



Viinipalveluprosessin kehittäminen yritykselle X

Sara Oksanen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Amk-opinnäytetyö

2024

Restonomien tutkinto

Tiivistelmä

Tekijä(t)

Sara Oksanen

Tutkinto

Restonomi

Raportin/Opinnäytetyön nimi

Viinipalveluprosessin kehittäminen yritykselle X

Sivu- ja liitesivumäärä

30 + 3

Tämä opinnäytetyö saatiin toimeksiantona yritykseltä X. Opinnäytetyön tarkoituksena oli parantaa yrityksen X viinipalveluprosessia. Tekijän tavoitteena oli luoda kehitysideoita, joiden avulla yritys X pystyy parantamaan viinipalveluprosessia.

Työn teoreettinen tausta koostuu neljästä pääaiheesta, joita ovat palvelu, palveluprosessi osana palvelua ja vuorovaikutus osana palvelua sekä viinin merkitys palveluprosessissa. Teorian pohjalta tehtiin sekä tutkimuskysymykset että haastattelukysymykset.

Opinnäytetyöhön muodostui kolme tutkimuskysymystä, joihin tekijä etsi vastauksia. Tutkimuskysymyksiä olivat millainen palveluprosessi on yrityksessä X ja millä tavoin vuorovaikutus näkyy yrityksen X palveluprosessissa sekä miten viini on osana palveluprosessia yrityksessä X.

Opinnäytetyön tutkimusmenetelmä oli toiminnallinen, mutta sisälsi myös laadullisen aineiston piirteitä. Tutkimusaineisto muodostui yrityksen X viidestä työntekijästä, joita tekijä haastatteli. Haastatteluun käytettiin teemahaastattelurunkoa. Aineisto analysointiin sisällön analyysillä.

Tulokset ovat kuvattuna pääteemoittain. Henkilöstön mielestä palvelu koostuu hyvästä asiakaskohtaamisesta. Henkilöstön mielestä hyvää vuorovaikutusta täytyy edistää asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä, lisäksi viinitietoisuutta pidetään henkilöstön keskuudessa tärkeänä. Haastatteluun perustuen, yritykselle X on tuotettu kehitysideoita viinipalveluprosessin kehittämiseksi.

Viimeisessä luvussa on pohdittu luotettavuutta ja eettisyyttä sekä koko opinnäytetyön etenemistä.

Asiasanat

palvelu, palveluprosessi, viini, vuorovaikutus, viinipalveluprosessi

Sisällys

1 Johdanto.....	1
2 Palveluprosessi.....	3
2.1 Palvelu.....	3
2.2 Palveluprosessi osana palvelua.....	4
2.3 Vuorovaikutus osana palveluprosessia.....	6
2.4 Viinin merkitys palveluprosessissa.....	7
3 Tutkimuksen toteutus.....	10
3.1 Tavoitteet ja tarkoitus.....	10
3.2 Aineiston kerääminen.....	10
3.3 Aineiston analysointi.....	11
4 Viinipalveluprosessin kehittäminen yritykselle X.....	13
4.1 Toimeksiantajan esittely.....	13
4.2 Nykytilanne.....	13
4.3 Viinipalveluprosessin kehittämistyön kuvaus.....	14
5 Tulokset.....	15
5.1 Taustatiedot.....	15
5.2 Henkilöstön ajatukset palveluprosessista.....	15
5.3 Henkilöstön ajatukset vuorovaikutuksesta.....	17
5.4 Henkilöstön ajatukset viinin merkityksestä palveluprosessissa.....	19
5.5 Kehitysideat viinipalveluprosessin kehittämiseksi ja niiden jalkautus.....	22
6 Pohdinta.....	23
6.1 Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys.....	23
6.2 Tutkimuksen onnistuminen ja tulosten pohdinta.....	24
6.3 Pohdintaa koko opinnäytetyön prosessista.....	26
Lähteet.....	27
Liitteet.....	31
Liite 1. Haastattelukysymykset.....	31
Liite 2. Esimerkki aineiston analysoinnista.....	32
Liite 3. Kehitysideat.....	33

1 Johdanto

Tämä opinnäytetyö tehdään toimeksiantona yritykselle X. Opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää yrityksen X viinipalveluprosessia. Tavoitteenani on luoda kehitysideoita yritykselle X viinipalveluprosessin kehittämiseksi. Teen työn kolmen tutkimuskysymyksen avulla. Taulukossa 1. on kuvattu matriisina, miten tutkimuskysymykset, teoria, haastattelukysymykset sekä tulokset löytyvät opinnäytetyössäni.

Opinnäytetyössäni tutkin aiheitani seuraavien tutkimuskysymysten avulla:

1. Millainen palveluprosessi on yrityksessä X?
2. Millä tavoin vuorovaikutus näkyy yrityksen X palveluprosessissa?
3. Miten viini on osana palveluprosessia yrityksessä X?

Taulukko 1. Opinnäytetyöni matriisi

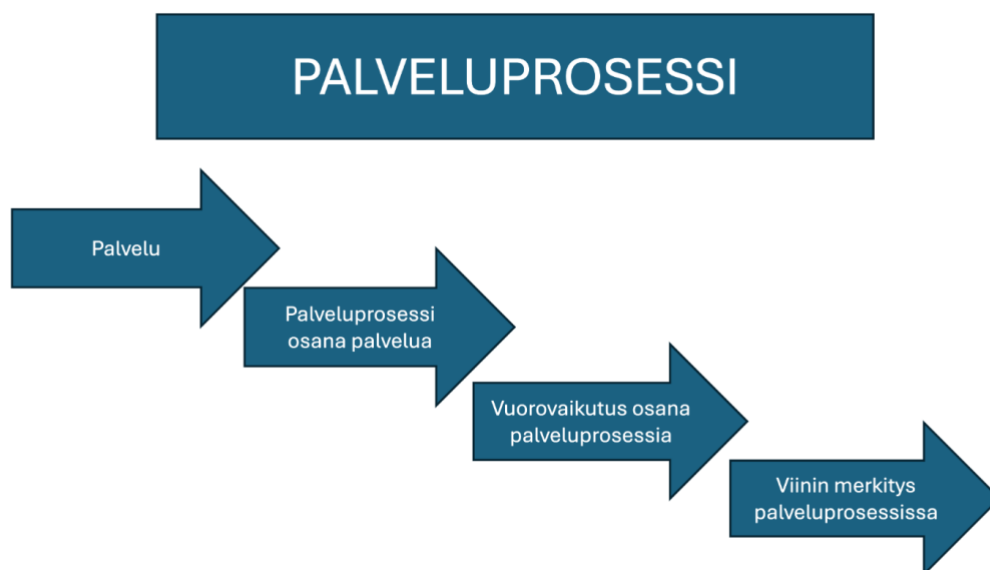
Tutkimuskysymys	Teoria	Haastattelukysymykset	Tulokset
TK1	2.2	4, 5, 6	5,2
TK2	2.3	7, 8	5,3
TK3	2.4	9, 10, 11, 12, 13, 14, 15	5,4

Halusin tehdä tämän opinnäytetyön kyseisestä aiheesta, koska viinit ja niiden palveluprosessin kehittäminen kiinnostaa minua. Koen, että aiheeni on tärkeä, koska nykymaailmassa palvelun avulla on helpompi erottautua kilpailijoista teknologian kehittyessä. Uskon, että opinnäytetyölläni on suuri merkitys yritykselle X, koska he pystyvät käyttämään kehitysideoita tulevaisuudessa.

Alkuun teoriassa tulen kuvaamaan, mikä merkitys palvelulla on osana palveluprosessia. Tämän jälkeen etsin teoratietoa vuorovaikutuksesta osana palveluprosessia ja viimeinen teoria osuus käsittelee viinin merkitystä palveluprosessissa. Näiden teorioiden pohjalta saadun tiedon perusteella tein tutkimuskysymykset ja haastattelukysymykset yrityksen X henkilöstölle. Haastatteluun osallistui ravintolapäälliköitä, vuoropäällikkö ja tarjoilija. Opinnäytetyön tulokset tulen esittämään tutkimuskysymyksittäin ja lopuksi pohdin työssäni työn luotettavuutta, eettisyyttä sekä koko opinnäytetyön prosessia.

2 Palveluprosessi

Palveluprosessi on toimintasarja, joka on suunniteltu. Se voi koostua yhdestä tai useammasta palvelusta. Usein eri toimijoilla on erilaisia palveluprosesseja. (Tepa-termipankki, 2023.) Opinnäytetyössäni suunnitellaan kehitysideoita viininpalveluprosessiin, joten palveluprosessi on isona aiheena työssäni. Tästä syystä olen tarkastellut palveluprosessia tarkemmin. Teoriaa olen etsinyt palvelusta, palveluprosessista osana palvelua, vuorovaikutuksesta osana palveluprosessia ja viinin merkityksestä palveluprosessissa.



Kuvio 1. Opinnäytetyön teoreettinen tausta.

2.1 Palvelu

Palvelu määritellään tuotannollisen toiminnan seuraukseksi. Palveluja käyttäessä kuluttavien osapuolten olosuhteet edistyvät tai muuttuvat. (Tilastokeskus s.a.)

Ahmed, Al Asheq, Ahmed, Cowdhury, Sufi & Mostofa (2023, 519-539) tutkimuksen tarkoitus on selvittää palvelun laadun merkitys asiakastyytyvyyteen ja halua palata uudelleen asiakkaaksi. Tutkimustulosten mukaan palvelun laadulla on suora yhteys asiakastyytyvyyteen. Lisäksi tutkimus kertoo, että palvelun laadulla on epäsuora vaikutus käyttää palvelua uudelleen.

Asiakkailla on nykypäivänä kovat odotukset palvelun suhteen, koska palveluala kasvaa koko ajan. Jotta yritys säilyttää kilpailukykyänsä, yritysten on priorisoitava palveluaan. Nykypäivänä palvelulla luodaan kilpailuetua suhteessa muihin yrityksiin. (Cant & Erdis 2012, 931-942.) Ravintola-alan yrittäjänä täytyy pysyä mukana myös jatkuvissa

muutoksissa. Trendit muuttuvat aika ajoin koko maailmassa, joten kuluttajien kysyntä muuttuu. Tämän hetkisiä kotimaisia Alkon (2024) lanseeraamia juomatrendejä kuvaan myöhemmin tässä luvussa.

Ravintoloita, jotka saavat kanta-asiakkaita yhdistää kuusi tekijää. Tekijöitä ovat palvelun laatu, ruoan laatu, hinta-laatusuhde, kattava valikoima, johdonmukaisuus ruoassa ja palvelussa sekä tunnelma ja ravintolan siisteys. (Josiam, Malave, Baldwin & Foster 2014, 2-3.) Tässäkin tutkimuksessa palvelu nousee merkittäväksi tekijäksi. Yrityksen tärkein osa strategiaa on vastata palvelullaan kuluttajien kysyntään (Razak, Aminuddin & Chazali 2019, 1).

Palvelu on laaja käsite ja palvelua omaavia aloja on todella monta, mutta itse keskityn työssäni tarkemmin ravintola-alan palveluun. Laadukas palvelu vaatii palveluprosessin, joka on yrityksessä suunniteltu oman näköiseksi. Käsittelen seuraavassa kappaleessa tarkemmin palveluprosessia.

