



Kehittämissuunnitelma ravintola Katmandulle

Prakash Sapkota

OPINNÄYTETYÖ
Joulukuu 2022

Palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu

Matkailu- ja ravitsemisalan ammattikorkeakoulututkinto

SAPKOTA PRAKASH

Kehittämissuunnitelma Ravintola Katmandulle

Opinnäytetyö 21 sivua, joista liitteitä 2 sivua

Joulukuu 2022

Tässä opinnäytetyössä selvitettiin vuonna 2009 toimintansa aloittaneen Tampereella sijaitsevan nepalilaisen ravintolan tulevaisuuden kehityskohteet hyvän asiakaskokemuksen takaamiseksi. Asiakaskokemuksen muodostuu asiakkaiden toiveiden ja odotusten täyttämisestä. Tämä toimintaperiaate on ravintolan keskeinen tavoite.

Tutkimuksen tiedonkeruuta varten tehtiin asiakaskysely, jossa selvitettiin asiakkaiden mielipiteitä tuotteesta, saatavuudesta, palveluympäristöstä, palveluprosessista, asiakaspalvelusta ja asiakkaan ravintolakokemuksesta. Kyselyyn vastasi 50 ravintolassa käynyttä lounasasiakasta. Kysely tehtiin 29.08. - 2.10.2022 välillä. Vastauksista tehtiin havaintomatriisi, josta saatiin eri vastausvaihtoehtojen jakautuminen.

Erilaisia asiakaskokemukseen vaikuttavia tekijöitä tunnistettiin kyselyn tulosten analyysin avulla. Valtaosa lounas lounasasiakkaista eli noin 90 % oli erittäin tyytyväisiä ravintolan toimintaan. Ruokalistan päivittäinen vaihtuvuus, asiakaspalvelun joustavuus odotusaikoineen ja henkilökunnan vastaaminen asiakkaiden kysymyksiin sekä aukioloajat saivat alhaisimmat arvioinnit lounasruokailijoilta.

Saatuja tuloksia voidaan käyttää hyödyksi, kun suunnitellaan nepalilaisen ravintolan toimintaa tulevaisuudessa. Kyselyn tulokset antavat ehdotuksia ravintolan suunnitteluun ja kehittämiseen. Henkilökunnan olisi hyvä parantaa suomen kielen taitoa sekä myös ammattitaitoa. Ruokalista suunnitellussa tulisi enemmän ottaa huomioon eri vuodenaikojen vaihtelu kuten esimerkiksi talvella ottaa listalle kyseistä vuodenaikaa tukevia lämpimiä ruokalajeja, kun taas kesällä kevyitä ruoka-annoksia.

Asiasanat: kehittäminen, asiakaskysely, tulokset, tulkinta

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree programme in Hospitality Management

SAPKOTA, PRAKASH:

Development plan for restaurant Katmandu

Bachelor's thesis 21 pages, appendices 2 pages
December 2022

The primary objective of this thesis was to develop a development plan for restaurant Katmandu located in Tampere. The restaurant came into operation during the year 2009. Customer satisfaction and fostering positive reviews are the vital qualities of a successful restaurant.

As an implantation plan to acquire the research data of this study, a customer survey program was conducted. The survey was answered by overall 50 lunch customers who visited the restaurant. The duration of the survey ranges from 29 August to 2 October 2022. An observation matrix was calculated from all the respondents and then the distribution of different responses was achieved and analyzed.

The results of this survey identified several factors that affected the customers' experiences. Among them, most of the lunch-to-lunch customers, approximately 90.0%, provided their responses as very satisfied and positive towards the operational significance of the restaurant.

The findings of this survey are essential for the development and successful operation of not only the Nepalese restaurant but also the future restaurants, Nepalese or restaurants of any nationalities who want to deliver their ethnic cuisine to international customers.

Keywords: development, customer survey, results, interpretation

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	5
2	RAVINTOLA KATMANDU	6
3	ASIKASNÄKÖKULMA.....	9
4	MARKKINOINNIN KILPAILUKEINOT	11
5	KEHITTÄMISTYÖN PROSESSI RAVINTOLA KATMANDUSSA	12
	5.1 Kehittämistyön prosessin lähtökohdat	12
	5.2 Ravintola Katmandun asiakaskyselyn toteuttaminen ja tulokset ..	13
6	KEHITTÄMISEHDOTUKET JA PÄÄTÄNTÄ.....	16
	Liite 1. Asiakaskysely.....	21
	Liite 2. Prosenttiosuudet kysymyksen vastauksista.	22

