

Markus Niiranen

Lauri Palsa

# RAVINTOLA DEXIN PALVELUIDEN KEHITTÄMINEN

Opinnäytetyö  
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma


Joulukuu 2015




MAMK

University of Applied Sciences

## KUVAILULEHTI

	<b>Opinnäytetyön päivämäärä</b>  11.12.2015
<b>Tekijä(t)</b> Markus Niiranen Lauri Palsa	<b>Koulutusohjelma ja suuntautuminen</b> <b>Palvelujen tuottamisen ja johtamisen ko.</b>
<b>Nimeke</b>  Ravintola DeXin palveluiden kehittäminen	
<b>Tiivistelmä</b>  Työn tavoitteena oli selvittää asiakkaiden näkemyksiä ravintolan palveluista ja niiden tulevaisuudesta. Tätä hyödyntäen kartoitettiin uusia palvelumalleja ja tuotteita, joiden avulla ravintolaa voidaan kehittää taloudellisesti tuottavampaan suuntaan samalla, kun kehitetään toimintaa. Kehitystyön ja ideoiden toivottiin olevan innovatiivisia ja kannattavia.  Asiakkaille toteutettiin kysely, jolla kartoitettiin heidän toiveitaan ja näkemyksiään. Kysely kohdistettiin sekä ammattikorkeakoulun henkilökunnalle että opiskelijoille. Kyselyn lisäksi ravintola DeXin henkilökuntaa haastateltiin asian suhteen. Ravintolaan suoritettiin nykytila-analyysi. Lisäksi työssä sovellettiin trendiseuraintaa ja havainnointia.  Tutkimustyön tuloksena saatiin ja analysoitiin muutosideoita, joiden avulla ravintolaa voidaan lähteä kehittämään uuteen suuntaan. Asiakkaiden tyytyväisyys ravintolan palveluihin oli lähtökohtaisesti hyvä ja luottamus tuleviin muutoksiin vahva. Lopullinen päätös tapahtuvista muutoksista jää ammattikorkeakoulun päättäjille, mutta taustatyötä muutostyön tueksi on tehty. Ehdotetut kehitysehdotukset sisälsivät uusia tuotteita lounas ruokailun vaihtoehtoiksi ja järjestelmällistä markkinointia.	
<b>Asiasanat (avainsanat)</b> Kahvila, ateriapalvelut, katetuotto, katerakenne	
<b>Sivumäärä</b> 45 + 2 liitettä	<b>Kieli</b> Suomi
<b>Huomautus (huomautukset liitteistä)</b>	
<b>Ohjaavan opettajan nimi</b> Eeva Koljonen	<b>Opinnäytetyön toimeksiantaja</b> Ravintola DeXi Palvelupäällikkö Minna-Mari Mentula

## DESCRIPTION

	<b>Date of the bachelor's thesis</b>  11.12.2015
<b>Author(s)</b> Markus Niiranen Lauri Palsa	<b>Degree programme and option</b> Degree programme in Hospitality Management
<b>Name of the bachelor's thesis</b> The development of the services of the restaurant DeXi	
<b>Abstract</b>  <p>The purpose of this thesis was to survey how the customers see the future of the products and services of restaurant DeXi. The main goal was to map out new service models and products that can be used to improve the profitability of the restaurant while developing the operations. The ideas for the development work were desired to be innovative and profitable.</p> <p>The customers were handed out a survey which was used to chart their visions and expectations for the future of the restaurant. The survey was directed towards the staff and students of Mikkeli University of Applied Sciences. Alongside with the survey part of the staff of the restaurant were interviewed about the current state of the restaurant using the results of the survey. A current state analysis was conducted in the restaurant as well. In addition the research included trend watching and observation.</p> <p>The results of the research were used to create and analyze the new ideas, which can be used as a framework when developing the restaurant to new direction. The customers' satisfaction with the current state of the restaurant was high, but also their trust in the future changes was good. The final decision about the forthcoming changes will be done by the management of the University of Applied Sciences, but the supporting work for the frame has been done. The suggested options included new products for lunch and a systematic marketing policy.</p>	
<b>Subject headings, (keywords)</b> Cafeteria, dinner services, profit, business structure	
<b>Pages</b> 45 + 2 attachments	<b>Language</b> Finnish
<b>Remarks, notes on appendices</b>	
<b>Tutor</b> Eeva Koljonen	<b>Bachelor's thesis assigned by</b> Restaurant DeXi Service manager Minna-Mari Mentula