2.2 Palveluprosessi osana palvelua

Hallitus tavoittelee säästöjä ja tehokkuutta julkisiin hankintoihin, jotta se pystyy turvaamaan laadukkaat palvelut (Valtioneuvosto 2023). Uskon itse, että hallituksen päätöksillä voi olla merkitystä palveluihin ja tätä kautta ne tulevat näkymään ravintoloiden palveluprosesseissa.

Huovilainen (2021, 2) on tutkinut asiakaslähtöistä palveluprosessia terveydenhuollossa. Tutkimus kertoo, miten asiakaslähtöisyys on osana palveluprosessia ja mitä haasteita siihen liittyy asiakkaiden näkökulmasta. Tutkimus osoitti, että henkilökunnan arvostaessa asiakasta näkyy vuorovaikutus parhaiten. Haasteena nousi esille viestintä ja sen puutteet. Organisaation tuotannolla ei ole väliä. Se voi tuottaa erilaisia tuotteita tai suoranaista palvelua, mutta organisaatiolla on olemassa palveluprosessi. Palveluprosessi on suoranaisesti yhteydessä asiakkaaseen ja asiakkaan kokemukseen. Palveluprosessin olemassaolo ei tarkoita suoranaisesti, että yrityksillä on sellainen erikseen luotuna vaan joissakin paikoissa se tapahtuu huomaamatta joka päivä. (Tallyfy s.a.)

Palveluprosessi koostuu eri vaiheista, mutta kaikilla vaiheilla on sama päämäärä. Päämääränä on seurata kuluttajakäyttäytymistä ja pitää asiakkaat tyytyväisinä. Palveluprosessin avulla eri organisaatioiden johtajat ymmärtävät paremmin asiakkaidensa käyttäytymistä. (Question Pro s.a.)

Yrityksen strategian ymmärrys antaa apuja hyvän palveluprosessin luomiseen ja tuottamiseen. Palveluprosessin luomisen takana on halu tukea yrityksen strategian päämäärää. Ennen palveluprosessin tuottoa on oltava käsitys yrityksen strategiasta, missiosta, visiosta ja toiminta-ajatuksesta (Tirkkonen 2013).

Igreja, Sousa, Silva ja Veloso (2022, 538–554) ovat tutkineet asiakkaiden kokemuksia palveluiden laadusta perhe omisteisessa hotelissa. Tulosten mukaan, positiiviset kokemukset palveluista auttavat asiakkaita uskollisuuteen perhe omisteisissa hotelleissa. Clemes, Mohi, Li ja Hu (2018, 627–651) tutkimustuloksissa selviää, että palvelun laatu vaikuttaa kuluttajan ravintolakäyttäytymiseen. Palvelun ollessa laadukasta vaikutus kuluttajakäyttäytymiseen on positiivinen.

Innokylä on kehittänyt Service blueprintillä prosessikaavion ja palvelunkohtaisen mallin, jotka liittyvät eri osilla toisiinsa. Se visualisoi palvelun siten, että se voi kuvata palvelun näkyvistä elementeistä, asiakkaiden ja työntekijöiden rooleista, asiakaspalvelun leikkauspisteistä sekä palvelutarjonnan prosesseista. Tämä työkalu on erittäin hyödyllinen, kun kehitetään ja suunnitellaan uusia palveluita. (Innokylä s.a.)

Service blueprintin työkalu koostuu kuudesta askeleesta:

1. Palveluprosessin identifioiminen: määritellään ja identifoidaan palveluprosessi, josta selviää, mitä tehdään
2. Asiakassegmentin tai asiakkaiden identifioiminen: ketkä käyttävät palvelua?
3. Palvelun kuvataan asiakkaan näkökulmasta
4. Työntekijän toiminnan kuvaaminen
5. Tarvittavien tukitoimintojen linkittäminen vuorovaikutteisiin toimintoihin
6. Palvelutodisteiden lisääminen jokaiselle asiakkaan toiminnan askeleelle (Innokylä s.a.)

Yritysten kannattaa suunnitella oma palveluprosessi. Sen suunnittelun tukemiseen kannattaa hyödyntää potentiaalisia asiakkaita, koska prosessi suunnitellaan heitä varten. Kun mietitään, että kuka prosessia suunnittelee, on tärkeä valita henkilö, joka tuntee yrityksen ja sen strategian. Palveluprosessia suunnitellessa on yhtä tärkeä miettiä asiakasta kuin yrityksen johtoa. Yksi tärkeä osa palveluprosessia on vuorovaikutus, joka näkyy palveluprosessissa kuluttajille ja henkilöstölle. Kuluttaja ja henkilöstö ovat vuorovaikutuksessa koko palveluprosessin ajan.

2.3 Vuorovaikutus osana palveluprosessia

Palveluprosessissa vuorovaikutus on tärkeässä roolissa palvelun tuottajan ja vastaanottajan välillä (Turunen 2013). Vuorovaikutuksen avulla pystytään lisäämään asiakkaan arvostuksen tunnetta. Vuorovaikutus voi olla ajoittain hankalaa, mutta johdon on huolehdittava siitä, että henkilökuntaa on riittävästi huolehtimassa asiakkaista. (Savonia 2022.)

Vuorovaikutusta ja viestintää on tutkittu suomalaisissa väitöskirjoissa (Ortju, 2023, Niemi, 2020, Horila, 2018). Ortju (2023, 11–13) on tutkinut kuuntelemisen työyhteisötaitoja esihenkilöalaisuudessa. Tulosten mukaan kuunteleminen on keskeinen osa työyhteisötaitoja, joka mahdollistaa vuorovaikutuksen ja antaa syyn olla vuorovaikutuksessa. Toinen keskeisistä tuloksista on kuuntelemisen merkitys vuorovaikutuksessa. Kuuntelemisen ansioista vuorovaikutukseen syntyy luottamus.

Niemen (2020, 9–10) väitöskirjan tavoitteena on saada vuorovaikutuksellinen näkemys yrittäjyyteen. Tutkimustulokset kertovat, että uuden arvon luominen on todella vuorovaikutteinen tapahtuma. Luomisessa tulee hyödyntää vuorovaikutusta kuluttajien kanssa.

Horila (2018, 11–54) käsittelee väitöskirjassaan vuorovaikutuksen yhtenäisyyttä työelämän tiimeissä, koska ne ovat vakiintuneet tavalliseksi työskentely muodoksi Suomessa. Tutkimustulosten mukaan liian läheinen suhde voi olla huonoksi vuorovaikutukselle ja se voi olla myös esteenä uuden oppimiselle vuorovaikutussuhteessa. Vuorovaikutusta täytyy kehittää jatkuvasti yksilönä ja yhdessä. Vuorovaikutus voi olla tehokasta hyvin monella eri tavalla tiimeissä.

Kilpailu ravintola-alalla on kovaa. Asiakkaat peilaavat asiakastilanteita toisiinsa, sen lisäksi he myös vertaavat vuorovaikutuksen sujuvuutta eri yrityksissä. Jos asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä, he usein kääntyvät tutun yrityksen puoleen. (Viitasaara 2023.)

Hussein (2018, 233-252) artikkelissa tutkittiin mitkä asiat vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. Tutkimustulosten mukaan ruoan lisäksi vuorovaikutuksen laadulla on suuri merkitys ravintolan imagoon ja asiakastyytyväisyyteen.

Haastavia vuorovaikutustilanteita ja asiakkaiden tunteiden säätelyä asiakaspalvelijan näkökulmasta on tutkittu, koska ne kuuluvat osana palveluprosessiin. Tulosten mukaan

keskeisiin keinoihin kuuluu asiakkaiden kuunteleminen erityisen tärkeänä sekä tilanteiden rakentumisen että tunteiden säätelyn kannalta. Myös asiakaspalvelijan omat tunteet korostuivat, jolloin tunteiden säätelyssä asiakaspalvelijat painottivat oman rauhallisuutensa merkitystä tilanteissa, joissa asiakas ilmaisee voimakkaita negatiivisia tunteita. (Saloranta, 2021.)

Vuorovaikutuksen ammattilaisia ei ole olemassa, mutta vuorovaikutustaitoja pystytään aina kehittämään. Maailmassa on tänä päivänä paljon erilaisia ravintoloita, mutta vuorovaikutuksen ja sen persoonallisuuden avulla ravintolat erottuvat paremmin toisistaan. Useimmista tutkimuksista voidaan todeta, että moni kuluttaja palaa paikkaan palvelun eikä ruoan perässä. Tämän takia palvelu on todella merkittävä tekijä ravintola-alalla. Vuorovaikutukseen on monia vaikuttavia asioita. Seuraavaksi tässä opinnäytetyössäni kerron miten viinimaailma näkyy palveluprosessissa ravintola-alalla.

2.4 Viinin merkitys palveluprosessissa

Suomessa on olemassa tiukka alkoholilaki, jonka tarkoituksena on vähentää alkoholipitoisten aineiden kulutusta. Laki valvoo alkoholipitoisten aineiden elinkeinotoimintaa tarkasti koko yhteiskunnassa. (Alkoholilaki 28.12.2017/1102.)

Asiakkaiden maistelukokemukseen vaikuttaa viinin maun lisäksi esimerkiksi ympäristö, valaistus, ja taustamusiikki. Eri viinien ominaisuuksiin esimerkiksi makeuteen tai pituuteen pystytään yhdistämään erilaisia äänimaailmoja ja näillä on suuri merkitys kokonaisuuteen. (Spence 2020, 1.)

Teknologian kehitys on tuonut muutoksia viinialalla, joka on johtanut erilaisten havaintojen ja teknisten innovaatioiden lähentymiseen. Tutkimuksessa tarkasteltiin, miten teknologia vaikuttaa kuluttajien aisteihin viinejä kohtaan. Lisäksi tutkitaan vaikutusta viinin tuotantoon, markkinointiin ja brändin tarinan kerrontaan. Tulosten mukaan teknologia vaikuttaa esimerkiksi visuaaliseen näkemykseen viinistä, joka vaikuttaa asiakkaiden päätöksiin. (Cui, Esch & Spence 2024, 75–84.)

Brain (2019) on tutkinut, mikä merkitys on viinipalvelukoulutuksella ravintolan viinin myyntiin. Tutkimukseen osallistui yksi kontrolliryhmä ja toinen oli koeryhmä, joissa viinin myyntiä seurattiin noin kolmen kuukauden ajan. Tulosten mukaan viinipalvelukoulutus lisäsi viinin myyntiä koeryhmän ravintoloissa. Tutkijan mukaan tulokset varmensivat viinipalvelukoulutuksen merkityksen ravintola-alalla.

Velikova, Canziani ja Williams (2019) kuvaavat artikkelissaan pienten viinitilojen haasteita päästä ravintolamarkkinoille. Heidän mukaansa on hyvä kehittää yhteinen tavoite ja tehtävä, jotka edistävät sekä ravintolan että viinitilan strategiaa. Tämä mahdollistaa yhteisen tarinallisuuden ja määrätietoisen brändäyksen, joka johtaa arvostettuihin ruokailuihin ja elämyksiin ravintolakumppaneille ja heidän asiakkailleen. Uskon, että pienempien viinitilojen kiinnostus tarinallisuuteen tukee ravintoloiden palveluprosessia enemmän kuin suurempien viinitilojen.