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö tehdään Tampereen Satakunnankadun Katmandu -ravintolalle, joka on nepalilainen ravintola. Ravintola on auki tiistaista sunnuntaihin. Ravintolan lounastarjoilu on tiistaista perjantaihin klo 11:00 - 14:00. Tämän jälkeen tarjolla on a la carte -annoksia. Opinnäytetyön tekijä on ollut tässä ravintolassa työssä jo kymmenen vuotta ja kokenut ravintolan toiminnan eri vaiheet. Nyt hän haluaa osallistua kehittämistyön tekemiseen opinnäytetyöllään. Tämä tutkimus saattaa olla hyödyksi ravintola-alan työntekijöille ja myös tekijälle tulevaisuutta ajatellen. Tämä tutkimus antaa motivaatiota ja intoa jatkaa opintojen loppuun viemiseen tavoitteena restonomin tutkinto.

Työn tarkoitus on etsiä ratkaisuja ravintolan lounaan kehittämiseen huomioimalla asiakkaiden tarpeet ja mielipiteet. Työn tavoitteena on löytää keinoja saada lisää kanta-asiakkaita sekä kartoittaa lounasruokailijoiden näkemyksiä itse tuotteesta, hinnasta ja palveluympäristöstä ja asiakaspalvelijoiden toiminnasta. Lisäksi selvitetään syntyneitä mielikuvia lounasruokailusta.

Asiakaskyselyn avulla kartoitetaan asiakkaiden mielipiteitä ravintolan henkilökunnan palvelualltiudesta, lounaslistan laadusta, ravintolasalista sekä wc-tilojen siisteydestä. Tavoitteena on löytää kehittämiskohteita erityisesti näiltä alueilta.

Työn teoriaperustaksi on valikoitunut asiakastyytyväisyys, asiakaskokemus, markkinoinnin kilpailukeinot, erityisesti 7 P -mallin mukainen jaottelu sekä kehittämistyön prosessi.

2 RAVINTOLA KATMANDU

Ravintola Katmandu sijaitse Tampereella Satakunnankatu 29:ssä melkein Hämeenpuiston reunalla (kuva 1). Ravintola Katmandu on perustettu vuonna 2003 Helsingissä, jossa se toimi aina vuoteen 2005 asti. Vuonna 2009 toiminta aloitettiin Tampereella. Ravintola toimi Reshunga Oy:n yrityksen alla. Yritys on osakeyhtiö ja sen kotipaikka on Tampere. Toimiala on nepalilainen ravintola. Yhtiön Ravintola Katmandun liikevaihto oli 614 000 € ja tilikauden tulos 103 000 €. Liikevoitto oli 19,4 %. Tiedot perustuvat yhtiön viimeisimpään tilinpäätökseen vuodelta 2022. (Ravintola Katmandu n.d. b)

Ravintolan liikeidea on tarjota nepalilaista ruokaa ja tutustuttaa suomalaisia nepalilaisen ruokakulttuuriin. Ravintolassa on noin 50 asiakaspaikkaa ja se on auki tiistaista sunnuntaihin. Ravintola on selkeästi ruokaravintola (kuva 2). Kuvassa 3 nähdään tandooriuuni, jota on alun perin käytetty intialainen ruuanvalmistuksessa ja kuuluu kiinteästi myös nepalilaiseen ruuanvalmistuskulttuuriin. (Ravintola Katmandu n.d. a)



KUVA 1. Ravintola Katmandun ulkosivu Satakunnankadulla Tampereella (kuva: vmorozoff)



KUVA 2. Ravintola Katmandun sisätilat (kuva: Prakash Sapkota)



KUVA 3. Tandooriuuni (kuva: Prakash Sapkota)

Ravintolan lounastarjoilu on tiistaista perjantaihin klo 11:00 - 14:00. Tämän jälkeen tarjolla on a la carte -annoksia. Ravintolassa on myös anniskelu oikeudet ja laaja valikoima erilaisia juomia (kuva 4). Ravintolan toiminnassa on tapahtunut muutoksia mutta opinnäytetyötä aloitettaessa tavoitteena oli työn myötä saada lisää kanta-asiakkaita ja pitää asiakkaat tyytyväisenä kehittämällä toimintaa. Ruokalistassa on nyt alkuruokana keittoa. Pääruoka ratkaisee yleensä lounasruokailijoiden asiakasmäärään. Torstai päivä on asiakkaiden keskuudessa suosituin päivä, mikä johtuu ateriasta, joka on kanapaloja maukkaasti maustetussa voikastikkeessa. Asiakasmäärä on tällöin noin 40 henkilöä. (Ravintola Katmandu n.d. a)



KUVA 4. Henkilökunta anniskelutehtävässään (kuva: Dibhya Tiwari)

3 ASIKASNÄKÖKULMA

Asiakastyytyväisyys on opinnäytetyöni keskeinen teoria. Pääasiassa asiakas on tyytyväinen tai tyytymätön ja hyvään asiakaspalveluun on helppo olla tyytyväinen. Asiakaskokemuksen kannalta on mielenkiintoista selvittää, mikä luo tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä asiakkaalle. Ravintola-alalla toimiva yrittäjä haluaa onnistua pyrkimyksissään luoda positiivisia asiakaskokemuksia ja saada lisää asiakkaita ja siksi hän panostaa asiakastyytyväisyyteen mutta myös mainontaan. On monia keinoja lisätä ja parantaa asiakastyytyväisyyttä. (Gerdt & Korkeakoski 2016, 101–101.)

