhteessa toteutuneeseen palveluun. Myös imago on keskeinen osa asiakkaan kokemaa laatua, jota tulisi johtaa asianmukaisesti. Imagon kehittymistä ja sen ongelmia ei kuitenkaan aina ymmärretä riittävän hyvin. (Grönroos 2009, 106, 149.)



KUVA 2. Palvelun koettu kokonaislaatu. (Grönroos 2009, 105.)

### 3.4 Palvelujen kehittäminen

Palvelujen kehittäminen on usein nopeampaa ja kohdistuu jo olemassa olevan palvelun uudistamiseen ja paranteluun. Palveluja on huomattavasti vaikeampi kokeilla etukäteen kuin fyysisiä tuotteita. Myös kilpailijat pystyvät kopioimaan palveluja helposti. Tästä johtuen palveluja ei monesti edes haluta kokeilla etukäteen. (Kinnunen 2004, 29.)

Palvelujen kehitysprosessi on huomattavasti epämääräisempi, kuin fyysisten tuotteiden kehitysprosessi. Strategioiden ja tavoitteiden laatiminen on palvelujen kehittämisessä harvinaista. Palveluja suunnittelevat usein samat ihmiset, jotka niitä myös toteuttavat. Näin ollen palvelut suunnitellaan useimmiten oman työn ohessa, ilman ulkopuolista apua, kuten tuotekehittäjiä tai asiantuntijoita. (Kinnunen 2004, 30.)

Kinnusen (2004) mukaan palvelujen kehitysprosessi voidaan jakaa kolmeen merkittävään osaan. Ensimmäiseksi ideoidaan palveluja, joille yrityksellä olisi tarvetta. Tämä vaihe on usein aika sekava ja parhaimmat ideat syntyvätkin organisaatiossa työskentelevien ihmisten oivallusten ja käytännössä ilmenneiden ongelmien myötä. Myös yhteistyökumppaneiden tarpeista ja asiakkaiden toiveista syntyy varteenotettavia ideoita. Pal-

velujen ideointivaiheessa pyritään saamaan mahdollisimman paljon ehdotuksia, joista myöhemmin karsitaan jatkoon parhaimmat ja lupaavimmat kehitysehdotukset. (Kinnunen 2004, 40-41, 96.)

Palveluideoiden määrittelyn jälkeen pyritään ideat saattamaan konkreettiseen muotoon, eli niistä laaditaan tuotantokonsepteja. Tuotantokonsepti kuvailee sitä, mitä asiakkaalle tarjotaan. Siitä selviää myös miten palvelu aiotaan tuottaa sekä mikä on palvelun loppu-tulos asiakkaan näkökulmasta. Tiivistetysti tuotantokonsepti kertoo mitä ja millaisten prosessien avulla tullaan tekemään. Asiakkaiden avulla tuotantokonsepti pyritään testaamaan, jotta saadaan selville asiakkaiden saaman hyödyn toteutuminen sekä uuden palvelun menestysmahdollisuudet. Testauksen perusteella parhaat konseptit valitaan seuraavaan vaiheeseen. (Kinnunen 2004, 64-65, 96.)

Mikäli tuotantokonseptin testauksessa on saatu riittävästi positiivisia tuloksia, voidaan aloittaa palvelumallin laatiminen. Tämä tarkoittaa yksityiskohtaista ja toimenpiteet tarkasti määrittelevää palvelun kuvausta. Palvelumalli on palvelun tuottajan näkökulmasta toteutettu palvelun tuotantokaavio, jonka lisänä tulisi käyttää myös sanallisia selityksiä sekä mahdollisesti selventäviä kuvioita. Mikäli palvelumalli on hyväksyttävä, voidaan tämän pohjalta aloittaa palvelun käyttöön sopeuttaminen, henkilöstön kouluttaminen sekä palvelun hinnoittelu. (Kinnunen 2004, 77, 96.)

## 4 TUTKIMUKSEN LÄHESTYMISTAPA JA MENETELMÄ

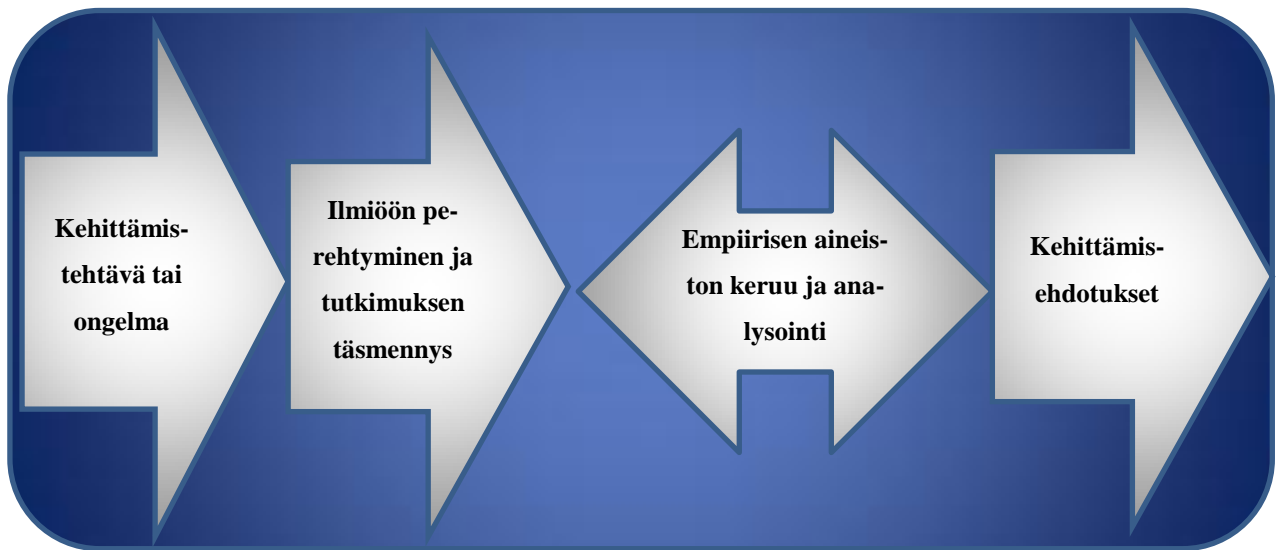
### 4.1 Tapaustutkimus

Tapaustutkimus, eli case study, on tutkimuksen lähestymistapa. Se voidaan määritellä empiiriseksi tutkimukseksi, joka monipuolisia ja monilla tavoin hankittuja tietoja käyttäen tutkii nykyistä tapahtumaa tai toimivaa ihmistä tietyssä ympäristössä. Yksinkertaisesti tapaustutkimus voidaan siis määrittää toiminnassa olevan tapahtuman tutkimiseksi. Määrittelyn kannalta hankalinta on, että tapaus voi olla lähes mikä vain, kuten yksilö, ryhmä, koulu, sairaala tai osasto. (Metsämuuronen 2001, 16-17.)

Luonteenomaista tapaustutkimukselle on, että yksittäisestä tapauksesta tuotetaan yksityiskohtaista tietoa. Aineistonkeruussa voidaan käyttää useita eri menetelmiä ja tyypillisesti tavoitellaan ilmiöiden kuvailemista. Koska tapaustutkimuksessa käytetään erilaisia tiedonkeruu- ja analyysitapoja, ei sitä voida pitää pelkästään aineistonkeruun tekniikkana. Olennaisinta on, että käsiteltävä aineisto muodostaa tavalla tai toisella kokonaisuuden, eli tapauksen. (Saarela-Kinnunen & Eskola 2001, 159.)

Tutkimusta ei ole aloitettava tyhjästä vaan se nojautuu aina teorioihin, metodeihin ja aiempiin tutkimuksiin. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, että tutkimuksessa pitää noudattaa vanhoja käytäntöjä, mutta sen pitää olla niistä tietoinen. Aiempaan materiaaliin tutustuminen on samalla myös omaan lähestymiseen tutustumista, kun omia ajatuksia verrataan toisten ajatuksiin. Olemassa olevasta materiaalista on tärkeintä löytää se, mikä on oman tehtävän kannalta oleellista. (Ojansalo, Moilanen & Ritalahti. 2009, 53-54.)

Tapaustutkimuksessa lähdetään yleensä liikkeelle analysoitavasta tai tutkittavasta tapauksesta, ei pelkästään yleisistä teorioista. Aiheeseen tulee ensin perehtyä hyvin. Siten vasta tietää, mitä todella voi kysyä ja mikä todellinen tutkimus on. Kehittämiskohteen valinta ei tapaustutkimuksessa aina ole tutkimusprosessin ensimmäinen vaihe, sillä kehittämiskohde täsmentyy usein vasta prosessin edetessä. On mahdollista, että tutkimuksen edistyessä alkuperäinen tutkimusongelma ei ole enää tärkeä, jolloin sitä pitää muuttaa ja muokata. Tämä ei ole mitenkään väärin vaan täysin luonnollinen osa tutkimusprosessia. (Ojansalo ym. 2009, 54.) Kuvassa 3 on havainnollistettu tapaustutkimuksen tavanomaiset vaiheet.