Bruwer, Cohen & Kelley (2019, 12–28) ovat tutkineet muiden kanssa syömisen ja sosiaalisen luonteen vaikutusta kuluttajien viinikäyttäytymiseen. Tutkimustulosten mukaan suuremmissa ruokailuryhmissä olleet kuluttajat käyttivät enemmän rahaa viiniin. Heidän mukaansa, nämä tulokset voivat olla avuksi ravintolassa, kun kehitetään ravintoloiden liiketoimintastrategiaa.

Hsieh, Lee & Yin (2019) ovat tutkineet viinien roolia hotellien arvosteluissa asiakkaan näkökulmasta. Kolme eniten mainittua positiivista kokemusta tutkimustulosten mukaan olivat 'happy hour', ilmainen yllätysviinipullo sekä hauskanpito yhdistettynä ruokaan ja viiniin. Negatiivisena pidettiin ylihinnoiteltua viiniä, huonoa viini listaa ja viinin huonoa laatua. Tutkimuksessa havaittiin myös se, että viini on merkittävä osa asiakkaiden majoituskokemusta, jota majoitusyritysten kannattaa pohtia suunnitellessaan strategiaansa.

Viinit näkyvät isona osana myös Alkon tämän vuoden trendikatsauksessa. Alko on nostanut kolme megatrendiä, jotka ovat näkyneet jo pidemmän aikaa kuluttajien juomavalinnoissa. Megatrendejä ovat hyvinvoinnin vaaliminen, pieni on kaunista ja juomat menevät yhä kevyempään sekä raikkaampaan suuntaan. Hinta-laatusuhdetta pidetään tärkeänä, joka on johtanut edullisempien tuotteiden kysyntään. Toisaalta alkoholin käyttö on vähentynyt, joten hintaan ja laatuun myös panostetaan nauttiessa alkoholia. Kevyempiä valkoviinejä ja punaviinejä kulutetaan enemmän vuoden jokaisena sesonkina. Roseeviini, jota kutsutaan kesäsesongin tuotteeksi, on kulutettu tuote myös muina sesonkeina. Kuohuviinien suosio näkyy maailmalla siten, että kuplattomista viineistä tutut viinituottajat julkaisevat kuohuviinejä. Kuluttajien viinien valinta perustuu nykypäivänä yhä enemmän myös vastuullisuuteen. (Alko 2024.)

Viinit ovat iso osa ravintola-alaa. Useampien tutkimusten kautta voin todeta, että hyvä viini ei pelasta ravintolakokemusta. Viini on mukana kokonaisuudessa ja sen tarjoiluun ja nautiskeluun vaikuttaa moni asia mitä tapahtuu ympärillä. Kaikki teoreettinen materiaali, joita olen löytänyt viinistä osana palveluprosessia, on ollut kansainvälisiä tutkimuksia ja artikkeleita. Suomenkielisiä artikkeleita tai tutkimuksia en löytänyt, joka tekee aiheesta

mielenkiintoisemman. Halusin kuitenkin yhdistää Alkon esittämiä juomatrendejä, jotta voin analysoida haastateltavien vastauksia niihin myöhemmin.

3 Tutkimuksen toteutus

Tämä opinnäytetyö tehdään toimeksiantona yritykselle X. Kuvaan tässä luvussa opinnäytetyöni tavoitteet ja tarkoituksen, kuinka kerään aineistoa työhöni ja analysoin aineistoani.

3.1 Tavoitteet ja tarkoitus

Opinnäytetyössäni tarkoitus on yhtenäistää viinin palveluprosessia yrityksen X ravintoloissa. Tavoitteenani on luoda kehitysideoita viinin palveluprosessin kehittämiseksi, joita yritys X pystyy käyttämään eri yksiköissään. Kehitysideoiden kautta on tarkoitus, että yrityksen X henkilökunnan ymmärrys palvelun merkityksestä kasvaa. Pyrin löytämään ratkaisua kolmen tutkimuskysymyksen avulla.

1. Millainen palveluprosessi on yrityksessä X?
2. Millä tavoin vuorovaikutus näkyy yrityksen X palveluprosessissa?
3. Miten viini on osana palveluprosessia yrityksessä X?

3.2 Aineiston kerääminen

Laadullisen tutkimusmenetelmän aineistoiksi soveltuvat mm. esineet, ihmisten puhe, kuva- ja tekstiaineistot sekä elämäkerrat. Esimerkiksi yksilöhaastattelu soveltuu hyvin omakohtaisten kokemusten esille tuomiseen. Teemahaastattelua käytetään yhtenä haastattelun muotona, sitä nimitetään myös puolistrukturoitu haastattelu. (Vilkkä, 2015, 122–124.) Silverman (2020, 177) mukaan puolistrukturoitu haastattelulomake sisältää muutamia kysymyksiä, joita voidaan hyödyntää haastattelussa.

Salonen (2013, 15–16) mukaan toiminnallinen opinnäytetyö alkaa ideasta, jonka jälkeen tulee suunnitteluvaihe, esivaihe, työstövaihe, tarkistusvaihe, viimeistelyvaihe ja valmis tuotos. Tämä toiminnallinen opinnäytetyö alkoi opinnäytetyön suunnittelusta, johon etsin aikaisempaa tietoperustaa palveluprosessista yleisesti, vuorovaikutuksesta osana palveluprosessia ja viinin merkityksestä palveluprosessissa. Tiedonhakuna käytin enimmäkseen kansainvälisiä tutkimuksia ja artikkeleita aiheestani. Tiedonhaussa käytin eri sanoja suomeksi ja englanniksi esimerkiksi palveluprosessi, palvelu, vuorovaikutus, vuorovaikutus ja asiakaspalvelu sekä viini ja vuorovaikutus. Tietoa ja artikkeleita löytyi helpommin, kun käytti englanninkielisiä termejä.

Tässä toiminnallisessa opinnäytetyössäni on myös laadullisen aineiston piirteitä, koska tavoitteeni oli haastatella yrityksen X henkilöstöä. Käytin haastattelun runkona teemahaastattelupohjaa, johon tein muutamia kysymyksiä, jotka pohjautuvat

opinnäytetyöni teoriaan palveluprosessista. Pääteemoiksi muodostuivat palveluprosessi, vuorovaikutus ja viinin merkitys palveluprosessissa. (Liite 1.)

Tähän tutkimukseen osallistui eri yksisöistä ravintolapäälliköitä, vuoropäällikkö ja tarjoilija. Halusin osallistujien olevan eri asemassa työskenteleviä henkilöitä, koska näin saan laajemman kuvan kokonaisuudesta. Yksiköt, joiden työntekijöille haastattelut tein, on valittu eri puolilta Suomea, koska halusin nähdä, tuleeko vastauksissa erilaisia näkökulmia kohteen sijainnin mukaan. Haastattelunrunгон lähetin etukäteen haastateltaville, jotta he pystyvät perehtymään kysymyksiini. Aineiston keräämisen eli haastattelujen jälkeen aloitin aineiston analysoinnin.

Haastattelut itsessään sujuivat pääsääntöisesti hyvin. Aikatauluissa oli aluksi haasteita, koska haastattelut pidin kesäaikaan, jolloin jokaisessa yksikössä kesälomat pyörivät. Mutta onneksi pystyin itse joustamaan haastatteluiden aikatauluissa. Koin edukseni, että lähetin haastattelukysymykset ennakkoon, koska näin haastattelut pystyivät niihin perehtymään.

3.3 Aineiston analysointi

Kiviniemen (2018, 82 - 83) mukaan laadullisen tutkimuksen analysointi voi olla luonteeltaan toisaalta analyttistä, toisaalta synteettistä. Analyttistä edustaa aineiston luokittelu ja jäsentäminen järjestelmällisesti eri teema-alueisiin, jolloin aineiston koodaaminen on helpommin tulkittavissa eri osiin. Lopulta keskeistä siinä on löytää synteesiä kokonaisrakenteesta, joka kannattaa koko aineistoa.

Laadullisessa tutkimuksessa käytetään analyysimenetelmänä teemoittelua, tyypittelyä, sisällönerittelyä, diskurssianalyysiä ja keskusteluanalyysiä (Hirsijärvi, Remes, Sajajärvi, 2012, 224). Tässä opinnäytetyössäni käytin sisällön analyysiä, jonka kohteena oli osallistujien vastaukset palveluprosessista, vuorovaikutuksen merkityksestä palvelun aikana sekä viinipalveluprosessin tuntemisesta.

Elo, Pajula, Tohmola ja Kääriäinen (2022, 215-225) ovat kuvanneet tutkimuksessaan laadullisen sisällönanalyysin vaiheita ja etenemistä. Sisällönanalyysin tekeminen lähtee siitä, että etsitään analyysiyksikkö tai ajatuskokonaisuus haastatteluaineistosta poistamalla haastateltavan ylimääräiset täytesanat. Tämän jälkeen ajatuskokonaisuus pelkistetään viemällä samaa tarkoittavat pelkistetyt ilmaukset luokkiin.

Analysoinnin aloitin heti, kun olin saanut ensimmäiset vastaukset kysymyksiini. Haastattelut, jotka pidin litteroin erillisiin Word-tiedostoihin. Kaikista

haastatteluista materiaalia Word-tiedostoon tuli yhteensä 15 sivua. Sen jälkeen tutustuin perusteellisesti aineistoon lukemalla läpi sen useampaan otteeseen. Tämän jälkeen valitsin analyysiyksiköksi sanayhdistelmiä ja lauseita, jotka tulivat esille osallistujien vastauksista. Alleviivasin aineistosta alkuperäisilmauksia, jotka minun tutkimuskysymysteni kannalta olivat merkityksellisiä.

Seuraavassa vaiheessa kirjasin alkuperäiset ilmaukset erilliseen tiedostoon teemoittain palveluprosessi, vuorovaikutus ja viinin palveluprosessi. Näitä alkuperäisilmauksia tuli yhteensä 187, jotka numeroin selkeästi, jotta pystyin myöhemmin käyttämään niitä. Muutaman alkuperäisilmauksen hylkäsin, koska ne eivät olleet tutkimuskysymysten kannalta merkityksellisiä. Muodostin niistä pelkistettyjä ilmaisuja, jotka kirjasin samaan dokumenttiin alkuperäisilmaisun viereen. Tämän jälkeen luokittelin pelkistetyt ilmaisut etsien erilaisuuksia ja samanlaisuuksia kuvaavat pelkistetyt ilmaisut omaksi luokaksi. Seuraavaksi jatkoin analyysiä yhdistellen saman sisältöisiä luokkia, jolloin sain niitä yhdistävän kategorian. Koska aineisto oli melko pieni, niin sisällön analyysin lopputuloksena oli yksi yhdistävä alakategoria. (Liite 2.)

4 Viinipalveluprosessin kehittäminen yritykselle X

Tässä luvussa esittelen toimeksiantajani, viinipalveluprosessin nykytilanteen toimeksiantajan toimipaikoissa ja viinipalveluprosessin kehittämistyön kuvauksen. Tietoni yrityksestä koostuu omasta työkokemuksestani yrityksestä X.