Asiakas on ravintolan tärkein voimavara. Hän on keskiössä koko ravintolatoiminnassa, strategian suunnittelussa ja sen toteutuksessa. Asiakaskeskeisen palvelukulttuurin rakentaminen on prosessi, joka vaatii aikaa, pitkäjänteisyyttä ja sitouttamista. Asiakaskeskeisyydestä puhutaan paljon, mutta käytäntöön soveltaminen ei useinkaan toteudu, vaan se jää puolitiehen. Asiakaskeskeisyyden toteuttamiseen ei paneuduta perusteellisesti. (Gerdt & Korkeakoski 2016, 101–101.)

Asiakaskeskeisyys tarkoittaa sitä, että asiakas on ravintolatoiminnan tärkein tekijä. Asiakkaan näkökulmaan tulee miettiä jokapäiväisessä suunnittelussa ja toiminnassa. Hyvä palvelu muistetaan aina edullista hintaa kauemmin. Se jättää muistijäljen tunnekokemuksen kautta. (Gerdt & Korkeakoski 2016, 101–101.)

Yrityksen, tässä tapauksessa ravintolan maineeseen vaikuttaa asiakasystävällisyys, työntekijöiden ja henkilökunnan palvelualltius (common sense for service) (Grönroos 1998, 72–74). Kuluttaja, esimerkiksi ravintola-asiakas, tulee nauttimaan lounasaterian ja voi tavata ravintolassa lounastuttujaan. Lähteissään asiakas voi todeta lounaskokemuksen olleen miellyttävä.

Keskeisessä asemassa palveluissa on asiakaskokemus. Asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen tasoon: toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Tuleva

asiakas etsii itselleen sopivaa lounasravintolaa, hänellä on tiettyjä odotuksia kuten sijainti ja palvelunlaatu. Toiminnallinen taso tarkoittaa kykyä vastata asiakkaan odotuksiin: tyydyttää asiakkaan fysiologiset tarpeet nälän ja janon. (Tuulaniemi 2011, 74.)

Tunnetaso käsittää tunteet. Lähinnä on kyse asiakkaan tunteista ja asenteista, kysymyksessä voi olla myönteiset tai kielteiset tunteet. Pysyvän asiakaskokemuksen luominen vaatii aikaa, sitkeyttä ja ennakkointia. Palvelun tuottajan tulee havainnoimalla ja tiedustelemalla saada tietoa, vastasivatko tarjotut palvelut asiakkaan toiveita ja odotuksia. Saatujen tietojen perustella voidaan kehittää ja suunnitella paremmin yrittäjän toimintatapoja. (Tuulaniemi 2011, 74–75.)

Asiakasymmärryksellä tarkoitetaan asiakkaan odotuksia, toiveita tai suunnitelmia kyseistä palvelutuottajaa kohtaan. Asiakasymmärryksen tutkimuksessa pyritään saamaan tietoa, jota voidaan hyödyntää tietojen tarjonnassa sekä saada tietoa, vastasivatko tarjotut palvelut asiakkaan toiveita ja odotuksia. Saatujen tietojen perusteella voidaan kehittää ja suunnitella paremmin yrittäjän eli tässä tapauksessa palvelu tuottajan toimintatapoja. (Tuulaniemi 2011, 74–75, 142.)

4 MARKKINOINNIN KILPAILUKEINOT

Yritystoiminnan päätavoite on menestyä, yleensä vielä toisia yrityksiä paremmin, omalla toimialallaan. Siksi pohditaan, mitä kilpailukeinomallia tulisi käyttää tai millaisella kilpailukeinovalikoimalla päästäisiin tavoitteeseen. Yksi käyttökelpoinen ja selkeä kilpailukeinomalli on 7P -malli. Nimi 7P tulee alkuperäisistä englanninkielisistä p- alkuisista sanoista, joita alla olevassa luettelossa esitetään esimerkkien kanssa.