KUVA 3. Tapaustutkimuksen vaiheet. (Ojansalo ym. 2009, 54.)

Tapaustutkimusta on mahdollista tehdä sekä määrällisin että laadullisin menetelmin tai niitä yhdistelemällä. Usein tapaustutkimus liitetään kvalitatiivisiin menetelmiin, mutta siinä on mahdollista käyttää myös määrällisiä menetelmiä, kuten kyselyjä. Aineisto kuitenkin pyritään keräämään luonnollisissa tilanteissa esimerkiksi havainnoimalla erilaisia tilanteita tai analysoimalla kirjallisia aineistoja. (Ojansalo ym. 2009, 55.)

Erilaisten haastattelujen käyttö tiedonkeruumenetelmänä tapaustutkimuksessa on myös yleistä. Teemahaastattelu, avoin haastattelu ja ryhmähaastattelu ovat yleisiä haastattelun muotoja tapaustutkimuksessa. Tiedon kerääminen haastattelujen avulla on luontevaa, koska tapaustutkimus liittyy ihmisen toiminnan tutkimiseen eri tilanteissa. Näin ollen haastateltavat, eli tutkittavan ilmiön asiantuntijat, voivat selittää ja kuvata kyseistä ilmiötä. Asiantuntijat voivat myös kuvailla tilanteeseen johtaneita syitä, joiden todenperäisyydestä haastatteli voi ottaa selvää esimerkiksi havainnoimalla. Havainnoin ja erilaisten haastattelujen lisäksi tapaustutkimuksen menetelmäksi voidaan valita muun muassa benchmarking tai aivoriihityöskentely. (Ojansalo ym. 2009, 55.)

Tapaustutkimuksen avulla ei varsinaisesti kehitetä mitään, vaan luodaan tietoa ja kehitysehdotuksia havaittuun ongelmaan (Ojansalo ym. 2009, 38). Tästä syystä se sopii erinomaisesti lähestymistavaksi tälle tutkimukselle, jonka tavoitteena oli tuottaa Tampereen Aterialle kehitysideoita sekä tietoa siitä, millä tavalla ravintola Koukun Helmen

palveluja voitaisiin tulevaisuudessa kehittää. Tämän tutkimuksen hyödyntäminen ei siis kuulu itse tutkimuksen tekemiseen.

## **4.2 Laadullinen tutkimus**

Laadullinen, eli kvalitatiivinen tutkimus tuottaa ymmärtävää tietoa ja ensisijaisesti se vastaa kysymyksiin miksi, millainen ja miten. Kvalitatiivisen tutkimuksen tavoitteena on ymmärtää asioita pääsääntöisesti ihmisten näkökulmasta. Monesti tiedonkeruun kohteena olevat ihmiset määritellään kuluttajiksi tai asiakkaiksi. (Inspirans Oy 2009.)

Laadullinen tutkimus on erityisen hyödyllistä silloin, kun tarvitaan tietoa asioista, joita ei tiedetä tai tunneta kovin tarkasti. Kvalitatiivinen tutkimus soveltuu myös monimutkaisten prosessien, kuten henkilön valintapäätösten tutkimiseen. Onnistuessaan laadullinen tutkimus saa tutkittavan kohderyhmän ajatukset ja näkökulmat inspiroimaan omaa ajattelua ja kehitystyötä. (Inspirans Oy 2009.) Tutkimus ravintola Koukun Helmen palveluista toteutettiin laadullisena, koska haluttiin ymmärtää Koukkuniemen vanhainkodin vierailijoita syvällisemmin, eikä ainoastaan tuottaa laajaa ja pinnallista aineistoa.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään saamaan selville asioita, joita tutkija ei osannut kuvitella (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2001, 155). Tässä tutkimuksessa oli tarkoituksena tuottaa ajatuksia, joita ammattitaitoinen henkilökuntakaan ei välttämättä ollut tullut ajatelleeksi. Vanhainkodin vierailijat muodostavat iältään ja ruokailutottumuksiltaan niin laajan ryhmän, että heiltä saadusta aineistosta löytyy varmasti uusia mielenkiintoisia ajatuksia ja kehitysehdotuksia.

Laadullisen tutkimuksen lähtökohtana ei ole teorioiden ja hypoteesien testaaminen, vaan aineiston monitahoinen ja yksityiskohtainen ymmärtäminen. Tutkijan on tiedostettava, että hän ei pysty määrittämään laadullisessa tutkimuksessa tutkimuskohteesta esiin nousevia asioita tai yksityiskohtia. Laadullisessa tutkimuksessa tutkimussuunnitelma muotoutuu tutkimuksen edetessä. Tutkimusta pitää viedä eteenpäin joustavasti ja alustavia suunnitelmia voidaan muuttaa olosuhteiden mukaisiksi. (Hirsjärvi ym. 2001, 155.)

### **4.2.1 Tutkimuksen menetelmä ja analysointi**

Kvalitatiivisen tutkimuksen aineiston keruussa käytetään menetelmiä, jotka vievät tutkijan mahdollisimman lähelle tutkittavaa kohdetta. Yleensä tutkijan pyrkimyksenä on tavoittaa tutkittavien näkökulma tutkittavana olevasta ilmiöstä. Käytetyimpiä aineiston keruun muotoja ovat erilaiset haastattelut ja havainnointi, mutta esimerkiksi myös päiväkirjat ja muut arkipäivän elämäntilanteissa syntyvä materiaali voi olla tutkijan analysoinnin kohteena. Määrälliselle tutkimukselle tyypillisen satunnaisotannan sijasta käytetään usein harkinnanvaraista näytettä, jolloin tutkittavaksi valitaan kohde, jonka kautta tarkasteltavana olevaan ilmiöön voidaan syvällisesti ja mielekkäästi perehtyä. (Kiviniemi 2001.)

Tutkimusmenetelmänä tässä tutkimuksessa käytettiin teemahaastattelua. Teemahaastattelu voidaan luonnehtia keskusteluksi, joka tapahtuu tutkijan aloitteesta ja myös etenee hänen ehdoillaan. Teemahaastattelussa tutkija pyrkii saamaan haastateltavalta ne tiedot, joita haastattelija tutkimuksen tekemiseen tarvitsee. (Eskola & Vastamäki 2001, 24.) Toisaalta tutkimusmenetelmäksi voitaisiin määrittää puolistrukturoitu haastattelu. Tällöin haastateltaville esitetään lähes samat kysymykset lähes samassa järjestyksessä. On kuitenkin mahdollista, että kysymysten järjestystä vaihdellaan ja myös lisäkysymysten esittäminen on mahdollista. (KvaliMOTV 2006.)

Puolistrukturoidusta haastattelustakin käytetään toisinaan nimitystä teemahaastattelu. Jos esimerkiksi esitetään tarkkoja kysymyksiä tietyistä teemasta, mutta ei välttämättä kysyä samoja kysymyksiä kaikilta haastateltavilta (KvaliMOTV 2006). Tässä tutkimuksessa haastatteluihin oli tehty puolistrukturoitu haastattelurunko (liite 1), mutta se oli käytännössä vain apuväline keskustelun oikeaan suuntaan viemiseksi, mikäli haastateltavan keskittyminen alkoi herpaantua pois itse aiheesta. Haastattelun edetessä kysymyksiä kehiteltiin lisää, riippuen haastateltavien aiemmista vastauksista. Myös monia kysymyksiä jätettiin pois tapauskohtaisesti, mikäli katsottiin, että niillä ei saatu enää mitään lisätietoa irti haastateltavasta. Tutkimuksen menetelmästä on näin ollen perusteltua käyttää tässä tapauksessa käsitettä teemahaastattelu.

Teemahaastattelut suoritettiin Koukkuniemen vanhainkodin osastoilla sekä ravintola Koukun Helmessä. Osastoilla suoritettavista haastatteluista oli pyydetty etukäteen osastojen lupa. Haastattelupäivät sovittiin osastokohtaisesti ja osaston henkilökuntaa pyydettiin kertomaan vierailijoille tulevista haastatteluista, jotta he voisivat sovittaa vierailunsa tälle ajankohdalle, mikäli mahdollista. Ravintola Koukun Helmessä tehdyistä haastatte-

luista osa oli ennalta sovittuja tapaamisia, mutta muutama haastattelu toteutettiin myös täysin yllättäen.