4.1 Toimeksiantajan esittely

Toimeksiantajani on yritys X, jonka yhdessä toimipisteessä itse työskentelen. Yritys X:llä on yhteensä 20 toimipaikkaa, joista suuri osa sijaitsee Pohjois-Suomessa, josta koko idea ja tarina on lähtöisin. Yritys X on yksi suurimmista yksityisistä hotellitoimijoista. Yritys X on perustettu vuonna 1970-luvulla ja on perheomisteinen yritys. Hotellien lisäksi yrityksen omistukseen kuuluu yhteensä monta tuhatta ravintolapaikkaa ympäri Suomea, joita on esimerkiksi hiihtokeskuksissa ja eri kaupungeissa.

Yrityksen arvot kumpuavat Pohjoisen maaperän syvästä lähteestä. Arvot näkyvät päivittäisessä työelämässä siten, että jokainen työntekijä sitoutuu toimimaan arvojen mukaisesti. Uusille työntekijöille arvot kerrotaan perehdytyksen yhteydessä. Pohjoisen henkisyys on tuotu myös kaupunkiin, joihin on rakennettu kaupunkihotelleja. Niiden tarkoituksena on olla asiakkaalle paikka, jossa unohtuu kiireet. Kaupunkihotellit korostavat rauhaa ja Lapin mystiikkaa, jota halutaan tuoda asiakkaille. Kaupunkihotellit haluavat erottautua muiden ketjujen hotelleista, joka näkyy asiakkaille palveluna.

Omassa yrityksen X toimipisteessä on eri osastoja, joita ovat vastaanotto ja myyntipalvelu sekä ravintola, johon kuuluu salin ja keittiön henkilökunta. Jokaisella osastolla on rivityöntekijöitä, useampi kuin yksi vuoropäällikkö ja osastopäällikkö. Tämän lisäksi on hotellinjohtaja. Siivous on yrityksestä ulkoistettu, vaikka tehdään päivittäin yhteistyötä eri siivousfirmojen kanssa.

4.2 Nykytilanne

Tässä kuvaan viinipalveluprosessin nykytilanteen yrityksen X:n yhdestä yksiköstä. Koska itse työskentelen kyseisessä ravintolassa, ymmärrän yrityksen viinipalveluprosessin. Tirkkosen (2013) mukaan on tärkeää ymmärtää myös yrityksen strategia, jos suunnittelee palveluprosessia.

Yritys X aloitti viime syksynä ravintolatoimen kehityksen. Olen mukana kehitysryhmässä, jossa aiheenamme on kehittää juomien palveluprosessia, mutta pääsääntöisesti keskitymme viinien palveluprosessin kehittämiseen. Olemme kehitysryhmässämme

päättäneet, että yritys X:ssä esittelemme viinin, josta kerromme ensimmäisenä, miksi se on valittu kyseiselle ruokalajille. Tämän jälkeen kuvaamme viinin perustiedot, jotka ovat viinin nimi, maa, alue, vuosikerta, tuottaja ja rypäle.

Olemme saaneet asiakaspalautetta siitä, että Pohjoisen ja Etelän yksikkömmme ovat täysin eri maailmasta, joten tästä syystä haluamme ravintolaosaston puolelta kehittää palveluitamme yhtenäisemmiksi. Palvelu on meidän erottautumistekijämme laajassa mittakaavassa, joten sillä pyrimme saamaan yhtenäisyyttä eri yksiköiden välille. Tämä vahvasti ideaani lähteä tekemään tätä opinnäytetyötä.

4.3 Viinipalveluprosessin kehittämistyön kuvaus

Opinnäytetyössäni on tarkoitus luoda kehitysideoita viinipalveluprosessin kehittämiseksi, joten tähän tarvitsen sekä teoreettista, että käytännön tietoa. Haastattelukysymykset suunnittelin teoriaosuuteni pohjalta. Haastateltavat työskentelevät yrityksen X:n ravintoloissa, joten vastaukset tulevat olemaan käytännöstä. Innokylän (s.a.) luomassa prosessikaaviossa on kuusi eri askelta, joissa kehitetään ja suunnitellaan uusia palveluita. Yhtenä askeleena on työntekijän toiminnan kuvaaminen, joka näkyy tässä opinnäytetyössäni haastatteluaineiston muodossa. Tarkemmin tämä Service Blueprintin työkalu on kuvattu luvussa 2.

Työskentely ravintolatoimen kehitysryhmässä tukee opinnäytetyötäni. Muut ryhmän jäsenet ovat olleet alalla pitkään, joten aion hyödyntää heidän kokemustansa viinialalta ja viinien palveluprosessista. Lisäksi oma työkokemus yritys X:ssä auttaa minua tässä viinipalveluprosessin kehitysideoinnissa.

Ennen varsinaisten kehitysideoiden tekemistä, odotan vastaukset haastateltuiltani henkilöiltä. Koska näin saan käytännön vastauksia, miten toimitaan esimerkiksi juuri Pohjoisen yksikössä.

Näitä viinipalveluprosessin kehitysideoita tulee hyödyntämään jatkossa koko yrityksen X henkilöstö. Yrityksen X palveluksesta tulee yhtenäisempää, joten lopulta eniten tästä hyötyvät yrityksen X asiakkaat, koska he saavat elämyksellisen kokemuksen viinimaailmasta jokaisessa yrityksen X eri yksiköissä. Tarkoitukseni on jakaa kehitysideat koko yrityksen X:n henkilökunnalle avoimesti

5 Tulokset

Tässä luvussa analysoin haastatteluni tuloksia ja jaan kehitysideani yritys X:n viinipalveluprosessin kehittämiseksi. Ensin kuvaan osallistujien taustatiedot. Tämän jälkeen kuvaan tutkimuskysymysten mukaisesti, miten henkilöstö kuvasi palveluprosessin, vuorovaikutuksen ja viinipalveluprosessin yrityksessä X.

5.1 Taustatiedot

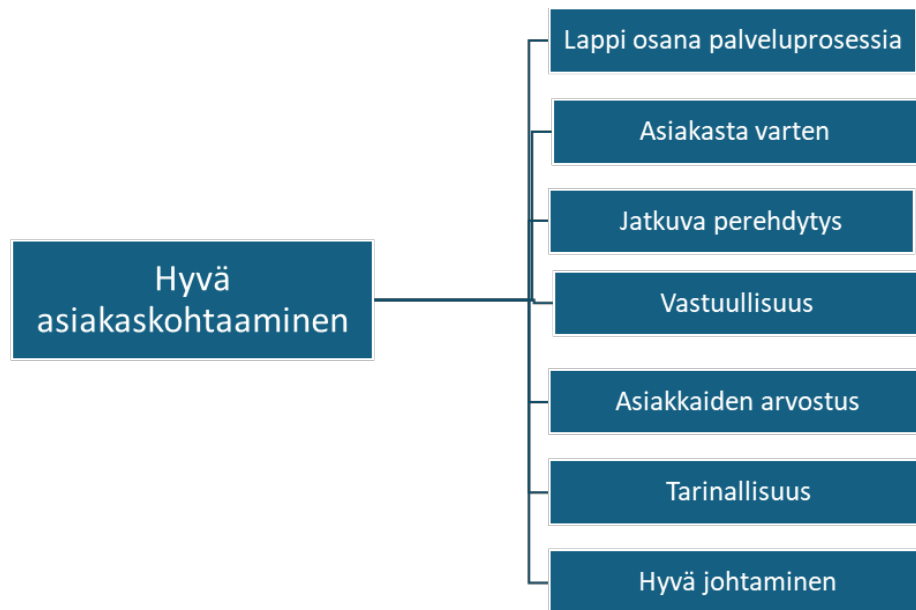
Opinnäytetyöhöni haastattelin viittä ihmistä yrityksestä X. Työntekijät, joita haastattelin työskentelevät eri yksiköissä. Osa haastatelluista oli Pohjoisesta, osa Etelästä ja tämän lisäksi tähän opinnäytetyön sain osallistujia Keski-Suomesta. Taulukossa 2 on kuvattu haastateltujen taustatiedot.

Taulukko 2. Haastateltujen taustatiedot

Haastateltavat	Toimipiste	Työsuhteen kesto
Ravintolapäällikkö	Keski-Suomi	2,5 vuotta
Ravintolapäällikkö	Etelä	4,5 vuotta
Apulaisravintolapäällikkö	Pohjoinen	3 vuotta
Vuoropäällikkö	Etelä	0,5 vuotta
Tarjoilija	Pohjoinen	6 vuotta

5.2 Henkilöstön ajatukset palveluprosessista

Tämän opinnäytetyön analyysin tuloksena sain 7 pääteemaa (luokkaa), jotka ovat **Lappi osana palveluprosessia, asiakasta varten, jatkuva perehdytys, vastuullisuus, asiakkaiden arvostus, tarinallisuus ja hyvä johtaminen**. Kuviossa 2. henkilöstön ajatukset hyvästä asiakaskohtaamisesta. Yhdistäväksi kategoriaksi muodostui *mistä koostuu hyvä asiakaskohtaaminen*. Tulokset esitän tutkimusaineistosta analyysin avulla nousseiden luokkien ja alkuperäisilmauksien avulla, kuitenkin niin, ettei osallistujaa voida tunnistaa lausuman perustella.



Kuvio 2. Henkilöstön ajatukset hyvästä asiakaskohtaamisesta.

Hyvä asiakaskohtaaminen henkilöstön vastausten perusteella yrityksessä X koostuu Lapista osana palveluprosessia. Osallistujat kuvasivat useampaan kertaan vastauksissa, miten sielu nousee Lapissa. Vastauksista nousi esille myös se, että Lapin tarjoilu on laadukkaasta sekä Lappia korostettiin palveluoriprosessissa. Konkreettisesti vastauksista tuli ilmi, että henkilökunta korostaa Lappia päivittäisessä työssään. Henkilökunnan mielestä halutaan tuoda Lapin tunnetta myös yksiköihin, jotka eivät varsinaisesti sijaitse Lapissa.

“Sielu Lapissa näkyy yrityksessämme monessa asiassa, joita ovat miljöö, tuotteet, asiakkaille kerrotut tarinat esimerkiksi raaka-aineiden alkuperät.”

“Esittelen ruokalistan Lapin raaka-aineita korostaen.”

“Asiakas astuu Lappiin heti ravintolan ovesta, koska meillä on elävä tuli, musiikki, sisustus, koristeet ja vaatetus.”

Henkilökunnan vastauksista nousi esille se, että on tärkeää asiakkaiden arvostus sekä että henkilöstö on asiakkaita varten. Vastaajat vakuuttivat, että yrityksen X henkilöstö arvostavaa asiakkaitaan ja kokevat olevansa töissä 100% asiakkaita varten. Henkilökunta pitää tärkeänä sitä, että asiakkaat toivotetaan tervetulleeksi. Vastauksista nousi ilmi, että henkilöstö seuraa asiakaspalautteita monessa eri kanavassa. Henkilöstön mielestä laadukkuutta pidetään tärkeänä asiakkaan kohtaamisessa. Henkilöstö kuvasi, että usein ravintoloilla on myyntitavoitteet ja niihin pyritään pääsemään palvelun laadusta riippumatta, mutta yritykselle X laatu on tärkeämpää.

“Toivotetaan kaikki tervetulleeksi.”

”Säännöt huomioiden monta pöytää kukin tarjoilija pystyy ottamaan, mieluummin laadukkaasti vähemmän kuin paljon asiakkaita ja palvelu huonoa.”