# SISÄLTÖ

1	JOHDANTO .....	1
2	TAUSTA JA TAVOITE .....	2
2.1	Työn tavoite .....	2
2.2	Toimeksiantaja.....	3
2.2.1	DeXin tuotteet .....	5
2.2.2	DeXin palvelut .....	5
2.3	Kela ateriatuki.....	6
2.3.1	Ateriakohtaisen avustuksen myöntämisen edellytykset.....	7
2.3.2	Suositus korkeakouluruokailun periaatteiksi .....	7
2.4	Joutsenmerkki .....	10
2.5	Portaat luomuun.....	11
3	OPINNÄYTETYÖSSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT .....	13
3.1	Tutkimuksen perusteet.....	13
3.2	Trendiseuranta .....	14
3.3	Kyselytutkimus .....	15
3.4	Haastattelu .....	17
3.5	Havainnointi .....	19
4	NYKYTILA-ANALYYSI .....	19
4.1	Asiakastyytyväisyyskysely .....	20
4.2	DeXin palvelukartoitus monimuoto-opiskelijoille .....	22
4.3	Asiakastoimikunnan kokous 1/2015.....	23
5	TUTKIMUSTEN TULOKSET.....	24
5.1	Asiakaskysely .....	24
5.1.1	Kyselyn tulokset.....	24
5.1.2	Tulosten arviointi .....	32
5.2	Haastattelu .....	33
5.3	Trendiseuranta .....	36
5.3.1	Maailmantalous.....	36
5.3.2	Fitness -trendi.....	38
5.4	Havainnointi .....	39
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	40

7	KEHITYSEHDOTUKSET .....	42
7.1	Pop-up -teemaviikot.....	42
7.2	Kylmät lounaat.....	43
7.3	Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa .....	44
8	POHDINTA .....	44
	LÄHTEET .....	46
	LIITTEET	
	1 Kyselylomake	
	2 Haastattelupohja	

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tavoitteena on tehdä taustatyötä ravintola DeXin liiketoimintakonseptin kehittämisen tueksi. Tavoitteena oli kehittää uusia ideoita lounasruokailun katteen parantamiseksi ja samalla katerakenteen muokkaaminen sellaiseksi, että kahvilatuotteen osuus on lounasruokaa suurempi. Tarve muutokselle syntyi Kela-ateriatuetun lounaan huonosta katteesta johtuvasta liikevaihdon ja voiton suhdanteesta. Nykyiset lounasruokavaihtoehdot ovat hyvin sitovia ja työvoimaintensiivisiä, ja Kelan ateriatuen vaatimuksissa niille on asetettu hintakatto, joka rajoittaa potentiaalista katetuottoa. Näistä syistä johtuen ruokavaihtoehtojen tuottaminen ei tuo riittävää voittoa. Palvelupäällikön mukaan tämän hetkinen ”ongelma” on se, että asiakkaat ovat tyytyväisiä sekä tuotteeseen että palveluun, liikevaihto on suurta, mutta työvoiman ja resurssien suuri käyttöaste johtaa siihen, että liikevoitto jää lähes olemattomaksi.

Työn tavoitteena oli kehittää ja innovoida uusia palveluvaihtoehtoja, sekä ravintola DeXin, että Kasarmin kampuksen ravintolapalveluiden hyödynnettäväksi. Tavoitteena on saada kehittää sellaisia ideoita, jotka soveltuvat sekä viihderavintolan, kahvilan, että lounasravintolan käyttöön, riippuen siitä, mihin suuntaan DeXi kehittyy muutostyön tapahtuessa. Toimeksiantaja toivoi, että opinnäytetyön tuotoksena esitetään vähintään kaksi uutta pohjaa konseptimuutoksen tueksi. Uusien mallien toivotaan sisältävän uusia ja nosteessa olevia trendejä tai tuotteita maailmalta. Ravintola DeXin tavoitteena on olla ravintolateknologiassa kehityksen ”aallonharjalla”. Näihin sisältyy suuremmat viitekehukset uusien konseptien raameiksi, sisällön painottuen lounasruokakokonaisuuksiin.