Haastateltavat tahtovat usein kuulla kenen toimesta tutkimusta tehdään sekä kuinka paljon tutkittavia henkilöitä on. Myös tieto siitä, kuinka heidän vastauksiaan käytetään tutkimuksessa, on vastaajille tärkeää. (Research methods knowledge base 2006.) Haastateltaville kerrottiin aluksi, että tutkimusta toteutetaan Tampereen ammattikorkeakoululle tehtävää opinnäytetyötä varten. Tämä tieto kiinnosti usein vastaajia ja he halusivat kuulla lisää tutkimuksesta. Alustava keskustelu auttoi luomaan ystävällisen ilmapiirin tutkijan sekä vastaajan välille. Tämä auttoi yleensä vastaajia keskittymään paremmin itse haastatteluun.

Haastatteluja ei nauhoitettu, koska ajateltiin sen vain hermostuttavan vastaajia. Keskustelun yhteydessä tehtiin muistiinpanoja ja jokaisen haastattelun jälkeen muistiinpanot kirjoitettiin puhtaaksi, kun käydyt asiat olivat vielä tuoreessa muistissa. Muutamassa haastattelussa kirjaamisen apuna käytettiin kannettavaa tietokonetta. Se nopeutti vastausten kirjaamista, mutta välillä tietokone loi haastatteluihin etäisen tunnelman.

Laadullisia menetelmiä käytettäessä on tutkittavia huomattavasti vähemmän, kuin määrällisessä tutkimuksessa, mutta analysoitavaa aineistoa, kuten auki kirjoitettuja eli litteoituja haastatteluja, syntyy usein todella paljon. Kvalitatiiviselle tutkimukselle on ominaista, että suppeasta kohteesta hankitaan paljon tietoa, jolloin voidaan ymmärtää kyseessä olevaa ilmiötä paremmin ja kokonaisvaltaisemmin. Laadullisissa menetelmissä on yleistä, että tutkija on hyvin lähellä tutkittavia ja usein jopa osallistuu heidän toimintaansa. (Ojansalo ym. 2009, 94.)

Haastattelut vaihtelivat kestoiltaan hyvinkin paljon. Lyhimmillään haastattelu vei aikaa vain noin 10 minuuttia, mutta parhaimmillaan keskustelu kesti yli tunnin. Useimmiten, mitä paremmin haastateltava tunsu ravintola Koukun Helmen palvelut, sitä kauemmin hänellä riitti intoa kuvailla niitä sekä esittää kehitysideoita. Tätä tutkimusta varten teemahaastatteluja suoritettiin 16 kappaletta. Saturaatiopiste saavutettiin neljäntoista haastattelun jälkeen, mutta varmuudeksi tämän jälkeen suoritettiin vielä kaksi haastattelua. Saturaatiopisteellä tarkoitetaan vaihetta, jolloin uudet haastattelut eivät anna enää uutta tietoa tutkimukselle, eikä haastatteluja ole siis mielekäästä jatkaa (Ojansalo ym. 2009, 100).

Haastateltavat valittiin käyttäen mukavuusotantaa. Mukavuusotannassa haastateltavat valitaan satunnaisesti kaikista kohderyhmään kuuluvista henkilöistä. Se on helpoin ja nopein tapa valita tutkimukseen haastateltavat henkilöt. (explorable.com 2009.) Tässä tutkimuksessa haastateltiin kaikki osastoilla tai ravintolassa haastatteluhetkellä olleet omaiset ja vierailijat. Haastatteluja tehtiin eri viikonpäivinä, mutta ajankohdaltaan haastattelut sijoittuivat aina iltapäivään, johtuen ravintolan aukioloajoista sekä osastojen päivittäisistä rutiineista, kuten ruokailuajoista.

Tutkimusongelmia ja aineistoja on olemassa monenlaisia, joten myös niiden analyysitapoja on lukemattomia. Analysoinnin kannalta tärkeää on, että aineistosta pystytään erottamaan oleelliset asiat epäoleellisista. Tärkeää on myös löytää aineistosta eri ilmiöiden välisiä yhteyksiä, jonka jälkeen sitä on helpompi teemoitella, ryhmitellä ja luokitella. Aineistosta tulisi pystyä erottelemaan osia, kysymyksiä ja erilaisia näkökulmia. Tutkimuksen tavoitteen ja tutkimusongelman mielessä pitäminen auttavat tässä. (Pihlaja 2001, 56-57.)

Laadullisessa tutkimuksessa tutkija analysoi havaintoaineistoaan yleensä temaattisesti ja käsitteellisesti yleisemmäksi merkitykseksi sekä hakee aineistolle erilaisia selitysmalleja. Tutkimusprosessissa tutkija lähtee liikkeelle empiirisistä havainnoista, kuten litteroiduista haastatteluista tai kirjallisista dokumenteista, tulkitsee tätä havaintomateriaalia ja nostaa siitä esiin merkittävaksi katsomiaan teemoja. Tämä edellyttää aineiston erinomaista tuntemista. Viimeiseksi saadusta aineistosta rakennetaan selitysmalleja ja saatuja tuloksia käydään läpi rinnakkain aikaisemmin hankitun teoriapohjan kanssa. (Hirsjärvi ym. 2001, 245-246.)

Tutkimuksen alkuvaiheessa määritellyt tutkimuskysymykset auttoivat paljon teemojen muodostuksessa. Haastatteluista nousi esiin kolme selkeää teemaa, jotka tavalla tai toisella ilmenivät lähes kaikissa tehdyissä haastatteluissa. Nämä teemat olivat ravintola Koukun Helmen palvelun laatu, palvelujen markkinointi sekä palvelujen kehittäminen. Jokaiselle teemalle pystyttiin rakentamaan myös alakategorioita, joiden avulla aineistoa voitiin tarkistella hyvin yksityiskohtaisesti. Teemoittelu auttoi myös löytämään aineistosta tutkimuksen kannalta tärkeimmät seikat.

## 5 TUTKIMUKSEN TULOKSET TEEMOITTAIN

### 5.1 Ravintola Koukun Helmen palvelun laatu

Grönroosin mukaan palvelun koettu laatu rakentuu teknisestä ja toiminnallisesta laadusta. Ravintolassa asiakas saa lounaan, mutta tämän lisäksi koettuun palvelun laatuun vaikuttaa myös ravintolan saavutettavuus sekä henkilökunnan käyttäytyminen. (Grönroos 2009, 101-102.) Yksinkertaisesti voidaan siis kuvata koetun palvelun laadun koostuvan siitä, mitä palvelua asiakas saa ja millä tavalla kyseinen palvelu hänelle tuotetaan.

Haastattelut tukivat tätä teoriaa erittäin hyvin. Aineistosta oli helppo nostaa ravintola Koukun Helmen keskeisiksi teemoiksi palvelun tekninen ja toiminnallinen laatu. Haastattelujen perusteella voidaan rajata tekninen laatu koskemaan ruokapalveluja ja toiminnallinen laatu asiakaspalvelua.

#### 5.1.1 Ruokapalvelujen laatu

Suurin hajonta haastateltavien kesken oli ravintola Koukun Helmen palvelujen tunnettavuudessa. Tämä johtuu siitä, että osa vastaajista oli ravintolan kanta-asiakkaita ja osa ei ollut koskaan vieraillut Koukun Helmessä. Suurimmaksi osaksi vastaajat kuitenkin tiesivät, että ravintolassa voi syödä lounasta. Osa haastateltavista oli ajatellut tai ajatteli edelleen, että ravintolan palvelut olivat tarkoitettu vain Koukkuniemen vanhainkodin henkilökunnalle.

Tieto ravintolan liitännäispalveluista, kuten tilattavista tuotteista ja tilaisuuksien järjestämisestä ravintolan kabinettitiloissa, oli hyvin vähäistä. Harvat liitännäispalveluja käyttäneet olivat kuitenkin erittäin tyytyväisiä näihin palveluihin. Heidän mukaansa monet Koukkuniemen vanhainkodin vierailijat tuovat kakkuja ja kahvia termospullossa mukanaan osastoille, koska eivät tiedä ravintola Koukun Helmen tarjoamista palveluista.

Yrityksen imago on tärkeä tekijä mietittäessä yrityksen tarjoaman palvelun kokonaislaatua (Grönroos 2009, 106). Haastateltavat kokivat ravintola Koukun Helmen imagon joko neutraaliksi tai positiiviseksi. Muutama tutkimukseen osallistunut ei ollut koskaan kuullut puhuttavan mitään Koukun Helmestä, jolloin eivät osanneet kuvailla paikan

mainetta. Muutamat vastaajat nostivat esiin Tampereen Aterian maineen, jota ei pidetty yhtä hyvänä, kuin ravintola Koukun Helmen.