Suurin osa haastatelluistani työntekijöistä toimivat esihenkilöinä tehtävissä yrityksessä X, joten heidän mielestä hyvä johtaminen ja jatkuva perehdytys on tärkeää. Henkilöstön mielestä ammattitaidon kehittämiseen vaikuttaa myös oma halua kehittyä. Henkilöstö kuvasi myös sitä, että negatiivisiin asioihin puuttuminen on hyvää johtamista, koska virheistä osa oppii parhaiten. Jotta pystyy ymmärtämään asiakkaita, täytyy myös asettua asiakkaan asemaa. Henkilöstön mielestä auditointi on hyvä esimerkki siitä, että sen avulla pystytään puuttumaan epäkohtiin ja perehdyttämään henkilökunnasta entistäkin osaavampaa.

”Kehittämällä ammattitaitoani aktiivisesti.”

”Puutun epäkohtiin välittömästi.”

”Teemme auditointeja säännöllisesti.”

Yrityksen X yksi keskeisin arvo on jo aikaisemmin mainitsemani vastuullisuus, joten oli odotettavaa, että vastuullisuutta pidettiin merkittävänä tekijänä. Henkilöstön mielestä vastuullisuus liitetään usein pelkästään ympäristöön liittyviin asioihin, mutta vastuullisuutta on olemassa paljon muitakin. Osallistujien mielestä erityisruokavaliot ja allergiat ovat lisääntyneet, joten työntekijät nostivat tämän osana vastuullisuutta.

”Emme vie annosta asiakkaalle asti, jos tuote ei ole aina yhtä laadukas.”

”Vastuullisena esimerkiksi erityisruokavaliotilanteet ja turvallisuusasiat.”

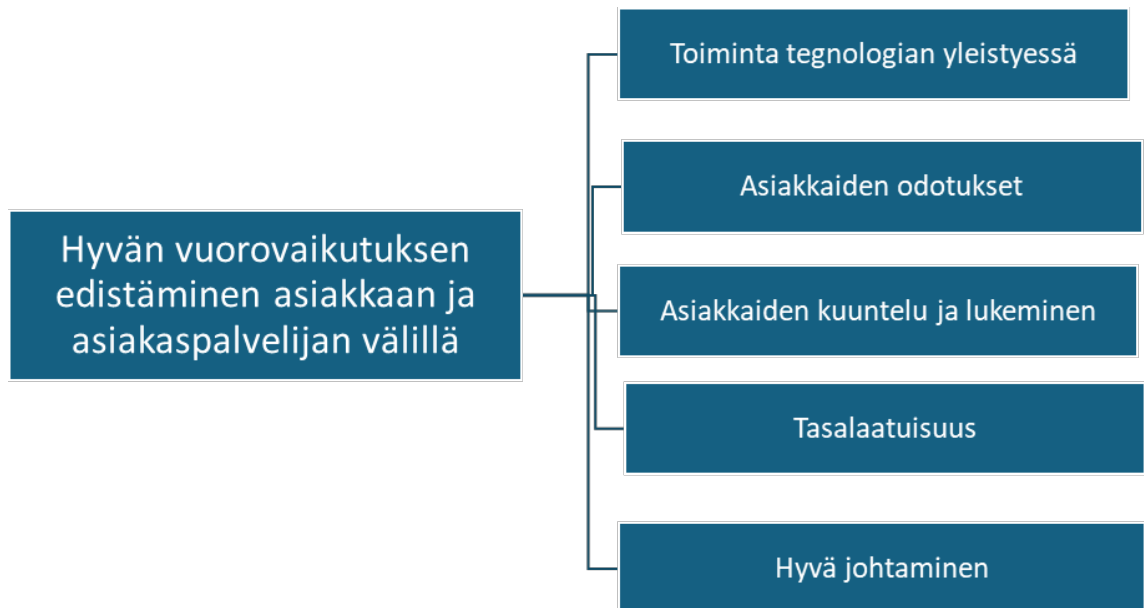
Tarinallisuus koetaan vahvana osana palveluprosessia yrityksessä X. Henkilöstö kuvasi, että on tärkeää käyttää tarinallisuutta palveluprosessissa. Vastauksista ilmeni, että fyysisiä elementtejä tarkistetaan säännöllisin väliajoin, kuten ravintolan menu ja sisustus.

”Tarkistan fyysisten puitteiden kunnon esimerkiksi menut, kynttilät ja sisustus.”

5.3 Henkilöstön ajatukset vuorovaikutuksesta

Opinnäytetyöni yhtenä pääaiheenani on vuorovaikutus palveluprosessissa. Haastattelussani halusin tietää, millaista vuorovaikutusta asiakkaiden ja työntekijöiden välillä, mutta myös työntekijöiden keskinäistä vuorovaikutusta. Lopullisena yhdistävänä kategoriana vuorovaikutuksesta nousi *hyvän vuorovaikutuksen edistäminen asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä*. Kategoria nousi viidestä eri luokasta, joita olivat **toiminta teknologian yleistyessä, asiakkaiden odotukset, asiakkaan kuuntelu sekä**

lukeminen, tasalaatuisuus ja hyvä johtaminen. Kuviossa 3 on kuvattuna henkilöstön ajatukset hyvän vuorovaikutuksen edistämisestä asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä.



Kuvio 3. Henkilöstön ajatukset hyvän vuorovaikutuksen edistämisestä asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä.

Haastattelussa halusin tietää, miten teknologian yleistyminen vaikuttaa kuluttajan ja asiakaspalvelijan väliseen vuorovaikutukseen, joka johtaa asiakkaan odotuksiin. Henkilöstön vastauksissa oli eroavaisuuksia keskenään, koska toisessa yksikössä on käytössä tabletit ruokailausten yhteydessä ja toisessa luotetaan kaikessa henkilökohtaiseen palveluun. Tabletin käyttöön ottaneessa yksikössä on kuitenkin henkilökuntaa, joka koki vanhan tavan hyvänä. Vastauksien perusteella henkilökunta uskoo, että teknologian kehityksellä on vaikutusta asiakkaan odotuksiin ja tuotetietoisuuden lisääntymiseen. Henkilökunta kuvasi, että he luottavat edelleen henkilökohtaiseen palveluun.

“Tabletit ovat yleistyneet ruokailausten ottamiseen, henkilökohtaisesti suosisin mieluiten vanhaa tapaa.”

“Luotamme edelleen hyvään henkilökohtaiseen palveluun.”

“Mikään kone ei tule korvaamaan ammattitaitoista henkilökuntaa.”

“Asiakkaat odottavat sitä, mitä sosiaalisessa mediassa näytetään.”

“Asiakkaat ovat enemmän tietoisia viineistä teknologian yleistymisen takia.”

Henkilökunta kuvasi vuorovaikututusta tärkeänä tekijänä koko palveluprosessissa. Haastateltujen työntekijöiden vastausten perusteella merkittävänä tekijänä nousi asiakkaiden kuuntelu ja lukeminen. Vastausten perusteella yrityksen X asiakkaat

saattavat olla keskenään todella erilaisia, joten asiakkaan lukemisen taito on henkilöstön mielestä tärkeää. Yrityksen tarinoinnit ovat tärkeänä osana vuorovaikutuksessa, mutta haastateltavat muistuttavat kuitenkin, että jokainen saa ja jokaisen täytyy olla oma itsensä.

“Kommunikointi asiakkaan ja tarjoilijan välillä on tärkeää.”

“Asiakkaita, jotka haluavat hoitaa vuorovaikutuksen mahdollisimman hillitysti ja nopeasti, mutta toiset arvostavat jutustelua.”

“Suurin osa asiakkaista arvostaa tarinoita.”

“Olemalla oma itsensä.”

Yhtenä haastattelun aiheenani halusin tietää, miten omalla vuorovaikutuksella työntekijät edesauttavat asiakastytyvääisyyttä. Pääaiheiksi nousivat hyvä johtajuus ja tasalaatuisuus. Henkilöstön mielestä ravintolan asiakastytyvääisyyteen ei vaikuta pelkästään vuorovaikutus kuluttajan ja palvelun tarjoajan välillä vaan myös henkilökunnan vuorovaikutus keskenään esimerkiksi sali- ja keittiöhenkilökunnan välillä. Vuorovaikutusta tapahtuu myös henkilöstön mukaan eri osastoilla, joka vaikuttaa myös esimerkiksi siihen, että tuote tarjoillaan kaikille tasalaatuisesti. Vastausten perusteella yrityksen asiakastytyvääisyyttä edesautetaan myös se, että johtajat toimivat esimerkkinä hyvällä johtamisella.

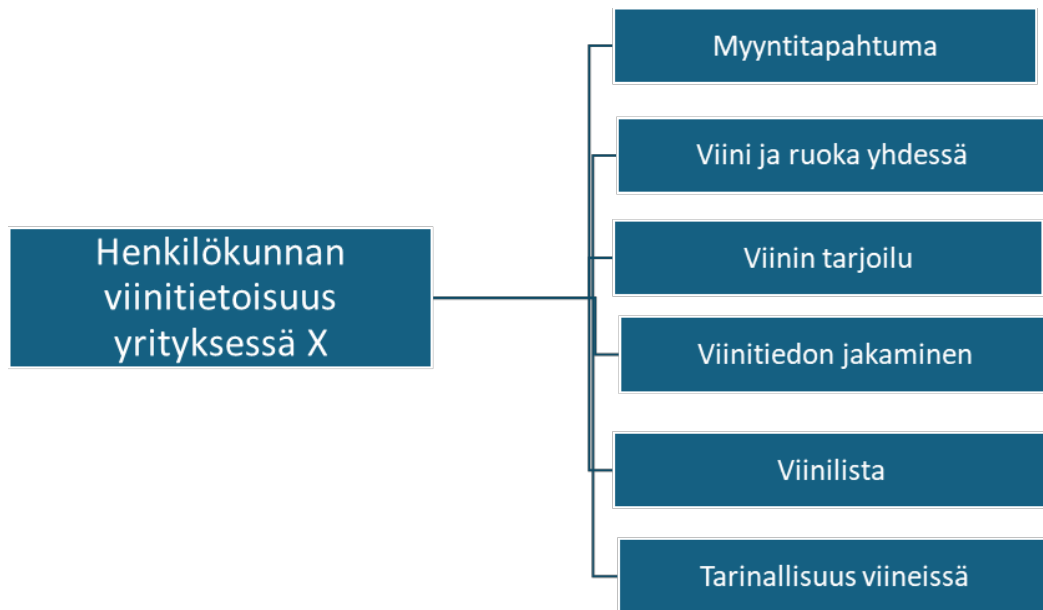
“Täydellinen kommunikointi keittiön ja tarjoilijan välillä auttaa viemään asiakkaan kokemuksen ravintolasta.”

“Vastuullani on kertoa tuotteista myös eri osastoille, jotta tasalaatuisuus säilyy tekemisessämme.”

“Johdan esimerkillä.”

5.4 Henkilöstön ajatukset viinin merkityksestä palveluprosessissa

Aiheen tiimoilta haastateltujen vastauksista nousi kuusi eri teemaa (luokkaa), joita ovat **myyntitapahtuma, viini ja ruoka yhdessä, viinin tarjoilu, viinitiedon jakaminen, viinilista ja tarinallisuus viineissä**. Pääkategoriaksi näistä muodostui henkilökunnan viinitietoisuus yrityksessä X. Kuviossa 4 on kuvattuna henkilökunnan ajatukset heidän viinitietoisuudesta yrityksessä X.