-product (tuote, palvelutuote)

-price (hinta), esimerkiksi lounasaterian hinta on kohtuullinen ja se vastaa asiakkaan odotuksia,

-place (saatavuus), esimerkiksi ateriointiravintola sijaitsee riittävän lähellä

-promotion (markkinointiviestintä), esimerkiksi viikon ruokalista on nähtävissä ravintolassa sekä netissä

-people (henkilökunta), esimerkiksi asiakkaalla on mahdollisuus esittää kysymyksiä aterian koostumuksesta tai tarjoilija osaa tiedustella mahdollisista ruokarajoituksista,

-process (palvelutuotanto) tarkoitetaan keinoja, joilla yritys tuottaa palvelunsa

-physical evidence (fyysinen todiste)

(Ylikoski 2000, 155–165.)

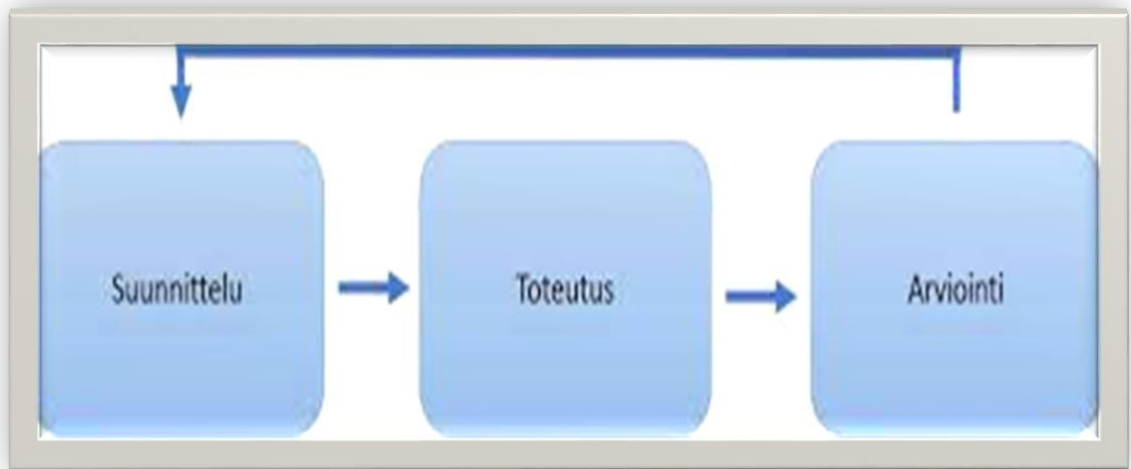
Markkinoinnin tavoitteena on saada vastaanottajan huomio, herättää mielenkiinto yrityksen tuotteeseen ja saada hänet kiinnostumaan siitä. Tässä opinnäytetyössä tavoitteena on saada asiakas huomioimaan ravintolan ateriatarjonta (Tuulaniemi 2011, 43.) Markkinoinnin ja mainonnan tulee olla rehellistä. Se mitä yritys lupaa tarjota, pitää olla sitä tai sellaista, jota on luvattu tai ennalta sovittu. Tämä koskee esimerkiksi aterian laatua, kokoa tai hintaa. Kaikesta, mitä on sovittu, pidetään kiinni, lupaus on hyvä asia (Pitkänen 2006, 41). Viestimet, kuten internet ja radio, tarjoavat uusia tapoja markkinoida tuotteita. Esimerkkisi Radio Musassa jututetaan eri liikkeenharjoittajia. Voidaan pohtia, onko lyhyt katkelma eli klippi mainos vai tunnetuksi tekemistä tietoisuudella. Mainonnan ja markkinoinnin tulee seurata muuttuvia trendejä, suuntauksia, sekä edistää tunnettavuutta ja näkyvyyttä. (Pitkänen 2006, 43.)

5 KEHITTÄMISTYÖN PROSESSI RAVINTOLA KATMANDUSSA

5.1 Kehittämistyön prosessin lähtökohdat

Kehittämistyön lähtökohtana ovat kehittämiskohteen tunnistaminen ja siihen liittyvien tekijöiden ymmärtäminen. Tavoitteena on kehittää sekä parantaa henkilökunnan palveluaittiutta ja työkalttuuria. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 23.) Kehittämistyön prosessi on jatkuvan suunnittelun kohde ja se pysyy myös yrittäjän työlistalla. Apuna voidaan käyttää myös konsultteja mutta myös ravintola-alan yrittäjän on syytä olla perillä kehittämisen työkaluista.

Kehittämistyö vie aikaa. Siksi se on jaettu kolmeen vaiheeseen: S= suunnittelu, T= toteutus, A = arviointi (kuvio 1).



KUVIO 1. Muutostyön prosessi (Ojasalo ym. 2014, 23, muokattu.)