Ruokapalvelujen taso oli haastateltavien mielestä ravintola Koukun Helmessä korkea. Lounasta pidettiin yleisesti ravitsevana ja maukkaana. Joidenkin vastaajien mielestä osa ruoista, kuten kanakeitto, on aivan liian mausteisia. Usein vastaajat kummastelivat, miten samasta keittiöstä osastoille lähetettävä ruoka voi olla niin paljon huonolaatuisempaa. Varsinkin ravintolan runsasta salaattitarjontaa ja lämmintä kasvista toivottiin myös osastojen lounaaseen. Haastateltavien ajatukset kääntyivät välillä liikaakin osastoilla tarjottavaan ruokaan, joka ei tässä tutkimuksessa ollut tarkoitus. Tällöin haastateltaja joutui kysymyksillään ohjailemaan vastaajan ajatukset takaisin ravintolan palvelujen pariin.

Tampereen Aterian henkilöstöravintoloissa otettiin käyttöön 02.01.2012 ”Ny saa ottaa!” nimellä toimiva noutopöytämalli. Tämä tarkoittaa, että linjastossa on kaksi pääruokavaihtoehtoa, joita molempia asiakas voi ottaa ilman määrärajoituksia. (Tampereen Ateria 2011.) Haastateltavat kokivat tämän erittäin tervetulleeksi uudistukseksi, joka on omalta osaltaan vienyt lounaspalvelua huomattavasti eteenpäin. Asiakkaan on tällöin helpompi tutustua uusiin makuihin, koska aikaisemmin, kun on voinut ottaa vain yhtä vaihtoehtoa, on asiakas yleensä päätenyt varmasti maistuvaan ja tuttuun vaihtoehtoon.

*” Ravintola Koukun Helmestä odotin saavani hyvän makuista ruokaa, suuresta keittiöstä ja tämä on myös toteutunut. ”*

*”Olin positiivisesti yllättynyt. Olen tottunut hyvään ruokaan ja tämä on jatkumo sille.”*

*”Ruokaan olen ihan tyytyväinen. Kahvin laatu on huonontunut viimeaikoina paljon!”*

”Ny saa ottaa!” on tehnyt ruokailusta haastateltavien mielestä monipuolista. Silti osa vastaajista tahtosi lounaan olevan vielä monipuolisempaa ja terveellisempää. Varsinkin ruokaisaan lounassalaattiin ja keittolounaaseen kaivattiin enemmän vaihtoehtoja ja vaihtuvuutta. Ruokaisaa salaattia toivottiin myös valmiiksi pakattuihin take-away rasioihin, jotka olisi helppo hakea ravintolasta ja syödä vaikka osastolla Koukkuniemen vanhainkodin asukkaan seurana.

Ravintola Koukun Helmen ruokapalvelut ovat haastateltavien mukaan suhteellisen edullisia. Vastaajat vertailivat Koukun Helmen hintoja usein Tampereen keskustassa sijait-

sevien yritysten hintoihin. Varsinkin tällöin ravintola Koukun Helmen hinnat koettiin edullisiksi. Lounaan lisäksi myös tilattavista tuotteista täytekakut olivat haastateltavien mukaan hinta-laatusuhteeltaan erinomaisia.

*”Nyt kun ruoan kokoaminen on tullut itsenäiseksi, niin voidaan hintaa pitää halpana”*

*”Olen pitänyt paikasta. Nimi Koukun Helmi on kuitenkin mielestäni outo. Ei tämä kuitenkaan vedä vertoja Amurin Helmelle.”*

*”Keskustan kalliissa lounaspaikoissakin tehdään nykyään kastikkeet valmiista pussikastikkeista.”*

Ravintola Koukun Helmen kahvilapalvelut haastateltavat näkivät suurimmaksi osaksi riittävinä. Tosin muutama vastaaja ei pitänyt kahvin mausta tai kertoi sen huonontuneen viime aikoina. Kahvin kanssa useat haastateltavat toivoivat enemmän ”pikkusuolaista purtavaa” tarjolle makeiden levonnaisten sijasta. Vastaajat toivoivat enemmän itse tehtyjä tuotteita, sillä monet vanhainkodin vierailijat ovat itsekin iäkkäitä ihmisiä ja ovat tottuneet puhtaisiin ja itse tehtyihin makuihin. Haastateltavat olivat myös mielissään, että vanhainkodin asukkaankin voi tuoda ravintola Koukun helmeen syömään tai kahville. Tämä tuo mukavasti vaihtelua asukkaan muuten kovin yksitoikkoiseen arkeen.

Monet haastateltavat halusivat nostaa jouluruokailun esiin erillisenä Koukun Helmen palveluna. Vuonna 2011 vanhainkodin vierailijoilla oli mahdollisuus tilata itselleen osastolle jouluruoka, joka oli sama ateria, kuin mitä vanhainkodin asukkaat söivät. Tällöin asukkailla ja omaisilla oli mahdollisuus syödä jouluateria perinteiseen tapaan yhdessä. Haastateltavat kokivat tämän erinomaiseksi ideaksi ja toivoivat, että tämä olisi mahdollista myös tulevana jouluna.

### **5.1.2 Asiakaspalvelun laatu**

Asiakaspalvelulla tarkoitetaan vuorovaikutusta asiakaspalvelijan ja asiakkaan välillä. Palvelu ei aina tapahdu kasvotusten vaan on mahdollista, että se tapahtuu esimerkiksi puhelimen tai sähköpostin välityksellä. Tärkeintä kuitenkin on kasvokkain tapahtuva asiakaspalvelu, jossa työvälineenä käytetään ihmisen omaa persoonaa ja kykyä toimia vuorovaikutustilanteissa. Asiakaspalvelu on ennen kaikkea asiantuntijatehtävä, jossa asiakaspalvelija toimii oman alansa asiantuntijana. (Eräsalo 2011, 14.)

Haastateltavat mielsivät ravintola Koukun Helmen asiakaspalvelun poikkeuksetta erittäin korkeatasoiseksi. Yhdelläkään vastaajalla ei ollut negatiivista sanottavaa ravintolan asiakaspalvelusta. Haastateltavat kokivat olevansa aina tervetulleita asioimaan ravintola Koukun Helmeen. Monet vastaajat nostivat hyvän asiakaspalvelun esiin jo ennen, kuin haastattelija ehti sitä edes kysyä.

Asiakaspalvelijoita pidettiin ystävällisinä, lämpiminä, sekä helposti lähestyttävänä. Monet vastaajat vertasivat Koukun Helmen henkilökuntaa ja Koukkuniemen vanhainkodin henkilökuntaa. Myös Muita ravintoloita käytettiin vertailukohtana asiakaspalvelun osalta. Koukun Helmen asiakaspalvelijoilta on haastateltavien mielestä helppo kysyä ruoista ja he osaavat vastata ja mikäli eivät osaa, niin ottavat asioista hyvin selvää.

*”Palvelu on 10+.”*

*”Ravintolaan on kiva tulla syömään, kun tunnelma on ystävällinen. Ensimmäisellä kerralla kysyin, että onko minulla edes lupa syödä täällä.”*

*”Osastolla käynnin jälkeen on kiva tulla syömään, kun kokee itsensä tervetulleeksi, toisin kuin osastolla.”*

## **5.2 Palvelujen markkinointi**

Sana markkinointi liitetään usein myyntiin ja mainontaan. Nämä asiat ovatkin markkinoinnin tärkeimpiä ominaisuuksia. Markkinointi pitää sisällään kaiken, jolla pyritään saamaan uusia asiakkaita sekä säilyttämään jo olemassa olevia asiakkuussuhteita. Markkinoinnin tavoitteena on selvittää asiakkaiden tarpeet ja halut, tiedottaa ja informoida asiakkaita tarjolla olevista palveluista sekä toimittaa palvelut asiakkaille yrityksen näkökulmasta mahdollisimman kannattavasti. (Opetushallitus.)

Markkinointia voidaan jaotella ulkoiseen ja sisäiseen markkinointiin. Ulkoisen markkinoinnin kohderyhmänä toimivat asiakkaat sekä yrityksen ulkopuoliset tahot. Ulkoisen markkinoinnin tavoitteena on saada asiakkaat tietoisiksi ja kiinnostuneiksi yrityksen tarjoamista palveluista ja tuotteista. (Opetushallitus.)

Sisäinen markkinointi kohdistuu yrityksen omaan henkilöstöön. Sillä pyritään vaikuttamaan muun muassa henkilöstön asenteisiin, käyttäytymiseen sekä yrityksen toimintaan sitoutumiseen. Sisäistä markkinointia voidaan toteuttaa esimerkiksi kannustamisella ja

koulutuksella. (Opetushallitus.) Tässä tutkimuksessa markkinoinnilla tarkoitetaan pelkästään ulkoista markkinointia. Tämä johtuu siitä, että tutkimusta tehdään haastateltavien näkökulmasta, jotka kuuluvat ravintola Koukun Helmen asiakkaisiin.