Kuvio 4 henkilökunnan ajatukset heidän viinitietoisuudesta yrityksessä X.

Viinilista pystytään helposti liittämään osaksi viinin myyntitapahtumaa. Henkilökunta nosti esille sen, että he välttivät viinilistan viemistä pöytään myyntitapahtuman yhteydessä ja hoitavat viinin suosittelun suullisesti ilman listaa. Viinilistan rakenteeseen vaikuttaa henkilöstön mukaan moni asia esimerkiksi asiakkaiden mieltymykset, asiakkaiden palautteet ja omistajan mielipide. Viinilistan rakenteesta tuli henkilöstön vastauksista eriäviä mielipiteitä esimerkiksi sen laajuudesta. Osassa yksiköissä viinilistaa supistetaan ravintolan suosion mukaan.

”Pyrimme välttämään viinilistan viemistä pöytään.”

”Emme veisi asiakkaalle viinilistaa pöytään vaan suosittelemme suullisesti.”

”Viinilistalla jokaisella jotakin, uusia tuttavuuksia, mutta myös tuttuja viinejä täytyy olla listalla.”

”Omistajamme antaa myös palautetta viinilistasta.”

”Viinilista on riittävän laaja.”

”Viinilistamme on sopivan laaja, kesällä supistamme listaa, koska on hiljaisempaa.”

”Viinilistamme on liian runsas.”

”Listalla on liian paljon samankaltaisia viinejä.”

Henkilöstön mielestä viinin tarjoilu sekä viinin tarinallisuus on todella tärkeää. Osallistujat kuvasivat, että viinin tarjoilu ja viinin esittely, on tärkeää. Henkilökunta koki, että heillä oli perustiedot viinistä, joita ovat viinin rypäle, maa, alue ja makuprofiilin kuvaus. Osallistujat kuvasivat, että viinin esittely lähtee siitä, että kartoitetaan asiakkaan toivomuksia viinin suhteen. Tärkeäksi osaksi henkilöstö nosti viinin maistattamisen tarjoilun yhteydessä. Osa henkilökunnasta koki, että viini on hyvä maistattaa molemmilla vierailloilla, jos asiakkaita on

kaksi. Vastauksista kävi ilmi, että jos asiakas on kiinnostunut hänelle kerrotaan lisää viinistä esimerkiksi viinin valmistustavan vaikutuksesta viinin luonteeseen. Viinin esittelyssä nostettiin myös annostelun tapahtuvan aina pöydässä ja sen sisältävän pullon avaamisen. Tarinallisuuden näkymisestä viineissä vastanneet nostivat esimerkiksi viinitalojen tarinat sekä viinitilan taustat.

“Kerron viinin perustiedot maan, alueen ja rypäleen.”

“Esittelen viinin luonteen.”

“Kerron kuinka viini on valmistettu ja miten se vaikuttaa viiniin.”

“Maistatamme viinin aina asiakkaalla.”

“Kahden hengen seurueella maistatan viiniä molemmilla.”

“Kartoitan minkäläistä viiniä asiakas toivoo.”

“Viini kaadetaan aina pöydässä.”

“Jos asiakas on hyvin kiinnostunut pyrimme kertomaan vielä lisätietoja viinistä.”

“Tarinallisuus näkyy viinitalojen tarinoiden kertomisella.”

Henkilökunnan mielestä viinipalveluprosessiin kuuluu olennaisesti ruoka mukaan ja tästä johtuen viini ja ruoka koetaan kuuluvan yhteen. Henkilöstön antamien tietojen mukaan viini yksin ja viini ruoan kanssa esitellään eri tavalla. Yrityksen X henkilökunnan mukaan, on tärkeää valita eri annoksille suositusviinejä. Viinin esittelyssä korostetaan, miksi se on valittu kyseiselle annokselle. Osa vastanneista kuvasi, että annosten kanssa kannattaa antaa useampi kuin yksi vaihtoehto, joista asiakas voi itse valita. Viinin valintaa vaikuttaa se, että viinin tulee korostaa annoksen makuja.

“Olemme valinneet suositusviinit jokaiselle annokselle.”

“Miksi kyseinen viini on valittu annokselle.”

“Annan ruoan kanssa asiakkaalle pari eri viini vaihtoehtoa.”

“Kerron miten viini korostaa annoksen makuja.”

Henkilökunnan mukaan on tärkeää edistää työntekijöiden viinitietoisuutta. Osa vastanneista kertoivat omaavan asiantuntevan henkilökunnan, mutta jossakin yksikössä sanottiin, että viinitietoisuutta ei ole tarpeeksi henkilökunnalla. Yrityksessä X järjestetään vastaajien mukaan viinikoulutuksia esimerkiksi yhteistyökumppaneiden toimesta. Henkilökunta kuvasi, että uusia makupareja ja yleisesti uusia viinejä saa maistella avoimesti. Yhdessä yksikössä nousi esille uusi systeemi pitää yllä henkilökunnan viinitietoisuutta, jokaiselle viikolle valitaan uusi viini, johon jokainen pääsee perehtymään tarkemmin. Yhden yksikön vastauksista nostan esille, että he ovat valinneet tiimistään erikseen viinivastuuhenkilöt.

“Meillä on asiantunteva henkilökunta.”

“Yksikössämme ei panosteta tarpeeksi henkilökunnan viinitietoisuuteen.”

“Viinikoulutus yleensä Norexin toimesta.”

“Viinikoulutuksia järjestetään.”

“Uusi viini niin maistetaan ja tehdään viinikortti.”

“Pidetään viinitietoisuutta yllä viikon viinillä.”

“Meillä on viinivastuuhenkilöt.”

5.5 Kehitysideat viinipalveluprosessin kehittämiseksi ja niiden jalkautus

Yhteenvedona voin todeta, että viinipalveluprosessin ymmärtäminen lähtee siitä, että henkilökunta on sisäistänyt yrityksen palveluprosessin ja ajatukset hyvän vuorovaikutuksen edistämisestä asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä sekä viinitietoisuuden yrityksessä. Näiden tutkimustulosten pohjalta minulle nousi seuraavia kehitysideoita.

Kehitysideat yritykselle X

Käytetään yrityksen omaa henkilökuntaa jakamaan tietoa jokaiseen yksikköön.

Koulutetaan viinitietoisuutta.

Jaetaan viinitietoisuutta yrityksen eri yksiköiden välillä.

Esitellään viikon viini jokaisessa yrityksen yksikössä ja otetaan se käyttöön.

Valitaan jokaiseen yksikköön viinivastaava.

Koulutetaan yrityksen henkilökuntaa sekä sesonkityöntekijöitä viinitietoisuudesta.

Pidetään yllä henkilökohtaista palvelua.

Tehostetaan vuorovaikutusta eri yksiköiden henkilökunnan välillä.

Kysytään aktiivisesti asiakkaiden mielipiteitä viinilistasta.

Kysytään sesonkityöntekijöiltä palautetta sesongin päätyttyä.

Esittelen valmiin opinnäytetyön yhteyshenkilölleni yrityksessä X ja annan heille kehitysideani. (Liite 3). Liitteenä on esimerkki kehitysideoista, jonka tulen muokkaamaan yrityksen brändiin sopivaksi ja lisäämään yrityksen logon. Käymme läpi tarkasti kehitysideani ja jalkautamme ne käytäntöön. Autan jalkauttamisessa ja olen käytettävissä, jos henkilökunnalla herää kysymyksiä tai epäselvyyksiä.

6 Pohdinta

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli yhtenäistää viinin palveluprosessia yrityksen X ravintoloissa. Tavoitteena oli luoda kehitysideoita viinin palveluprosessin kehittämiseksi, joita yritys X pystyy käyttämään eri yksiköissään. Näiden kehitysideoiden kautta tarkoituksena on, että yrityksen X henkilökunnan ymmärrys palvelun merkityksestä kasvaa. Tämän pohdinnan tarkoituksena on arvioida opinnäytetyöni luotettavuutta ja eettisyyttä. Lisäksi haluan pohtia, mitä merkitystä on tutkimustuloksilla eri kategorioissa. Tulen myös pohtimaan koko opinnäytetyöprosessia ja sen etenemistä.

6.1 Opinnäytetyön luotettavuus ja eettisyys

Pohdin tässä ensin tutkimuksen luotettavuutta. Laadullisessa tutkimuksessa korostetaan aineistonkeruuseen liittyvän vaihtelun tiedostamisesta ja hallitsemisesta. Koska tutkija itse on eräänlainen aineistonkeruun väline, jonka näkemys ja tulkinta tutkimusprosessin edetessä kehittyy. Itse tutkimusraporttia voidaan pitää yhtenä luotettavuuden osa-alueena. (Kiviniemi, 2018, 83-84.) Laadullisen tutkimuksen luotettavuutta kohentaa tutkijan täsmällinen selostus tutkimuksen toteuttamisesta, joka toteutuu tutkimuksen kaikissa vaiheissa. Laadullisessa tutkimuksen analyysissä on keskeistä luokittelun tekeminen. (Hirsijärvi, Remes & Sajavaara, 2012 s. 231-232.) Koen, että olen kuvannut hyvin eri vaiheet tässä opinnäytetyössäni luvussa kolme.

Analyysimenetelmänä käytin induktiivista sisällönanalyysiä, jolloin jokaisen kokemus tutkittavasta teemasta oli ainutlaatuinen ja tärkeä. Tähän opinnäytetyöhön osallistuminen oli vapaaehtoista, joten uskon, että se lisää työn luotettavuutta. Analyysin luotettavuutta voi heikentää se, että en saanut kaikkia haastateltavia tähän opinnäytetyöhön, joita olisin halunnut. Toisaalta tämän opinnäytetyön luotettavuutta lisää se, että haastateltavat vastasivat laajasti kysymyksiini. Luotettavuutta tukee myös se, että aloitin analysoinnin heti, kun olin saanut vastaukset kaikilta haastateltavilta.

Tämän opinnäytetyön luotettavuutta olen pyrkinyt lisäämään sillä, että olen kuvannut analyysin kulun sekä sanallisesti että kuvioiden avulla. Lisäksi olen käyttänyt alkuperäisilmauksia kuvaamaan tutkimustulosten oikeellisuutta, jotta lukijat voisivat arvioida niistä tehtyjä johtopäätöksiä.

Arene on antanut ammattikorkeakouluille eettiset ja hyvän tieteellisen käytännön mukaiset ohjeistukset opinnäytetyöprosessista (Arene 2020). Tämän opinnäytetyön eettisyyttä tarkastellessa olen pyrkinyt toimimaan annettujen ohjeiden mukaan.

Aineiston keräämisen, käsittelyn, analysoinnin ja raportoinnin olen pyrkinyt tekemään mahdollisimman avoimesti ja rehellisesti. Opinnäytetyön aineistoa käsittelin vain yksin. Raportointivaiheessa pyrin varmistamaan tutkittavien anonymiteetin siten, että käsittelin koko aineiston nimettömänä. Olen poistanut omista tiedostoista kaikki tiedot, koska halusin varmistaa osallistujien anonymiteetin myös sitä kautta. Opinnäytetyön raportissa ei myöskään mainita yrityksen nimeä.