Yllä oleva kolmiosainen prosessi auttaa helpommin huomamaan eri vaiheet ja arvioimaan vaiheesta toiseen siirtymistä.

Lähtötilanteen kartoittamiseksi lounasruokailijoille voidaan laatia asiakaskysely. Lounasvieraat voivat vastata netissä täyttämällä kyselylomakkeen tai sitten he voivat täyttää sen manuaalisesti käyntinsä yhteydessä. Kyselyssä voidaan myös pyytää kommentteja, ruusuja tai risuja. Tarjoilija (henkilökunta) voi tehdä omia

havaintojaan asiakkaiden käyttäytymisestä sekä asiakkaan lähtiessä kiittää käynnistä ja toivottaa uudelleen tervetulleeksi. Tarjoilija voi asiakkaan ilmeestä nähdä, oliko asiakas tyytyväinen ja pienillä kysymyksillä kuten ”maistuiako ruoka” saada myös kommentteja kokemuksesta. Asiakkaan poistuessa ja pöydän siivouksen yhteydessä tarjoilija voi tehdä havaintoja esimerkiksi siisteydestä.

Tarjoilija voi haastatella asiakkaita ja pyytää kommentoimaan lounasruokailun palvelusta ja aterialta. Tällöin asiakas yleensä kertoo spontaanisti ja vapaasti. Tarjoilija kirjoittaa paperille omat havainnot muutamista havainnointikohteista, joita ovat esimerkiksi ruokasalin siisteys, pöytäliinojen vaihto, lattian lakaisu, wc-tilojen siisteys, wc-paperin ja käsipyyhkeiden riittävyys. Kaikkien tilojen puhtaus ja siisteys antaa asiakkaille kuvan, että asiakkaiden viihtyvyyteen panostetaan huolehtimalla siisteydestä.

5.2 Ravintola Katmandun asiakaskyselyn toteuttaminen ja tulokset

Katmandussa tehtiin asiakkaille kysely (liite 1) 28.08. - 1.10.2022 klo 11:00- 14:00 välillä jakamalla lomakkeita lounasasiakkaille pöytiin. Kyselyyn vastasi 50 henkilöä. Kyselyllä haluttiin selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä erilaisiin asioihin. Asiakkaille esitettiin arvioitavista kohteista väittämiä, joihin asiakas vastasi erinomaisesta/maksimaalisesta vastaavuudesta (5) aina huonoon tai vähäiseen vastaavuuteen väitteen kanssa (1). Kysymykset liittyivät ravintolan sijaintiin, tuotteisiin, palveluun, palveluympäristöön ja siihen, millaisen asiakaskokemuksen kävijä on saanut yleisesti ottaen. Kyselyyn osallistuneiden vastauksista tehtiin havaintomatriisi excelillä.

Taulukosta 1 ja kuviosta 2 käy ilmi asiakkaiden mielipiteet tutkituista kohteista siten, että viisiportaisen asteikon arviointikriteereitä on yhdistetty taulukossa seuraavasti:

1. ryhmä sisältää vastaukset (5) erinomainen ja (4) hyvä vastaavuus väitteeseen
2. ryhmä sisältää vastaukset (3) kohtalainen, (2) tyydyttävä ja (1) vähäinen vastaavuus väitteeseen. Joukossa oli myös kohtia, joihin ei ollut vastattu. Ei vastausten osuus oli:

- Ruokalista vaihtuu päivittäin 16 %

- Keittiöhenkilökunta valmistaa ateriat ammattitaidolla 2 %
- Ruuhka-aikana tarjoilu sujuu jouheasti, ilman pitkiä odotusaikoja 14 %
- Tarjoilija vastaa asiakkaan kysymyksiin, esim. aterian koostumuksesta, mausteiden käytöstä ja erityisruokavalioista. 16 %

Tarkempi erittely eri kriteereihin vastanneista on nähtävillä liitteessä 2.