Koukkuniemen vanhainkodin asukkaiden omaisten ja vierailijoiden mielestä ravintola Koukun Helmen suurin ongelma on markkinointi sekä ulkoinen viestintä. Haastateltavien mukaan Koukun helmellä ei yksinkertaisesti ole minkäänlaista markkinointia tai palveluista tiedoittamista. Ravintolan palveluja käyttäneet ovat itse joutuneet ottamaan selvää ravintola Koukun helmen tarjoamista palveluista, esimerkiksi kyselemällä muilta vierailijoilta sekä Koukkuniemen vanhainkodin henkilökunnalta. Eräät rohkeat haastatteluun osallistuneet ovat menneet ravintolaan ja kysyneet asiakaspalvelijoilta, onko heillä lupa asioida ravintola Koukun helmessä. Vierailijat eivät ole tienneet, ovatko palvelut suunnattu vain Koukkuniemen vanhainkodin henkilökunnalle.

*”Markkinointi on olematonta.”*

*”Mainos on aina valttia”*

*”Kerran näin Koukun Helmen mainoksen. En muista missä tai minkälainen se oli.”*

Vastaajien mielestä ravintola Koukun Helmi saisi asiakaskuntaa helposti lisää jo pienellä palveluista informoinnilla. Jokaisen Koukkuniemen vanhainkodin osaston seinältä löytyy ilmoitustauluja sekä lehtitelineitä. Niihin voisi sijoittaa myös ravintolaan sekä sen toimintaan liittyvää infoa ja mainosta. Myös osastojen hissit ja hissiaulat ovat vastaajien mielestä hyviä paikkoja markkinoida Koukun Helmen palveluja, koska näissä paikoissa ihmiset joutuvat viettämään aikaansa aina osastovierailujen yhteydessä.

Haastateltavien mielestä hyviä mainoksia olisivat vähintään A3-kokoa olevat julisteet. Julisteiden tulisi olla värikkäitä ja helposti muusta massasta erottuvia. Näistä mainoksista tulisi käydä ilmi ravintola Koukun Helmen tärkeimmät palvelut, kuten lounas ja osastoille sekä kotiin tilattavat tuotteet. Myös tärkeimpiin palveluihin liittyvä hinnasto olisi vastaajien mukaan hyvä löytyä mainoksista. Ravintolan tuotteista kuten lounaslinjastosta ja täytekakuista voisi olla kuvia, kuten myös kabinettitiloista. Osa vastaajista oli sitä mieltä, että mainonnan tulisi olla selkeää ja yksinkertaista, jolloin heidän mielestään kuvat tekisivät mainoksista sekavia.

*”Värikästä ja helposti huomattavaa mainosta pitäisi olla esillä osastoilla.”*

*”Ulkona parkkipaikkojen läheisyydessä sekä vanhainkotiä ympäröivien kävelyteiden varsissa voisi olla infoa ravintolan palveluista, koska siellä ihmiset liikkuvat.”*

*”Jos näkisin Houkuttelevaa mainosta, voisin tutustua.”*

Tutkimukseen osallistuneet antoivat paljon hyviä markkinointiin liittyviä kehitysehdotuksia. Muutamat vastaajat mainitsivat Koukkuniemen vanhainkodin jokaisessa huoneessa sijaitsevat laatikostot tai yöpöydät. Monilla asukkailla laatikot ovat täysin tyhjillään ja käyttämättömiä. Haastateltavat mainitsivat, että näihin laatikoihin voisi sijoittaa ravintola Koukun Helmen esitteitä ja hinnastoja. Yöpöydät olisivat paikkoja, joista omaiset varmasti löytäisivät nämä esitteet.

Koukkuniemen vanhainkodissa järjestetään kolme kertaa vuodessa uusien omaisten ilta. Näissä illoissa vanhainkodin uusien asukkaiden omaisia tiedoitetaan Koukkuniemen vanhainkodin tarjoamista palveluista. Paikalla omaisia neuvomassa ja heidän kysymyksiinsä vastaamassa ovat muun muassa laitoshoidon johtaja, hoitotyön päällikkö, ylilääkäri sekä sosiaalityöntekijä. (Tampereen kaupunki 2011.)

Tutkimukseen osallistuneiden mielestä uusien omaisten illassa pitäisi olla mukana ehdottomasti myös ravitsemuspuolesta vastaava Tampereen Aterian henkilö. Haastateltavat mieltävät ruokapalvelut todella suureksi osaksi vanhainkodin asukkaiden hoitoa ja elämää. Koska uusien omaisten ilta järjestetään pelkästään omaisille, olisi heitä hyvä tiedottaa myös ravintolan palveluista tässä samassa yhteydessä. Tällöin tavoitettaisiin suuri joukko potentiaalisia uusia ravintolan asiakkaita yhdellä kerralla.

Haastateltavien mielestä Koukkuniemen vanhainkodin henkilökunta voisi informoida vierailijoitaan ravintolan palveluista paremmin. Hoitajat näkevät monesti vierailijoiden tuovan omia tarjottaviaan osastolle. Tällaisissa tilanteissa henkilökunta voisi kertoa ravintolan palveluista. Tutkimukseen osallistuneet henkilöt painottivat kuitenkin, että ravintolan markkinointi ei kuulu vanhainkodin henkilökunnan työtehtäviin, eikä sitä voi vaatia heiltä.

### **5.3 Kehitysehdotukset**

Ravintola Koukun Helmen palvelujen kehittäminen oli oleellinen osa tutkimusta. Yksi tutkimuskysymyksistäkin viittasi suoraan palvelujen kehittämiseen. Kehittäminen nousi

haastattelujen yhteydessä suurimmaksi teemaksi. Sitä on helpompi tutkia jakamalla se alakategorioihin. Nämä alakategoriat ovat ruokapalvelujen kehittäminen, aukioloajat, sisustus ja tunnelma, terassin hyödyntäminen sekä oheistuotteet. Markkinointiin ja mainontaan liittyvät kehitysideoit käytiin läpi luvussa 5.2.

### 5.3.1 Ruokapalvelujen kehittäminen

Ravintola Koukun Helmen ydinpalveluun, lounaaseen, ei tullut haastatteluun osallistuneilta kovinkaan paljon kehitysehdotuksia. Tämä johtuu siitä, että haastateltavat olivat suurimmaksi osaksi tyytyväisiä lounaspöydän tarjontaan sekä lounaan hintaan. Tosin monet vastaajista toivoivat, että jälkiruoka kuuluisi mukaan lounaspakettiin. Muutamat yksittäiset haastateltavat toivoivat enemmän kalaruokia, koska niitä ei juurikaan tule kotona laitettua.

Tutkimukseen osallistuneet halusivat tulevaisuudessa nähdä enemmän teemoja ja teemaviikkoja ravintolan palveluissa. Tämä toisi enemmän vaihtelua ravintolan tunnelmaan ja ruokalistaan. Haastateltavien mielestä tämä houkuttelisi enemmän ulkopuolisia ihmisiä tutustumaan ravintolaan, varsinkin siinä tapauksessa, että teemaviikot olisi hyvin järjestetty ja mainostettu myös ravintolan ulkopuolella. Haastateltavat eivät kuitenkaan osanneet vastata, mitkä teemat olisivat heille mieluisimpia.

*” Teemaillat ja tapahtumat houkuttelevat ihmisiä.”*

*” Jokin arjesta poikkeava toiminta olisi itseäni miellyttävää.”*

Ravintola Koukun Helmessä on mahdollisuus noutaa lounasta myös mukaan ja koota annos itsenäisesti take-away rasioihin. Tämä oli haastateltavien mielestä hyvä ja tärkeä ominaisuus ravintolan palveluissa. Silti vastaajat toivoivat lisää valmiiksi pakattuja ruokia. Monet vastaajista toivoisivat tulevaisuudessa näkevänsä ravintolassa valmiiksi pakattuja salaattiannoksia, joita olisi helppo ja nopea noutaa mukaan osastovierailuille. Salaattia voisi tarjota myös vanhainkodin asukkaille, koska usean vanhainkodin vierailijan mielestä asukkaat eivät saa riittävästi kasviksia osana päivittäistä ruokaa.

Salaatin lisäksi haastateltavat toivoivat enemmän suolaisia välipaloja, joita voisi noutaa myös osastovierailuille. Vastaajien mukaan monet vierailijat tulevat kovalla kiireellä katsomaan vanhainkodin asukasta, esimerkiksi suoraan töistä, eivätkä ehdi syödä mitään

ennen vierailua. Tällöin välipalojen noutaminen ravintolasta olisi ajankohtaista. Esimerkkejä välipaloista olivat muun muassa suolaiset piirakat, täytetyt voileivät sekä karkjalanpiirakat.