6.2 Tutkimuksen onnistuminen ja tulosten pohdinta

Tässä luvussa haluan pohtia tutkimustulosten merkitystä ja koko opinnäytetyön prosessin etenemistä sekä mitä mahdollisia jatkotutkimusaiheita voisi nousta esille.

Opinnäytetyön mukaan henkilöstö kokee hyvän johtamisen ja jatkuvan perehdytyksen tärkeänä. Tämä tukee myös Innokylän kehittämää blueprint prosessikaaviota ja palvelukohtaista mallia, joka koostuu kuudesta askeleesta. Yhtenä askeleena siinä palveluprosessissa on, että määritellään ja identifioidaan palveluprosessi, josta selviää, mitä tehdään ja toisessa askeleessa kuvataan, miten tarvittavat tukitoiminnot linkitetään vuorovaikutteisiin toimintoihin. (Innokylä, s.a.) Koen, että palveluprosessi täytyy avata jokaiselle uudelle työntekijälle heti, kun uusi työntekijä aloittaa yrityksessä X.

Tämän opinnäytetyön tulosten mukaan yrityksen X henkilökunnan mielestä hyvä asiakaskohtaaminen lähtee palvelusta, joka toteutetaan laadukkaasti asiakaskohtaamisessa. Henkilökunta piti tärkeänä myös sitä, että asiakkaat toivotetaan tervetulleeksi. Laadukas palvelu on todettu tärkeäksi tekijäksi asiakastyytyväisyyteen myös aikaisemmissa tutkimuksissa (Ahmed ym. 2023, Josiam ym. 2024). Yrityksen X kannalta on todella hyvää se, että asiakaskohtaamista pidetään tärkeänä henkilökunnan keskuudessa. Uskon että se on erottautuva tekijä, kun mietitään suhdetta kilpailijoihin.

Mielenkiintoista oli havaita, että haastateltavien kokemukset teknologian hyödyntämisestä ruokatilauksen yhteydessä. Osa yrityksen henkilöstöstä luotti henkilökohtaiseen palveluun ja toisilla oli käytössä tabletit ruokatilauksen yhteydessä. Vaikka tabletit olivat osalla käytössä, henkilökunta koki paremmaksi henkilökohtaisen palvelun kaikin tavoin. Valtioneuvosto (2023) on myös korostanut palveluiden merkitystä, vaikka digitalisaatio yleisty. Koen, että palvelun merkitys korostuu nykyisin ja tulevaisuudessa, joten halusin nostaa sen myös yhdeksi kehittämisideaksi yritykselle X. Yrityksen X henkilöstö kannattaa henkilökohtaista palvelua, joten uskon sen lisäävän palveluprosessin laatua.

Tutkimustulosten mukaan vuorovaikutus on yksi tärkeä tekijä koko palveluprosessissa, jossa keskeisenä korostuu asiakkaiden kuuntelu ja lukeminen. Tämä tukee myös

aikaisempaa tutkimusta, jossa kuunteleminen koetaan keskeisenä työyhteisön taitona, joka mahdollistaa vuorovaikutuksen (Ortju 2023). Yrityksessä X korostettiin asiakaspalautteiden aktiivista seuraamista, joten asiakkaita kuunnellaan.

Tutkimustulosten mukaan asiakastyytyvyyteen ei vaikuta pelkästään vuorovaikutus asiakkaan ja palvelujen tarjoajan välillä vaan myös henkilökunnan keskinäinen vuorovaikutus. Hussein (2018) mielestä asiakastyytyvyyteen vaikuttaa vuorovaikutuksen laatu. Henkilöstön välinen vuorovaikutus on erittäin tärkeä, jota voidaan kehittää eri tavoin. Asiakaspalautteiden käsittely esimerkiksi kokouksessa vahvistaa sitä, että jokaisella työntekijällä on mahdollisuus tuoda esille omia ideoita ja kehittämisehdotuksia. Tutkimustuloksista kävi ilmi, että esihenkilöt yrityksessä X haluavat olla läsnä ja kuuntelevat työntekijöiden ideoita, joka tukee vuorovaikutusta.

Tutkimustulosten mukaan henkilöstön mielestä viinin tarjoilu sekä viinin tarinallisuus on todella tärkeää. Osallistujat kuvasivat, että viinin tarjoilu ja viinin esittely, on tärkeää. Aikaisemman tutkimuksen mukaan viinitilojen yhteinen tavoite ja tehtävä on kehittää tarinallisuutta ja määrätietoista brändäystä, joka mahdollistaa ruokailun ja elämyksen ravintolakumppaneille ja heidän asiakkailleen (Velikova ym 2019). Koen tärkeänä sen, että henkilökunnalla on hyvä tietämys viineistä ja osaamista kuvata viinejä asiakkaille.

Henkilökunnan mielestä on tärkeää viinin esittely ja viinin maistattaminen tarjoilun yhteydessä. Samansuuntaiseen tutkimustulokseen on tullut Hsieh, Lee & Yin (2019). Heidän mielestään viinin merkitys on osa asiakkaiden majoituskokemusta, jota yritysten kannattaa pohtia suunnitellessaan omaa strategiaansa. Minusta tämä kertoo siitä, että ravintohenkilöstön täytyy kehittää oma brändi, miten viini esitellään ja maistatetaan, jotta asiakkaille muodostuu positiivinen kokemus.

Viinin palveluprosessin tuntemus ja sisäistäminen omaan käytännön työhön on erittäin tärkeää. Koen, että näistä asioita on tärkeää keskustella henkilöstön yhteisissä kokouksissa. On hyvä, että jokaisella työntekijällä on tiedossa yhteinen suunnitelma ja toimintamalli, miten yrityksessä toimitaan, koska tällä voidaan vaikuttaa myös asiakkaan kokemukseen palvelusta. Tämä opinnäytetyöni antoi viitteitä siitä, miten henkilöstön tietämystä viinipalveluprosessista voidaan tarkastella. Mielenkiintoista olisi selvittää, miten asiakkaat kokevat viinipalveluprosessin. Myös vertailuaineisto eri ravintoloiden henkilöstön välillä olisi arvokasta eli miten toisessa yrityksessä nähdään palvelu, vuorovaikutus palveluprosessissa sekä viinin palveluprosessi.

6.3 Pohdintaa koko opinnäytetyön prosessista

Tämän opinnäytetyö prosessi lähti omasta kiinnostuksestani kehittää viinipalveluprossia yrityksessä X keväällä 2024. Tein tämän opinnäytetyön prosessissa, joka alkoi aikaisempiin tutkimuksiin perehtymisellä. Koen, että lopullinen muoto teoriasta alkoi hahmottua vähitellen työn edetessä. Teoria myös selkeytti minua, kun suunnittelin haastattelukysymyksiä sekä tutkimuksen tarkoitusta ja tavoitteita. Sain hyvää ohjausta, joka tuki minun työskentelyäni sekä koen, että oma kokemus ravintola-alalta auttoi minua. Koska itse työskentelen toimeksiantaja yrityksessä, oli ajoittain hankala tutkia asiaa ulkopuolisin silmin ja unohtaa oma mieliteeni, mutta koin onnistuneeni asiassa melko hyvin.

Opinnäytetyö on laadullinen, mutta koen, että työ on myös toiminnallinen, koska tein työn yrityksen toimeksiantona. Halusin kuitenkin työhön hiukan tutkimuksellista otetta, joten käytin aineiston hankinnassa haastattelua, jonka analysoin sisällönanalyyysillä. Tämän valitsin, koska halusin saada henkilöstöltä näkemyksiä asiasta.

Tämän opinnäytetyön tuloksena syntyi kehitysideoita viinipalveluprosessin kehittämiseksi yritys X:lle. Lisäksi näiden kehitysideoiden tarkoituksena on lisätä henkilökunnan ymmärrystä palvelun merkityksestä. Koen, että opinnäytetyössä nousseet kehitysideat viinipalveluprosessista yhtenäistää yrityksen X eri yksiköiden toimintaa. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena ei ollut löytää ratkaisuja siihen, että henkilökunnan ymmärrys palvelun merkityksestä kasvaisi. Kehitysideat ovat mielestäni selkeitä, joita voidaan ottaa käytäntöön yrityksessä X. On hyvä pohtia myös sitä, että miten nämä kehitysideat viinin palveluprosessista jalkautuu sinne käytännön tasolle. Jatkossa tarkemmin voisi selvittää sitä, että lisäävätkö nämä kehitysideat henkilökunnan ymmärrystä viinipalveluprosessista.

Lähteet

Ahmed, S., Al Asheq, A., Ahmed, E., Cowdhury, U.Y., Sufi, T. & Mostofa, M.G. 2023. The intricate relationships of consumers' loyalty and their perceptions of service quality, price and satisfaction in restaurant service. *The TQM journal*, 35, 2, s. 519-539.

Alko. 2024. Alkon trendikatsaus 2024. Luettavissa: <https://www.alko.fi/juoma-ruoka/trendit/trendikatsaus-2024>. Luettu: 26.6.2024.

Alkoholilaki 28.12.2017/1102.

Arene. 2020. Ammattikorkeakoulujen opinnäytetöiden eettiset suositukset. Luettavissa: <https://arene.fi/julkaisut/raportit/opinnaytetoiden-eettiset-suositukset/>. Luettu: 15.9.2024.

Brain, A.D. 2019. Increasing wine sales through customised wine service training – a quasi-experiment. *International journal of wine business research*, 31, 1, s. 29-47.

Bruwer, J., Cohen, J. & Kelley, K. 2019. Wine involvement interaction with dining group dynamics, group composition and consumption behavioural aspects in USA restaurants. *International journal of wine business research*, 31, 1, s. 12-28.

Cant, M. & Erdis, C. 2012. Incorporating Customer Service Expectations In The Restaurant Industry: The Guide To Survival. *Journal of applied business research*, 28, 5, s. 931-942.

Clemes, MD., Mohi, Z., Li, X. & Hu, B. 2018. Synthesizing moderate upscale restaurant patrons' dining experience. *Asia pasific journal of marketing and logistics*, 30, 3, s. 627-651.

Cui, G., Van Esch, P. & Spence, C. 2024. Multisensory technology in the wine industry: where the senses meet technology. *Journal of wine research*, 35, 2, s. 75-84.

Elo, S., Kajula, O., Tohmola, A. & Kääriäinen, M. 2022. Laadullisen sisällönanalyysin vaiheet ja eteneminen. *Hoitotiede* 4. *Hoitotiedelehti*. Oulu. Luettavissa: <https://oulurepo.oulu.fi/bitstream/handle/10024/47650/nbnfioulu-202402061597.pdf?sequence=1>. Luettu: 15.9.2024.

Hirsijärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2012. Tutkija kirjoita. 15-17. s.224. PAINOS. Kariston kirjapaino Oy. Hämeenlinna.

Horila, T. 2018. Vuorovaikutusosaamisen yhteisyys työelämän tiimeissä. Väitöskirja. Jyväskylän yliopisto, humanistis-yhteiskuntatieteellinen tiedekunta. Luettavissa: https://jyx.jyu.fi/bitstream/handle/123456789/58225/978-951-39-7452-7_v%c3%a4it%c3%b6s16062018.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 26.6.2024.