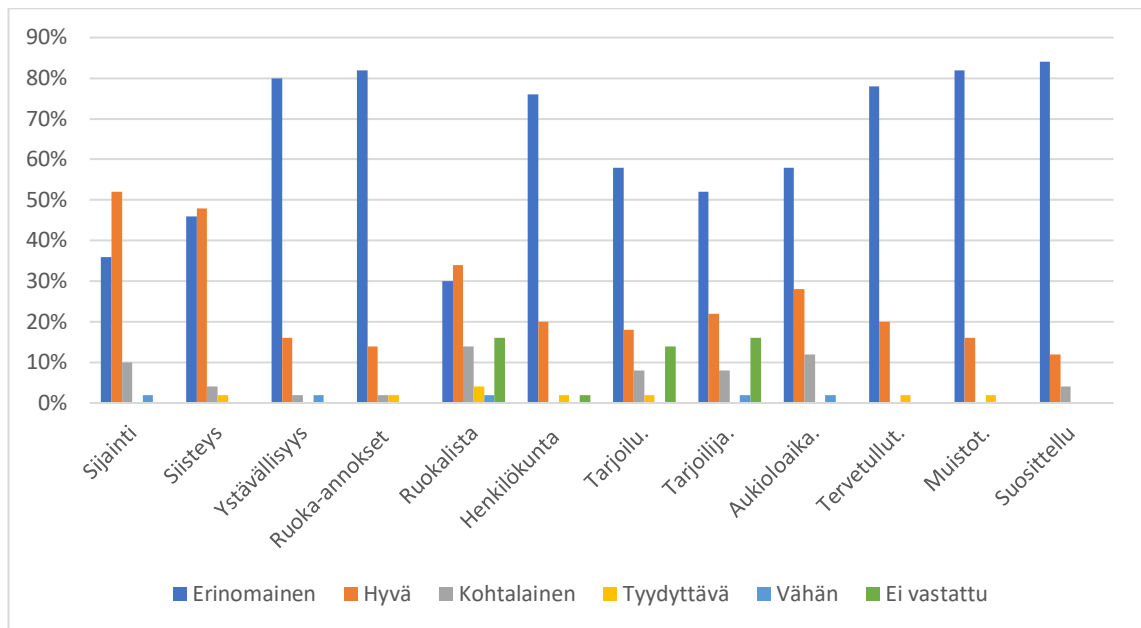
Kuviossa 2 sen sijaan näkyvät kaikki arvioinnin kriteerit yhdistämättä niitä toisiinsa.

TAULUKKO 1. Yhteenveto asiakkaiden mielipiteistä ja asenteista kyselyn arvioinnin kohteiden mukaan

Kohde / kriteerit	ryhmä 1	ryhmä 2
Sijainti	88%	12%
Siisteys	94%	6%
Ystävällisyys	96%	4%
Ruoka-annokset	96%	4%
Ruokalista	64%	20%
Henkilökunta	96%	2%
Tarjoilu	76%	10%
Tarjoilija	74%	10%
Aukioloaika	86%	14%
Tervetullut	98%	2%
Muistot	98%	2%
Suosittelu	96%	4%

Yli 95 % vastaajista oli sitä mieltä, että ravintolan siisteys, henkilökunnan ystävällisyys ja ruoka-annosten maittavuus olivat vähintään hyvää tasoa, suurimmaksi osaksi erinomaisella tasolla. Ruokalistan vaihtuvuudesta ravintola sai heikoimmat arviot eli 64 % vastaajista oli sitä, että vaihtuvuus oli korkeintaan kohtalaista. Aukioloaika ja sijainti saivat myös hieman enemmän kritiikkiä eli 10 % vastauksista oli väitteen kanssa korkeintaan kohtalaisella tasolla.

Lähes kaikki vastaajat tunsivat olleensa erittäin tervetulleita ravintolaan. Samalle määrälle jäi myös erittäin hyvä muistot ravintolakokemuksestaan sekä he haluavat suositella ravintolaa muille.



KUVIO 2. Asiakaskyselyn tulokset kyselyn arvioinnin kohteiden mukaisesti kaikilla kriteereillä erikseen esitettynä.

Kun 7P-mallin mukaiseen jäsenyykseen yhdistetään kyselyn väittämät ja lasketaan kyselyyn vastanneiden keskiarvot, saadaan taulukon 2 mukainen pelkistetty tulos asiakkaiden tyytyväisyydestä eri asioihin.

TAULUKKO 2. Kyselyssä olevat asiakokonaissudet sovellettuna 7P-mallin mukaisiin kilpailukeinoihin ja näiden keskiarvot.

7P		Keskiarvo
Product	ruoka-annokset	4.8
Price		
Place	sijainti	4.2
Promotion	ruokalista, suostuttelu	4.8
People	henkilökunta, tarjoilija	4.15
Process	tarjoilu	3.8
Physical evidence	siisteys	4.4
		4.35

6 KEHITTÄMISEHDOTUKET JA PÄÄTÄNTÄ

Ravintola Katmandun nykytilanne voidaan osoittaa SWOT-analyysillä, (kuvio 3) jossa on käytetty asiakaskyselyä sekä opinnäytetyön tekijän omia pitkän työskentelyn tuomia kokemuksia. Tämä analyysi auttaa myös pohtimaan toimenpiteitä ravintolan kehittämiseksi.