Opinnäytetyön osatavoitteena on se, että lopullista tuotosta voidaan hyödyntää Mikkelin ammattikorkeakoulun ja Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulun yhdistyessä tapahtuvan ravintolapalveluiden fuusioitumisen apuna uutta konseptia ja liiketoimintamallia kehittäessä. Uusia palveluideoita miettiessä jouduttiin huomioimaan DeXin sitoumukset Kelan ateriatukeen, Joutsenmerkkiin ja Portaat luomuun -ohjelmaan. Nämä sitoumukset velvoittavat määrättyyn määrään luomu- ja lähiruokaa.

## 2 TAUSTA JA TAVOITE

Kehittämistyön perusteena on kartoittaa tarpeita ja innovaatioita. Innovaatio voidaan määritellä joksikin uudeksi tai tehokkaammaksi tuotteeksi tai tavaksi, joka sen seurauksena voi muokata markkinarakennetta. (Edler 2007). Tämän työn tavoitteena ei välttämättä ole kehittää mitään uutta, vaan muokata nykyistä palvelua asiakkaiden tarpeiden mukaisesti entistä toimivammaksi sekä yrityksen että asiakkaan näkökulmasta.

Konseptia voidaan verrata myös brändi-termiin, eli toisin sanoen merkkituotteeseen, vaikka konsepti on kokonaisuudeltaan brändiä laajempi liiketoimintamalli. Brändin kehittäminen ei ole helppoa, ainakaan ilman mitään perusteltua lähtökohtaa. Kehittämisen kannalta on vaikea arvioida, mitkä kohderyhmät ovat liiketoiminnan kannalta kannattavinta, mitä kohderyhmät haluavat ja miten oma toiminta eroaa muiden kilpailijoiden toiminnasta ja tulevaisuuden kehityksestä. Kun ollaan kehittämässä konseptia, on kannattavaa tehdä kattava analyysityö. Analyyseillä saadaan kartoitettua konseptin nykytilanne eri näkökulmista katsoen ja näin ollen konseptia voidaan kehittää oikein perustein.

### 2.1 Työn tavoite

Tavoitteena oli kartoittaa ideoita, joiden perusteella voidaan lähteä kehittämään ravintolan tuotevalikoimaa ja tarjontaa entistä kannattavampaan suuntaan siten, että lounasruoan osuus liikevaihdosta on pienempi, ja samalla sen kate on suurempi. Palvelupäällikön mukaan ravintola DeXi haluaa kulkea palveluiden muutoksen aallonharjalla ja toimia edistyksen malliesimerkkinä muille korkeakouluravintoloille. Näistä lähtökohdista, työn tarjoamien kehitysideoiden on lupa olla epätavanomaisia, ellei jopa lennokkaita. Näiden tuli kuitenkin olla myös toteuttamiskelpoisia ja siten järkevällä tavalla suunniteltuja, jotta ne voidaan toteuttaa realistisesti ja kannattavasti.

Tavoitteena oli tuottaa vähintään kaksi uutta idea lounastarjontaan, sekä muuhun tuotetarjontaan ja palveluihin liittyen. Tuotetuille ehdotelmille suoritettiin SWOT-analyysi, jonka perusteella pyrittiin kartoittamaan mahdollisimman kattavasti ideoiden kaikki sisäiset ja ulkoiset vahvuudet ja heikkoudet. Täydellistä kartoitusta ei ole mahdollista tehdä ennen käytännön kokeilua, mutta analyysi antaa ulkopuolisen näkökulmia, ennen kuin toimeksiantaja itse suorittaa oman analyysinsä.