Hsieh, Y-C.J., Lee, Z.C. & Yin, P. 2019. Wine attractions at hotels: study of online reviews. *International journal of wine business research*, 31, 8, s. 89-108.

Huovilainen, E. 2021. Asiakslähtöinen palveluprosessi terveydenhuollossa. Pro gradu – tutkielma. Tampereen yliopisto, kansanterveystieteen-tutkinto. Luettavissa: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/130900/HuovilainenElina.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Luettu: 26.6.2024.

Hussein, AS. 2018. Revisiting the importance of casual dining experience quality: an empirical study. *International journal of quality and service sciences*, 10, 3, s. 233-252.

Igreja, CM., Sousa, BB., Silva, T. & Veloso, CM. 2022. Assessment of the quality of the service perceived in specific context of management of family business. *Journal of family business management*, 12, 3, s. 538-554.

Innokylä. s.a. Service blueprint. Luettavissa: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/service-blueprint>. Luettu: 26.6.2024.

Josiam, B., Malave, R., Baldwin, W. & Foster, C. 2014. Assessing quality of food, service and customer experience at a restaurant: The case of a student-run restaurant in the USA. *Journal of service research*, 14, 1, s. 2-3.

Kiviniemi, K. 2018. Laadullinen tutkimus prosessina. Teoksessa Valli, R. (toim.). *Ikkunoita tutkimusmetodeihin 2*, s. 73-87. PS-kustannus. Jyväskylä.

Niemi, L. 2020. Towards an interaction-based approach to entrepreneurship. Väitöskirja. Turun yliopisto, Turun kauppakorkeakoulun tohtoriohjelma. Luettavissa: <https://www.utupub.fi/bitstream/handle/10024/149430/Annales%20E%2057%20Niemi%20DISS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 26.6.2024.

Ortju, S. 2023. Kuunteleminen työyhteisötaitona esihenkilöalaisuudessa. Väitöskirja. Tampereen yliopisto. Informaatioteknologian ja viestinnän tiedekunta. Luettavissa: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/152134/978-952-03-3173-3.pdf?sequence=5&isAllowed=y>. Luettu: 24.6.2024.

Question Pro. s.a. Customer service process: What is it and how to implement it.

Luettavissa: https://www.questionpro.com/blog/customer-service-process/#What_is_a_customer_service_process. Luettu: 24.6.2024.

Razak, N., Aminuddin, Z. & Chazali, A. 2019. Service quality and customer satisfaction in restaurant industry using partial least square. European publisher. Luettavissa: [file:///Users/saraoksanen/Downloads/10.15405_epsbs.2020.10.20%20\(1\).pdf](file:///Users/saraoksanen/Downloads/10.15405_epsbs.2020.10.20%20(1).pdf). Luettu: 27.6.2024.

Salonen, K. 2013. Näkökulmia tutkimukselliseen ja toiminnalliseen opinnäytetyöhön. Turun ammattikorkeakoulu. Tampere. Luettavissa: <https://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522163738.pdf> Luettu: 13.5.2024.

Saloranta, V. 2021. Haastavat vuorovaikutustilanteet ja asiakkaiden tunteiden säätely asiakaspalvelijan näkökulmasta. Pro gradu.-tutkielma. Tampereen yliopisto. Viestinnän maisteri ohjelma. Luettavissa: <https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/130334/SalorantaViivi.pdf?sequence=2&isAllowed=y>. Luettu: 24.6.2024.

Savonia. 2022. Savonia artikkeli: onnistunut vuorovaikutus lisää asiakastytyväisyyttä ja palvelun laatua. Luettavissa: <https://www.savonia.fi/artikkelit/savonia-artikkeli-onnistunut-vuorovaikutus-lisaa-asiakastytyvaisyytta-ja-palvelun-laatua/>. Luettu: 24.6.2024.

Silverman, D. 2020. Intepreting qualitative data. 6. painos. Thousand Oaks.

Spence, C. 2020. Wine psychology: basic and applied. Cognitive Research: Principles and implications, 5, 22, s. 1.

Tallyfy. s.a. The Service Process: Defination and Types. Luettavissa: <https://tallyfy.com/service-process/>. Luettu: 24.6.2024.

Tepa-termipankki. 2023. Palveluprosessi. Luettavissa: <https://termipankki.fi/tepa/fi/haku/palveluprosessi>. Luettu: 25.6.2024.

Tilastokeskus. Käsitteet. Luettavissa: <https://stat.fi/meta/kas/palvelut.html>. Luettu: 27.6.2024.

Tirkkonen. 2013. Palveluprosessi. Luettavissa: <https://terhotirkkonen.com/2013/11/20/palveluprosessi/>. Luettu: 24.6.2024.

Turunen, T. 21.11.2013. Palveluprosessi. Tiinan blogi. Luettavissa:
<https://tiinaturunen.wordpress.com/2013/11/21/palveluprosessi/>. Luettu: 24.6.2024.

Valtioneuvosto. 2023. Hallitusohjelma. Luettavissa:
<https://valtioneuvosto.fi/hallitukset/hallitusohjelma#/6/2>. Luettu: 9.2.2024.

Velikova, N. Canziani, B. & Williams, H. 2019. Small winery-restaurant relationship building: challenges and opportunities. International journal of wine business research, 30, 1, s. 5-11.

Viitasaara, L. 25.8.2023. Asiakaskokemus määrittää tulevaisuuden menestyjät. Luettavissa: <https://samlink.fi/fi/blog/asiakaskokemus-maarittaa-tulevaisuuden-menestyjat/>. Luettu: 24.6.2024.

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4. uudistettu painos. PS-kustannus. Jyväskylä.

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset

Haastattelukysymykset

22.7.2024

Hyvä osallistuja

Opiskelen Haaga-Helian ammattikorkeakoulussa restonomiksi, hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon ammattikorkeakoulututkintoa. Teen opinnäytetyön [REDACTED].

Opinnäytetyössäni tarkoitus on yhtenäistää viinipalveluprosessia [REDACTED].

Tavoitteenani on luoda kehitysideoita viinipalveluprosessin kehittämiseksi, joita [REDACTED] pystyy käyttämään eri yksiköissään. Kehitysideoiden kautta on tarkoitus, että [REDACTED] henkilökunnan ymmärrys palvelun merkityksestä kasvaa.

Olen kiinnostunut kokemuksestasi [REDACTED] ja pyytäisin perehtymään kysymyksiini, jotta vastauksista on meille kaikille hyötyä.

Vastaukset tullaan käsittelemään luottamuksellisesti, eikä kenenkään henkilötiedot tule näkymään lopullisessa opinnäytetyössä.

Opinnäytetyön ohjaajana toimii Terhi Oksanen-Alén.

Tausta

1. Toimipaikka:
2. Työtehtävä:
3. Työsuhteen kesto:

Palveluprosessi

4. Miten mielestäsi yrityksemme arvot näkyvät palveluprosessissamme?
5. Kuvaile kuinka palvelun laatu näkyy yksikössänne.
6. Millä tavoin pystyt itse työssäsi vaikuttamaan asiakastyytyvyyteen?

Vuorovaikutus

7. Teknologia kehittyä kovaa vauhtia. Koetko, että se vaikuttaa kuluttajan ja asiakaspalvelijan vuorovaikutukseen? Jos kyllä, miten?
8. Kuvaile miten vuorovaikutuksella pystyt edesauttamaan asiakastyytyvyyttä.

Viinin merkitys palveluprosessissa

9. Kuvaile mistä koostuu yksikkönne viinipalveluprosessi.
10. Koetko, että yksikössänne panostetaan henkilökunnan viinintuotetietoisuuteen tarpeeksi? Jos vastasit kyllä, millä tavalla? Jos vastasit ei, millä tavalla sitä voisi kehittää?
11. Miten koet viinilistanne? Onko viinilistanne sopivan laaja?
12. Miten tuot tarinallisuutta esille viinipalveluprosessissa?
13. Kuvaile miten esittelet viinin, kun asiakas tilaa punaviinin baarissa. (Viinin laadulla ei merkitystä vastaukseen)
14. Kuvaile miten esittelet viinin, kun asiakas tilaa punaviinin esimerkiksi poronpaistikärityksen kanssa. (Viinin laadulla ei merkitystä vastaukseen)
15. Millaisia toiveita / ideoita sinulla on [REDACTED] viinipalveluprosessin kehittämiseksi?

Liite 2. Esimerkki aineiston analysoinnista

Alkuperäiset ilmaukset	Pelkistetty ilmaus	Alakategoria / Luokka
"olemme valinneet ns. suositusviinit jokaiselle annokselle"	Suositusviinit jokaiselle annokselle	Viini ja ruoka yhdessä
"yritämme kuvailla suositusviiniä ensisijaisesti sillä tavalla että miksi kyseinen viini on valittu annokselle"	Miksi viini valittu kyseiselle annokselle	
"korostaa jotain annoksen makuja"	Viini korostaa makuja	
"ruoan ja viinin yhdistämistä olemme ottaneet AC lista vaihdoksen yhteyteen"	Ruoan ja viinin yhdistäminen	
"annosten suositusviineistä löytyy yksityiskohtaisemmat"	Annosten suositusviinit	
"kuvailemalla miksi tämä viini on valittu juuri tälle annokselle"	Miksi juuri kyseinen viini valittu annokselle	
"kerron viinin ja ruoan yhteensopivuudesta"	Viinin ja ruoan yhteensopivuus	
"miksi juuri kyseinen viini on annokselle valittu"	Miksi kyseinen viini valittu annokselle	
"annokselle sopiva viini"	Annokselle sopiva viini	
"miten maistuu annoksen kanssa myös lisukkeet"	Lisukkeiden huomiointi	
"kerron, miten kyseinen viini korostaa ruuan maku"	Viini korostaa annoksen makuja	

Liite 3. Kehitysideat

KEHITYSIDEAT

1. KÄYTETÄÄN YRITYKSEN OMAA HENKILÖKUNTAJAKAMAAN TIETOA JOKAISEEN YKSIKKÖÖNSÄ
2. KOULUTETAAN VIINITIETOISUUTTA.
3. JAETAAN VIINITIETOISUUTTA YRITYKSEN ERI YKSIKÖIDEN VÄLILLÄ.
4. ESITELLÄÄN VIIKON VIINI JOKAISISSA YRITYKSEN YKSIKÖISSÄ JA OTETAAN SE KÄYTTÖÖN.
5. VALITAAN JOKAISEEN YKSIKKÖÖN VIINIVASTAAVA.
6. KOULUTETAAN YRITYKSEN HENKILÖKUNTAJAKAMAAN SEKÄ SESONKITYÖNTEKIJÖITÄ VIINITIETOISUUDESTA.
7. PIDETÄÄN YLLÄ HENKILÖKOHTAISTA PALVELUA.
8. TEHOSTETAAN VUOROVAIKUTUSTA ERI YKSIKÖIDEN HENKILÖKUNNAN VÄLILLÄ.
9. KYSYTÄÄN AKTIIVISESTI ASIAKKAIDEN MIELIPITEITÄ VIINILISTASTA.
10. KYSYTÄÄN SESONKITYÖNTEKIJÖILTÄ PALAUTETTA SESONGIN PÄÄTTYTTYÄ.