S (vahvuudet)	W(heikkoudet)
<ul style="list-style-type: none"> • Lounaspassi • Sijainti • Pöytiintarjoilu, naan leipä • Ystävällisyys, palvelu • Rauhallinen ympäristö 	<ul style="list-style-type: none"> • Salaattipöydän puute • Liian lähellä autotieltä • Vaikea päästä pyörätuolilla • Ei bufettipöytää
<ul style="list-style-type: none"> • Isot ikkunat • Sopivan kokoinen • Tunnelmallinen 	<ul style="list-style-type: none"> • Lähellä oleva kilpailijat • kilpailijalla on bufettipöytä lounaalla
"O" Mahdollisuus	"T" Uhka

KUVIO 3. Ravintola Katmandu SWOT -analyysi

S (vahvuudet)

Ravintolalla on pöytätarjoilu. Ravintolan lounasasiakkailla etuna on lounaspassi, kymmenen leiman jälkeen on ilmainen lounasateria. Ravintola sijaitsee asiakkaiden kävelymatkan etäisyydellä. Ateriaan kuulu juuri paistettu naanleipä. Rauhallinen taustalla soiva nepalilainen musiikki luo oman tunnelman.

W(heikkoudet)

Ravintolalla ei ole tarjolla salaattipöytää. Ravintolan kapea jalkakäytävä vaikeuttaa sisääntuloa varsinkin niiden asiakkaiden keskuudessa, joilla on liikuntavaikeuksia. Korkea ulkorappu hankaloittaa ravintolaan pääsyä.

"O" (Mahdollisuus)

Ravintolan suuret lasi-ikkunat avautuvat itään päin. Asiakas voi nauttia aterioidessaan aina Paloasemalle saakka ulottuvasta ulkonäkymästä. Tämä on hyvä mahdollisuus saada asiakkaat aterioimaan.

"T" Uhka

Lähistöllä oleva ravintola voi olla uhka Katmandun toiminnalle. Siellä on bufee pöytä. Asiakalla on enemmän mahdollisuuksia valita mieluisa ateriakokonaisuus.

Toiminnan parantamiseksi laadituilla kehittämissuunnitelmissa pyritään parantamaan nykyisten asiakkaiden jo tälläkin hetkellä olevaa hyvää tyytyväisyyttä mutta myös saamaan uusia kanta-asiakkaita yritykselle.

Lounasaukioloaika voidaan pidentää yhdellä tunnilla klo 15:00 asti. Henkilökunnan lounastauko tulee olemaan klo 15:00-17:00 ja vastaavasti älä carte alkaa klo 17:00.

Ruokalistaan uudistaminen on tarpeellinen. Ruokalistasuunnittelussa tulee enemmän ottaa huomioon Suomen eri vuodenaikojen vaihtelua siten, että talvella valmistetaan kyseistä vuodenaikaa tukevia lämpimiä ruokalajeja, kun taas kesällä kevyitä ruoka-annoksia kuten salaatteja ja vihanneksia.

Henkilökunnan olisi hyvä parantaa suomen kielen taitoa sekä myös ammattitaitoa. Vuorovaikutus on tärkeä palveluammateissa ja kielitaito on tärkeä työkalu vuorovaikutuksen edistämiseksi. Tuotteista viestittämistä tarvitaan erityisesti silloin, kun asiakas haluaa tietää mausteiden käytöstä ja erityisruokavalioista. Monet suomalaiset kuitenkin vierastavat lähtökohtaisesti nepalilaista ruokalajeja.

Ravintolan siisteys antaa tärkeän ensivaikutelman lounasruokailijoille. Oman havainnon perusteella pöytäliinat vaihdetaan riittävän usein. Ravintolassa on koko lattiamatto ja sitä ei ole pitkään aikaan pesty, joten pesu on ajankohtainen. Alakerrassa olevat wc -tilat ja sementtilattiat pitää maalata. Näillä toimenpiteillä saadaan ravintolan yleisilmettä siistimmäksi.

Vaikeakulkuinen sisääntulo ravintolan johtuu kapeasta jalkakäytävästä ja korkeasta rapusta (kuva 5). Tämä hankaloittaa vaikeasti liikkuvia ja rollaattoria käyttäviä asiakkaita. Salihenkilökunnan tulee tarjota apua sisään tuleville ja ainakin poistuville asiakkaille. Satakunnankadun vilkas liikenne on myös vaarallista jalankulkijoille.



KUVA. 5 Ravintolan sisäänkäynti Satakunnankatu 29. (kuva: Prakash Sapkota)

Ravintolassa on lounasasiakkaille pöytiintarjoiluna annosruuat. Nyt on aika harkita ottaa käyttöön buffetpöytä. Asiakas saa siten koota itselleen mieluisan ruoka-annoksen. Tällä keinolla ravintola saa lisää houkuttelevuutta. Ravintolan koko sisustuksen uusimista pidetään myös tarpeellisena, koska näin saadaan yleisilmettä päivitettyä.