## 2.2 Toimeksiantaja

Kasarmin kampuksen ravintolapalveluihin kuuluu neljä toimipistettä, jotka ovat ravintola Talli, ravintola DeXi, ravintola Kasarmina sekä ravintola Junnu, joka sijaitsee Kotkassa eikä se vaikuta välittömästi tähän työhön. Jokaisen toimipisteen palveluihin kuuluu ravintolapalveluiden lisäksi kokouspalveluita. Ravintolapalveluiden ylimpänä esmiehenä toimii palvelupäällikkö, joka vastaa kaikista kasarmin ravintoloista. Ravintola Tallilla on oma ravintolapäällikkö ja ravintola Kasarminalla sekä ravintola DeXillä on yhteinen ravintolapäällikkö. Tämän lisäksi ravintolapalveluilla on yhteensä noin 20 työntekijää.

Työn tilaajana toimi Mikkelin ammattikorkeakoulun Kasarmin kampuksen ravintolapalveluiden ravintola DeXi. Toimeksiantajana ja yhteyshenkilönä toimi ravintolan palvelupäällikkö. Ravintola sijaitsee Mikkelin ammattikorkeakoulun kampuksella osoitteessa patteristonkatu 3. Ravintola DeXi on yksi Kasarmin kampuksen ravintolapalveluiden toimipisteistä. Ravintola DeXi on kaikille avoin 150-paikkainen olohuonemainen kahvila, lounas- ja tapahtuma-stageravintola. Se toimii pääasiallisesti kahvilana, mutta tarjoaa myös Kela-tuettuja lounaspalveluita. DeXin asiakaskunta koostuu pääasiassa Mikkelin ammattikorkeakoulun CDEX-rakennuksen laitosten opiskelijoista ja henkilökunnasta. Tämä sisältää liiketalouden, matkailu- ja ravitsemusalan, metsätalouden, hoito- ja sosiaalialan sekä kulttuuri- ja nuorisotyöalan. Ravintola DeXi on avoinna maanantaista lauantaihin ja ravintola aukeaa kello 8.30. Sulkemisaika vaihtelee päivän mukaisesti, maanantaisin ja tiistaisin ravintola menee kiinni kello 18.00, ke-pe ravintola menee kiinni kello 18.30 ja lauantaisin kello 14 (Ravintola DeXi 2015.)

Toimeksiantajan kanssa käydyistä keskusteluista selvisi, että ravintola DeXin liiketoimintakonseptia pyritään tulevaisuudessa muuttamaan enemmän viihderavintolan suuntaan, jotta ei tapahtuisi kasarmin kampuksen ravintolapalveluiden sisäistä kilpailua. DeXin liikeideassa on jo elokuussa 2011 tapahtuneen ravintolan avaamisen jälkeen tapahtunut muutoksia, mutta kokonaisliiketoiminnan laajenemisen myötä profiilin luominen omanlaisenaan yksikkönä ja palveluna korostuu. Aikaisemmin tapahtuneissa muutoksissa lounasruokavaihtoehtoja on jo vähennetty, ja nyt niitä pyritään jälleen muuttamaan yksilöllisempään suuntaan. Aiemmin ravintolassa on tarjottu lounasvaihtoehtona lau-



tasannosten lisäksi buffet- ja keittolounasta. Ravintolapäällikön kanssa käydyistä keskusteluista selvisi, että tarjontaa pienennettiin työntekijöiden työmäärän pienentämiseksi ja oman ravintolan identiteetin hakemiseksi.

Kasarmin kampuksen ravintolapalveluiden toimipisteet tarjoavat lounasruokaa, mutta jokaisella on omat asiakaskuntansa. Ravintoloiden liikeideat myös eroavat toisistaan. Ravintola Talli on kampuksella sijaitseva lounas- ja tilausravintola, jonka yhteydessä on myös Mikkelin Ammattikorkeakoulun opetuskeittiö. ”Talli on tunnettu erityisesti lähiruokatarjonnastaan ja ravintola on myös ensimmäinen Joutsenmerkitty opetusravintola Suomessa ja ensimmäinen Joutsenmerkitty ravintola Etelä-Savossa.” (Ravintola Talli 2015). Ravintolassa on 150-asiakaspaiikkaa, joten Talli soveltuu hyvin erilaisten juhlien ja kokousten järjestämiseen. Tämän lisäksi Talli hoitaa kahvituksia eri ammattikorkeakoulun kampuksen päärakennuksen ulkopuolisiin tilaisuuksiin kuten hallintorakennukseen. Ravintola Tallin lounasasiakkaat ovat pääsääntöisesti sopimusasiakkaita, Mikkelin ammattikorkeakoulun henkilökunnasta ja lähialueen yrityksistä. Talli on myös kasarmin kampuksen ravintolapalveluiden toimipisteistä ”hienoin”, joten yleensä sinne viedään kampuksen vieraat syömään.