*”Verensokeri laskee, kun ei ehdi syömään mitään ennen vierailua.”*

*” Koko tältä alueelta ei saa iltaisin mitään syötävää!”*

*”Tykkään ottaa ruokaa mukaan, jotta voin syödä osastolla vanhainkodin asukkaan seurana.”*

Ravintola Koukun Helmen palveluvalikoimasta poistunutta aamupalaa tutkimukseen osallistuneet eivät kaivanneet takaisin. Heidän mukaansa todella harvat vierailevat vanhainkodissa aamuisin. Sen sijaan useat vastaajat toivoivat iltapalaa uudeksi ravintolan palveluksi. Monet vanhainkodin vierailijat käyvät katsomassa asukasta töiden jälkeen kello 15.00-18.00 välisenä aikana. Tällöin ravintolasta olisi hyvä saada vielä jotain suolaista iltaruokaa.

Haastateltavat ajattelivat, että iltaruoka voisi olla jotakin helposti valmistettavaa, kuten keittoa tai puuroa. Monille vastaajille riittäisi iltapalaksi valmiiksi pakatut välipalat, kuten sämpylät ja suolaiset piirakat. Haastateltavat uskovat, että osastojen iltavuoroon tuleva henkilökunta voisi myös innostua iltaruoka-ajatuksista. Tällä hetkellä mahdollisuutta iltaruokailuun ei ole, sillä ravintola sulkee ovensa jo kello 13.30.

Useat tutkimukseen osallistuneet toivovat tulevaisuudessa voivansa tilata aterioita, varsinkin päivällistä, Koukkuniemen vanhainkodin osastoille. Tämä toteutettaisiin samalla tavalla, kuin jouluruokailu. Vierailija tilaisi hyvissä ajoin ruoan Koukun Helmestä ja se toimitettaisiin osastolle samassa lämpövaunussa, jossa vanhainkodin asukkaiden ruoat kuljetetaan. Vastaajien mukaan tällöin ravintolan aukioloaikoja ei tarvitsi laajentaa, eikä iltapalaksi tarvitsi tehdä erillisiä ruokia. Myös samanaikainen ruokailu vanhainkodin asukkaan kanssa olisi mieluista asia haastatteluun vastanneille.

### **5.3.2 Aukioloajat**

Lähes jokaisen haastattelun aikana ravintola Koukun Helmen aukioloajat nousivat keskustelun teemaksi. Lähes poikkeuksetta aukioloajat herättivät vastaajissa negatiivisia ajatuksia. Useimmiten haastateltavat olisivat tahtoneet, että ravintola olisi pidempään

auki. Osa vastaajista toivoi, että ravintola sulkisi ovensa, vasta kello 15.00. Joidenkin haastateltavien mukaan ravintolan pitäisi palvella asiakkaitaan vähintään kello 17.00 asti. Ravintolan avaamisajankohta katsottiin riittäväksi vierailijoiden näkökulmasta, koska osastovierailut harvoin tapahtuvat ennen iltapäivää.

Lounaan tarjoilu-aikaa ei tutkimukseen osallistuneiden mielestä tarvitsi silti pidentää. Kello 13.30 jälkeen voitaisiin myydä kahvilapalveluihin liittyviä tuotteita ja suolaisia välipaloja. Joidenkin vastaajien mielestä salaattipöytää voitaisiin pitää auki hieman pidempään kuin muuta lounaslinjastoa, koska salaatin noutaminen osastolle katsotaan mieluisaksi. Myös ehdotettua iltapalaa voitaisiin ryhtyä tarjoamaan lounastarjoilun jälkeen.

*”Pidempään saisi olla auki.”*

*”En juurikaan vieraile täällä ennen neljää, joten ravintolan palvelut ovat minulle tuntemattomia.”*

### **5.3.3 Tilat ja tunnelma**

Useat haastateltavat nostivat esiin ravintola Koukun Helmen tunnelman. Yleisesti tunnelmaa pidettiin hyvänä, mutta hieman ”ruokalamaisena”. Vastaajien mielestä ravintolan tunnelmaa voisi nostaa monilla pienillä yksityiskohdilla. Pöytiin kaivattiin enemmän koristusta, kuten kukkia, persoonallisia pöytäliinoja ja kynttilöitä. Myös sesonkeihin liittyviä teemoja kaivattiin ruoan lisäksi sisustukseen. Jotkut haastateltavat muistelivat kesän tex-mex teemaviikkoa, jolloin ravintolaan oltiin pienillä panostuksilla saatu uutta ilmettä.

Eniten kritiikkiä haastateltavat antoivat ravintolan aulatilalle, joka vastaajien mielestä ei anna hyvää kuvaa ravintolasta. Useiden haastateltavien mielestä aula on sekava, eikä asiakas välttämättä tiedä, minne hänen kuuluisi mennä sisään tultuaan. Tutkimukseen osallistuneet painottivat, että aulaa pitäisi sisustaa niin, että se vaikuttaisi enemmän ravintolamaiselta. Muut ravintolan tilat saivat kehuja ja varsinkin lounaslinjan toimivuutta ja astianpalautusta kehuittiin.

### **5.3.4 Terassin hyödyntäminen**

Monet haastateltavat mainitsivat terassin, pohtiessaan ravintola Koukun Helmen tiloja ja palveluja. Terassia pidettiin kauniina, viihtyisänä sekä luonnonläheisenä. Myös terassin koko miellytti tutkimukseen osallistuneita. Muutama vastaajista ei ollut koskaan käynyt ravintola Koukun Helmessä, mutta hekin kehuivat terassia, koska se sijaitsee niin näkyvällä paikalla, lähes keskellä vanhainkotialuetta. Monien osastojen ikkunoista voi nähdä terassin sekä siellä ruokailevat asiakkaat.

Keskeisen sijaintinsa ansiosta haastateltavat tahtoisivat kesäaikana päästä terassille suoraan, kulkematta ravintolan pääsisäänkäynnin kautta. Tällä hetkellä terassille on mahdotonta päästä, koska se sijaitsee korokkeella, paljon ympäröivää maastoa korkeammalla. Tutkimukseen osallistuneet Koukkuniemen vanhainkodin vierailijat toivoivat, että terassin yhteyteen rakennettaisiin pieni ramppi, josta terassille olisi mahdollisuus nousta myös pyörätuolin kanssa. Ramppiin olisi helppo rakentaa pieni portti, joka voitaisiin sulkea aina ravintolan olleessa kiinni.

Kesällä terassin ollessa auki haastateltavat toivoivat joitakin pieniä tapahtumia ja teemoja ulkona järjestettäväksi. Esimerkiksi muurinpohjalettujen paistoa ja grillausta ehdotettiin. Tällaiset näkyvät tapahtumat kiinnostaisivat haastateltavien mielestä suurempaakin yleisöä, eikä pelkästään Koukkuniemen vanhainkodin henkilökuntaa. Myös terassin käytöstä kaivattiin enemmän informaatiota, sillä muutamat vastaajat luulivat terassin kuuluvan vain henkilökunnan käyttöön, koska olivat nähneet siellä vain ”valkotakkista väkeä”.

Terassikeskustelun yhteydessä muutamat vastaajat mainitsivat anniskeluoikeudet, joita ravintola Koukun Helmellä ei ole. Kuumina kesäpäivinä olisi haastateltavien mielestä mukavaa käydä oluella tai siiderillä vanhainkodin asukkaan ulkoilutuksen lomassa. Myös vanhainkodin asukkaille voisi tapauskohtaisesti tarjoilla alkoholijuoman. Vastaajat myös mainitsivat joillakin asukkailla olevan huoneissaan pienet pullot esimerkiksi konjakkia. Haastateltavien mielestä ravintola Koukun Helmeen riittäisi b-oikeudet. B-oikeuksilla tarkoitetaan lupaa myydä korkeintaan 22 tilavuusprosenttia alkoholia sisältäviä juomia (Terveystieteiden tutkimuskeskus ja hyvinvoinnin laitos 2012).

*”Terassi on Koukun Helmen paras mainos.”*

*”kesäpäivänä voisi mennä juomaa keppan asukkaan ulkoilutuksen yhteydessä.”*

### 5.3.5 Oheistuotteet

ruokapalvelujen lisäksi haastateltavat toivoivat muutamia oheistuotteita myyntiin ravintolan puolelle. Monet vanhainkodin vierailijat vievät tulasia vanhainkodin asukkaille. Tuliaisista haastateltavat mainitsivat muun muassa kukat ja pienet koriste-esineet, kuten pehmolelut. Tällaisia voisi löytyä myös Koukun Helmen valikoimasta, jotta niitä ei erikseen tarvitsisi ostaa muualta. Kukkien myynti olisi vastaajien mielestä ehkä liian hankala prosessi, mutta hyvin säilyviä kasveja sekä silkkikukkia voisi myydä pienemmällä vaivalla ja huolenpidolla.

Laajempaa valikoimaa tutkimukseen osallistuneet toivoivat myös karamelleihin ja muihin herkkuihin. Karkit ja suklaa ovat myös hyvin yleinen lahja, joita vierailijat tuovat mukanaan vanhainkodin asukkaille. Perinteisten suklaalevyjen ja karkkipussien rinnalla haastateltavat toivoisivat näkevänsä persoonallisempia makeisia ja konvehtirasioita.