Suomessa arvostetaan koulutusta korkealle ja koulutustaso on noussut. Nuorille pyritään varaamaan paikka ammattikoulussa tai lukiossa. Seuraava aste on ammattikorkeakoulu tai yliopisto. Minulla on ollut onni opiskella TAMK:ssa. Omalla työpaikallani Katmandu ravintolassa sain hyödyntää koulutustani ja tehdä opinnäytetyön ravintolan kehittämisestä, mihin sisältyi asiakaskyselyn toteuttaminen. Tämä oli hyvä osoitus siitä, miten koulutusta yhdistetään työelämän kanssa.

Olen ollut opintovapaalla, näin sain omistautua opinnäytetyön laatimiseen. Työn tekeminen oli mielenkiintoista, lisäksi pysyin hyvin suunnitelmissani. Myös yritykselle koitui näistä asiakaskyselyn tuloksista hyötyä. Nyt voidaan suunnitella tulevia parannuksia ja muutenkin siirtää katse tulevaisuuteen.

LÄHTEET

Gerdt, B. & Korhonen, K. 2016. Ylivoimainen asiakaskokemus [E-Kirja]. Alma Talent Oy

Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. 4. uudistettu painos. Helsinki: WSOY

Ojasalo, K., Moilanen, T. and Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma pro Oy.

Pitkänen, R. 2006. Parasta palvelua. Miten onnistut asiakkaan kohtaamisessa. Helsinki, Suomi: WSOYpro.

Ravintola Katmandu. n.d. Viitattu 29.11.2022. <https://ravintolakatmandu.fi/>

Ravintola Katmandu. Viitattu 29.11.2022. <https://www.finder.fi/Nepalilainen+ravintola/Ravintola+Katmandu/Tampere/yhteystiedot/2184294>

Tuulaniemi, J. 2016. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum Pro.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Liite 1. Asiakaskysely

OPINNÄYTETYÖ RESTONOMI, TAMK - ASIAKASKYSELY

Asiakas vastaa kyselyyn antamalla pisteitä asteikolla 1-5.

(1 vähän, 2 tyydyttävä, 3 kohtalainen, 4 hyvä, 5 erinomainen)

Arvioinnin asiakas suorittaa ympyröimällä oman arvionsa pistellä.

Asiakkaan valintaperusteet Katmandu ravintolan kohdalla. (kyseessä ollessa)

1. Ravintolan sijainti.
1 2 3 4 5
2. Ravintolasali on siisti ja viihtyisä.
1 2 3 4 5
3. Ravintolan henkilökunnan asiantuntemus ja ystävällisyys.
1 2 3 4 5
4. Ruoka-annokset ovat maittavia.
1 2 3 4 5
5. Ruokalista vaihtuu päivittäin.
1 2 3 4 5
6. Keittiöhenkilökunta valmistaa ateriat ammattitaidolla.
1 2 3 4 5
7. Ruuhka-aikana tarjoilu sujuu jouheasti, ilman pitkiä odotusaikoja.
1 2 3 4 5
8. Tarjoilija vastaa asiakkaan kysymyksiin, esim. aterian koostumuksesta, mausteiden käytöstä ja erityisruokavalioista.
1 2 3 4 5
9. Lounastarjoilun aukiolo aika (11–14).
1 2 3 4 5
10. Asiakas tuntee olevansa tervetullut Katmanduun uudelleen.
1 2 3 4 5
11. Asiakkaalle jää miellyttävät muistot ruokailusta.
1 2 3 4 5
12. Suosittelisin ravintolaa ystäväilleni.
1 2 3 4 5

Liite 2. Prosenttiosuudet kysymyksen vastauksista.

	Erinomainen	Hyvä	Kohtalainen	Tyydyttävä	Vähän	Ei vastattu
Sijainti	36%	52%	10%	0%	2%	0%
Siisteys	46%	48%	4%	2%	0%	0%
Ystävällisyys.	80%	16%	2%	0%	2%	0%
Ruoka-annokset	82%	14%	2%	2%	0%	0%
Roukalista	30%	34%	14%	4%	2%	16%
Henkilökunta	76%	20%	0%	2%	0%	2%
Tarjoilu.	58%	18%	8%	2%	0%	14%
Tarjoilija.	52%	22%	8%	0%	2%	16%
Aukioloaika.	58%	28%	12%	0%	2%	0%
Tervetullut.	78%	20%	0%	2%	0%	0%
Muistot.	82%	16%	0%	2%	0%	0%
Suosittelu	84%	12%	4%	0%	0%	0%