Ravintola Kasarmina on Kela-ateriatuettu ravintola, joka on Kasarmin kampuksen pääasiallinen opiskelijaravintola eli se tarjoaa suurimman osan opiskelijoille tarjottavasta lounaasta kampuksen alueella. Kasarmina on ravintolapalveluiden suurin työllistäjä ja se myös myy suurella volyymillä. Kasarminan työvuorolistoilla on aktiivisesti yhdeksän työntekijää, sekä kolme vaihto-opiskelijaa, jotka vastaavat lounasaikaan astiahuollosta. Asiakkaita ravintolassa käy syömässä päivittäisellä tasolla noin 800–1100. Ravintolan päivittäiseen lounastarjontaan kuuluu keiton ja kasviruoan lisäksi kaksi kotiruokavaihtoehtoa. Lounasruokaa saa myös take away-tyylillä mukaan kuten myös erilaisia leivonnaisia ja salaatteja. Kasarmina tarjoaa myös kahvila-, kokous-, deli- ja tilausravintolapalveluita. (Ravintola Kasarmina 2015.) Ravintola Kasarminaan asennettiin vuoden 2015 syyskuun aikana älylinjasto. Tämä on lounasruokalinjasto, joka tunnistaa käyttäjän ravintolapalveluiden oman maksukortin perusteella ja laskee painelaitteilla lisätyn ruuan painon ja ravintoarvot reaaliajassa.

### 2.2.1 DeXin tuotteet

Tällä hetkellä DeXin tarjonnassa on tuotteita kahdesta vitriinistä, kolmesta juomahyllystä ja makeishyllystä. Näiden lisäksi saarekkeessa on muita tuotteita, jotka eivät vaadi erityistä säilytysolosuhteita. Hintatiedot ovat keväältä 2015. Toinen vitriini sisältää leivonnaisia kuten leipiä (hintaluokasta 2 euroa–4 euroa), makeita leivonnaisia (hintaluokasta 2 euroa–3 euroa) ja toisesta vitriinistä löytyy maitorahkat, jogurtit ja mehut sekä smoothiet (hintaluokasta 1 euro–4 euroa). Ravintola tarjoaa ”koko oma leipäsi” -idealla aamupalaa ja lounaan jälkeen välipalaa. Palvelussa tuotteen hinta määräytyy sen mukaan, mitä asiakas ottaa (sämpylä 1 euron salaatti, kinkku ja juusto 0,3 euroa/kpl; kananmuna 0,6 euroa).

Lounasaikaan ruokalistalla on tarjolla viittä eri Kela-tuettua lounasvaihtoehtoa, joista kolme on lämpimiä ja kaksi kylmiä. Kylmät lounasvaihtoehdot sisältävät salaattilounaan proteiinilisän kera ja leipälounaan. Lämpimiä vaihtoehtoja ovat kasvislounas (kelatuettuna 2,60 euroa ja muille 5 euroa), päivän wok/pasta (3,85 euroa/6,60 euroa) ja päivän suositusannos (4,90 euroa/7,50 euroa). Kasvisruoka on pääasiallisesti suunnattu erityisruokavaliota vaativille asiakkaille, wok puolestaan on energiapitoisin vaihtoehto korkean hiilihydraattipitoisuuden vuoksi ja päivän suositus yleisesti ottaen sisältää jonkin korkea proteiinipitoisen komponentin, kuten esimerkiksi kalaa tai pihviä. (Ravintola DeXi 2015.)