*”Kaikki kantavat osastoille kukkia auton jalkatilassa ja linja-autossa. Olisi todella hienoa, jos ne voisi ostaa jostain Koukkuniemen vanhainkodin alueelta.”*

## 6 YHTEENVETO

### 6.1 Tutkimuksen onnistuminen

Ravintola Koukun Helmessä ei ole aikaisemmin tehty vastaavaa tutkimusta. Tämä hankaloitti tutkimuksen tekoa, koska ei ollut mitään aiempaa tutkimusta tai valmista teoriapohjaa, johon verrata tuloksia. Toisaalta tutkijalla oli vapaus toteuttaa tutkimus juuri haluamallaan ja hänelle parhaiten sopivalla tavalla. Tutkimuksen tekoa helpotti myös hyvä lähdemateriaali sekä muu tutkimukseen saatu apu.

Tutkimuksen teon tutkija koki mielekkääksi ja varsinkin haastattelujen toteuttaminen oli kiinnostavaa ja motivoivaa työtä. Haastattelut olivat luonteeltaan hyvin erilaisia. Välillä tutkija joutui keskeyttämään haastateltavan, kun hän intoutui puhumaan jopa liikaa. Hiljaisempia ja arkoja tutkimukseen osallistuneita henkilöitä haastattelijä yritti motivoida ja viedä haastattelua itse eteenpäin, jotta haastateltavasta saataisiin mahdollisimman paljon hyödyllistä tietoa irti. Huomioitavaa oli, että puheliaimpien vastaajien ajatukset myös karkasivat eniten ulos itse aiheesta. Yleisimpiä tutkimuksen ulkopuolisia aiheita olivat ravintokeskuksen palvelut, osastojen toiminta sekä vanhainkodin asukkaan vointi.

Mikäli vastaaja eksyi puheissaan pois ravintolan palveluista, pyrki haastateltava välittömästi, omien kysymyksiensä avulla, palauttamaan haastateltavan ajatukset takaisin itse aiheeseen. Tämä oli välillä haastavaa, sillä useat vastaajat alkoivat jossakin vaiheessa haastattelua kertoa vanhainkodin asukkaasta hyvin tunteellisesti ja itkua pidätellen. Tutkimuksen luotettavuuden kannalta oli kuitenkin tärkeää saada haastateltava takaisin aiheeseen. Tutkija pystyi myös hyvin suodattamaan kaiken tutkimukseen kuulumattoman informaation pois omista muistiinpanoistaan.

Tutkimuksen reliabiliteetilla tarkoitetaan mittaustulosten toistettavuutta. Validiteetti puolestaan kuvaa mittarin tai tutkimusmenetelmän kykyä mitata sitä asiaa, jota on tarkoituskin mitata. Termit liitetään yleensä määrälliseen tutkimukseen ja niiden soveltaminen laadullisessa tutkimuksessa on hankalaa. Varsinkin tapaustutkimuksessa voidaan ajatella, että ihmisiä koskevat kuvaukset ovat ainutlaatuisia, joten perinteiset luotettavuuden ja pätevyyden mittarit ovat käyttökelvottomia. Tästä syystä tutkimuksen toteuttamisen ja aineiston tuottamisen tarkka kuvailu on kvalitatiivisessa tutkimuksessa erittäin tärkeää. (Hirsjärvi ym. 2001, 213-214.)

Tutkimuksessa oli oleellista, että haastateltavia ei johdateltu vastauksissaan millään tavalla. Kysymykset olivat tarkoituksella laajoja ja jopa epämääräisiä, jolloin vastauksen sisältö oli täysin kiinni haastateltavasta. Esitetyissä kysymyksissä tutkimukseen osallistuneita vastaajia pyydettiin kuvailemaan mielipiteitään, jolloin haastattelija ei vaikuttanut saatuihin vastauksiin omalla kysymysten asettelullaan.

Teemahaastattelu oli oivallinen valinta tutkimuksen menetelmäksi. Sen avulla saatiin juuri sellaisia ajatuksia ja mielipiteitä, joita esimerkiksi valmiiksi strukturoidulla kyselyllä ei olisi voitu saada. Haastattelujen ansiosta tutkimusta päästiin tekemään läheisesti vastaajien kanssa. Tämä on oleellista juuri tämänkaltaisen tapaustutkimuksen onnistumisen kannalta. Ensikertalaiseksi haastattelija onnistui työssään mukavasti, eikä hänen toimintansa katsottu vaikuttaneen negatiivisella tavalla vastausten tulkintaan tai kirjaamiseen. Tutkija pystyi haastattelujen aikana kirjaamaan ylös tutkimuksen kannalta tärkeimmät asiat. Tutkimuksen jälkeen pohdittiin, olisiko haastattelujen nauhoittaminen kuitenkin ollut hyvä vaihtoehto, sillä se olisi jättänyt tutkijalle enemmän aikaa keskittyä itse haastateltavaan.

Tutkimuksen tekijän mielestä tutkimus onnistui tarkoituksessaan, eli se kuvaili tiettyä ilmiötä tietyssä ajankohtana. On varmaa, että mikäli tutkimus toteutettaisiin uudelleen, olisivat vastaukset samanlaisia, kuin tässä tutkimuksessa. Tulevaisuudessa olisi mielenkiintoista nähdä ravintola Koukun Helmessä vastaava tutkimus, joka toteutettaisiin eri kohderyhmälle, esimerkiksi vanhainkodin osastojen henkilökunnalle.

## **6.2 Tutkimuksen lopputulokset**

Tutkimuksen oli tarkoitus vastata kolmeen ennalta laadittuun tutkimuskysymykseen. Nämä kysymykset olivat:

1. Kuinka hyvin Koukkuniemen vanhainkodin vierailijat tuntevat ravintola Koukun Helmen palvelut.
2. Vastaavatko palvelut tällä hetkellä vierailijoiden tarpeita
3. Kuinka vierailijat kehittäisivät ravintolan palveluja.

Ennalta laaditulla haastattelurungolla pyrittiin saamaan vastaukset näihin tutkimuskysymyksiin ja siinä onnistuttiin hyvin. Haastattelurunkoa tai tutkimuskysymyksiä ei siis

haastattelujen kuluessa tarvinnut muuttaa. Haastattelujen aikana, tapauskohtaisesti, esitettiin kuitenkin tarkentavia kysymyksiä ja saatettiin jättää joitakin kysymyksiä kysymättä.

Tutkimuksessa selvisi, että Koukkuniemen vanhainkodin vierailijoiden tuntemus ravintola Koukun Helmen palveluista on todella vaihtelevaa. Osa vierailijoista tuntee palvelut todella hyvin. Toisaalta vastaajien joukosta löytyi myös henkilöitä, jotka eivät koskaan olleet kuulleetkaan ravintolasta tai sen palveluista.

Kuten haastatteluista kävi ilmi, on ravintola Koukun Helmellä eniten parannettavaa markkinoinnissaan sekä muussa viestinnässä, mikäli se tulevaisuudessa haluaa saada enemmän vanhainkodin vieraita asiakkaikseen. Palvelujen tunnettavuutta olisi helppoa saada lisättyä yksinkertaisilla mainoksilla ja esitteillä, joita voisi sijoittaa osastoilla näkyville paikoille, kuten ilmoitustauluille ja lehtitelineisiin

Koukun Helmen tulisi ehdottomasti saada myös henkilö edustamaan ravintolaa ja koko ravintokeskusta Koukkuniemen vanhainkodissa järjestettäviin uusien omaisten iltoihin. Omaisten illoissa tulisi kertoa tarjolla olevista palveluista ja lounasmahdollisuudesta. Tällöin palveluista olisi helppo tiedottaa uusille ihmisille, jotka tulevaisuudessa tulevat vierailemaan paljon Koukkuniemen osastoilla.

Suurimmaksi osaksi ravintola Koukun Helmen palvelut vastasivat Koukkuniemen vanhainkodin vierailijoiden tarpeita. Varsinkin lounas ja tilattavat tuotteet keräsivät kiitosta. Myös ravintolan asiakaspalvelu on erinomaisella tasolla. Kaikki ruokapalveluihin liittyvät negatiiviset kommentit olivat yksittäisiä, eikä niistä ole mahdollista tehdä kovinkaan suuria johtopäätöksiä.

Palveluiden ohessa ravintolan aukioloajat nousivat suureksi ongelmaksi tutkimukseen osallistuneiden keskuudessa. Koukkuniemen vanhainkodin vierailijat käyvät osastovierailuilla usein vasta ravintolan mentyä kiinni. Tämä on ongelma varsinkin arkipäivisin. Aukioloaikoja pidentämällä voitaisiin saada paljon uusia asiakkaita käyttämään ravintolan palveluja. Koukkuniemen vanhainkodin vierailijoiden lisäksi myös osastojen henkilökunta voisi iltavuorojensa aikana käyttää palveluja pidempään.

Viimeisenä tutkimuskysymyksenä olivat haastateltavien kehitysehdotukset. Näitä saatiin tutkimuksessa hyvä määrä ja tutkimukseen osallistuneet halusivat selvästi osallistua ravintolan kehittämiseen. Tärkeimmiksi kehityksen kohteiksi nousivat edellä mainitut markkinoinnin lisääminen sekä aukioloaikojen pidentäminen. Aukioloaikojen pidentämisen myötä vastaajat haluaisivat myös saada ravintolasta kevyitä päivällisruokia, kuten keittoja ja valmiiksi pakattuja suolaisia välipaloja, joita olisi helppo noutaa mukaan osastovierailuille. Myös osastoille tilattava ruoka nousi tutkimuksessa kehityskohteeksi, joka tulevaisuudessa haluttaisiin nähdä ravintolan palveluvalikoimassa.

Tutkimuksessa saatiin selville myös, että ravintola Koukun Helmen tulisi jatkossa panostaa enemmän tapahtumien sekä teemojen rakentamiseen. Kaikki normaalista poikkeava toiminta kiinnostaa asiakkaita ja sen avulla nykyistä asiakaskuntaa olisi mahdollisuus kasvattaa. Teemojen yhteydessä voisi käyttää hyväksi ravintolan erinomaisia tiloja, varsinkin kesäaikana auki olevaa terassia sekä kabinettitiloja.

Palvelujen koettu kokonaislaatu on ravintola Koukun Helmessä kaksijakoinen. Palvelujen tekninen laatu on hyvää ja tyydyttää asiakkaita nykyisellään, vaikkakin parannettavaa ja kehitettävää löytyy aina, kuten tutkimus osoittaa. Palvelujen toiminnallinen laatu on ravintolan selvästi toimivin osatekijä. Tekninen laatu, eli ruokapalvelut pystytään toimittamaan asiakkaille mutkattomasti, johtuen erinomaisesta asiakaspalvelusta. Teknisestä ja toiminnallisesta laadusta muodostuva koettu laatu on näin ollen ravintolassa hyvällä tasolla.

Ravintola Koukun Helmen ongelmana Koukkuniemen vanhainkodin vierailijoiden näkökulmasta ovat odotettuun laatuun liittyvät tekijät, jotka muodostavat toisen puolen palvelujen koetusta kokonaislaadusta. Muun muassa markkinaviestintä, suhdetoiminta sekä suusanallinen viestintä eivät tutkimukseen osallistuneiden mielestä toimi ollenkaan toivotulla tavalla. Ravintolan kannattaisi tulevaisuudessa kehittää omaa viestintäänsä sekä muita odotettuun laatuun liittyviä tekijöitä, jotta ravintolan koettu palvelun laatu ja imago saataisiin kiitettävälle tasolle.

## LÄHTEET

- Ahonen, K. Ruokapalvelupäällikkö.2012. Haastattelu 4.10.2012. Haastattelija Pajulah-  
ti, J. Tampere.
- Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Helsinki: Restamark Oy.
- Eskola, J. & Vastamäki, J. 2001. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R (Toim.). Ikkunoita  
tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutki-  
jalle. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Explorable.com. 2009. Convenience sampling. Luettu 23.10.2009.  
<http://explorable.com/convenience-sampling.html>
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3. uudistettu painos. Helsin-  
ki: WSOY
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2001. Tutki ja kirjoita. 6.-7. painos. Helsinki:  
Tammi.
- Inspirans Oy. 2009. Laadullinen tutkimus. Luettu 9.10.2012.  
<http://www.inspirans.fi/laadullinen-tutkimus>.
- Kinnunen, R. 2004. Palvelujen suunnittelu. Helsinki: WSOY.
- Kiviniemi, K. 2001. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R.  
(Toim.) Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2. Näkökulmia aloittelevalle tutkijalle tutkimuk-  
sen teoreettisiin lähtökohtiin ja analyysimenetelmiin. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Kuluttajatutkimuskeskus. 2012. Kodin ulkopuolella ruokailu osana ruokailutottumusten  
muutosta 1990-2010. Luettu 22.10.2012.  
[http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5597/2012\\_01\\_julkaisu\\_kodin\\_ulkopuolella  
\\_ruokailu.pdf](http://www.kuluttajatutkimuskeskus.fi/files/5597/2012_01_julkaisu_kodin_ulkopuolella_ruokailu.pdf).
- KvaliMOTV – menetelmäopetuksen tietovaranto. 2006. 6.3.3 strukturoitu ja puolistruk-  
turoitu haastattelu. luettu 23.10.2009.  
[http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3\\_3.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3_3.html)
- Lampi, R., Laurila, A. & Pekkala, M-L. 2003. Ruokapalvelut työnä. 1.-2. painos. Hel-  
sinki: WSOY.
- Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. Asiantuntijapalvelut. Tuotteistamisen ja markki-  
noinnin suunnittelu. Helsinki: WSOY
- Metsämuuronen, J. 2001. Laadullisen tutkimuksen perusteet. Metodologia- sarja 4. Hel-  
sinki: International Methelp Ky.
- Ojansalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. uudenlais-  
ta osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOYpro Oy.

Opetushallitus. Mitä markkinointi on? Luettu 31.10.2012.  
<http://www2.edu.fi/yrittajyysvayla/index.php?page=291#>

Pakkanen, R., Korkeamäki, A. & Kiiras, H. 2009. *Palvelun Taitajaksi*. 1.-2. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

Pihlaja, J. 2001. *Tutkielmaa tekemään*. Lahti: Soceda.

Research methods knowledge base. 2006. Interviews. Luettu 22.10.2012.  
<http://www.socialresearchmethods.net/kb/intrview.php>

Saarela-Kinnunen, M. & Eskola, J. 2001. Teoksessa Aaltola, J. & Valli, R (Toim.). *Ik-kunoita tutkimusmetodeihin 1. Metodien valinta ja aineiston keruu: virikkeitä aloittelevalle tutkijalle*. Jyväskylä: PS-kustannus.

Talous- ja strategiaryhmä. 2011. Tampereen kaupunki. Tampereen Ateria liikelaitoksen organisointitavan selvittäminen. Tampere: Tammerprint Oy

Tampereen Ateria. 2011. Ny saa ottaa! Noutopöytälounas henkilöstöravintoloissa. Luettu 29.10.2012. <http://www.tampere.fi/tampereenateria/uutiset/642y4hbPI.html.stx>

Tampereen kaupunki. 2011. Koukkuniemen uusien asukkaiden omaisille järjestettiin infoil-ta. Luettu 31.10.2012.  
<http://www.tampere.fi/perhejasosiaalipalvelut/ajankohtaista/5w37yPpWW.html>

Tampereen kaupunki. 2012. Koukkuniemen vanhainkoti. Luettu 25.9.2012.  
<http://www.tampere.fi/perhejasosiaalipalvelut/ikaihmiset/sairaalatjalaitoshoito/koukkuniemi.html>

Terveystieteiden tutkimuskeskus. 2012. Käytetyt käsitteet. Luettu 02.11.2012.  
<http://www.stakes.fi/FI/tilastot/aiheittain/Paihteet/aluetilastokasitteetjakirjallisuus>

## LIITTEET

### Liite 1. Haastattelurunko

#### Tutkimuskysymykset

- Kuinka hyvin vierailijat tuntevat koukun helmen palvelut?
- Vastaavatko Palvelut vierailijoiden tarpeita?
- kuinka palveluja voisi tulevaisuudessa kehittää?

#### Ravintola Koukun Helmen palvelut

- Oletko aikaisemmin asioinut Ravintola Koukun Helmessä?
  - Kerro millaisia asiointiasi ovat olleet? Millaista palvelua olet mielestäsi saanut?
  - Onko sinulla joitain erityisiä syitä, miksi et ole asioinut Koukun Helmessä?
- Miten kuvailisit Ravintola Koukun Helmen palveluja?
  - Miten kuvailisit niiden monipuolisuutta
- Millaisia ruokapalveluihin liittyviä tarpeita teillä on vieraillessanne täällä Koukkuniemen vanhainkodissa
- Millaiseksi koet ravintola Koukun Helmen imagon/maineen?
- Millaisena koet Ravintola Koukun Helmen markkinoinnin ja viestinnän?
- Vastaavatko Koukun Helmen palvelut sinun tarpeitasi?
- Voisiko Koukun Helmessä tehdä joitakin asioita toisin?

#### Ravintola Koukun Helmen Palvelujen kehittäminen

- Millä tavalla Kehittäisit Ravintola Koukun Helmen palveluja, jotta ne palvelisivat jatkossa sinun tarpeitasi paremmin?
- Millaisena näet yhteistyön Ravintola Koukun Helmen sekä Koukkuniemen vanhainkodin välillä