### 2.2.2 DeXin palvelut

Ruokapalveluiden lisäksi DeXi järjestää osan kampuskahvituksista. Kaikki Kasarmin kampuksen CDEX-rakennuksen kahvitukset ovat DeXin vastuulla. Tilaukset ja kahvitukset tuovat reilusti katetta suuren osan tulosta tullessa palvelusta, eikä tuotteesta. Kahvitukseen sisältyy yleensä kahvia ja teetä ja suolaisen tai makean leivonnaisen. Ulkopuolisista kahvituksista peritään usein myös tilavuokra.

DeXi tunnetaan myös kampuksen ”olohuoneena”, jonne opiskelijat menevät viettämään aikaa. Ravintolassa on myös DeXi-Stage, joka sisältää esiintymislavan, videotykin ja äänentoistojärjestelmän. Stagelle tuotetaan yhteistyössä eri koulutusohjelmien opiskelijoiden ja opettajien, sekä Mamkin tapahtumatuotannon kanssa erilaista stage-ohjelmaa mm. kirjailijavierailuita, konsertteja, teatteria, stand upia, sing staria, ympäristöviikkoja

ja kansainvälisiä tapahtumia. DeXi-stagea tarjotaan kokous- ja tilamyyntipalveluissa ulkopuolisten yhdistysten ja yritysten käyttöön iltaisin. (Ravintola DeXi 2015.)

Ravintola DeXi tarjoaa opiskelijoille ympäristön monipuolisten projektien toteuttamiseen. Yhteistyö eri laitosten kanssa on monipuolista ja auttaa samalla kehittämään myös DeXin toimintaa. Ympäristötekniikan opiskelijat pääsevät tekemään mittauksia tuotteiden ja näiden säilyvyyden kanssa ja harjoittelemaan muun muassa terveystarkastajana toimimista. Restonomi opiskelijat voivat toteuttaa monenlaisia projekteja sekä tuotekehitykseen, markkinointiin, että tapahtumatuotantoon liittyen. Liiketalouden opiskelijoille tarjotaan mahdollisuutta markkinointityön kehittämiseen ja harjoitteluun. Mahdollisuuksin määrä on laaja ja ravintola on valmis kokeilemaan kaikenlaista tarjotakseen opiskelijoille mahdollisuuden nähdä toimintaa aidossa toimintaympäristössä.

### **2.3 Kela ateriatuki**

Korkeakouluopiskelija on automaattisesti oikeutettu Kelan ateriatukeen, jos hän opiskelee vähintään osittain suomalaisessa korkeakoulussa tai jos hän suorittaa opintotukeen oikeuttavaa ammatillista tai erikoistumiskoulutusohjelmaa. Oikeus tukeen todistetaan SAMOKin tai SYL -opiskelijakortilla, Lyyra-maksutarralla tai Kelan ateriatukikortilla. Ravintola DeXi tarjoaa oikeutetuksi tunnistautumisen vaihtoehdoksi myös Kasarmin kampuksen ravintolapalveluiden oman maksukorttijärjestelmän kortin, joka hakee tiedot opiskelijarekisteristä korttiin kirjatun henkilötunnuksen perusteella. Ateriatuen määrän on 1,94 euroa aterialta, ja sen voi lunastaa yhdeltä aterialta päivässä. (Kela 2014.)

Ravintola DeXi on Kela-ateriatuettu ravintola, mikä tarkoittaa sitä, että opiskelijoille tarjotaan edullisempia ateriakokonaisuuksia. Kela-ateriatuen alaisuudessa toimiminen velvoittaa ravintolaa täyttämään määrättyt kriteerit ruuan ravitsemuksellisen laadun suhteen, sekä asettaa näille hintahaitarin, joka omalta osaltaan rajoittaa ruuasta tulevan katteen määrää. Teoriassa katteen rajoittuminen maksaa itsensä takaisin myynnin volyymin kasvaessa. Tämä johtaa siihen, että liikevaihto on korkea, koska resursseja vaadittavan määrän tuotteen tuottamiseen vaaditaan paljon, mutta katetuotto ei silti ole suurta.

### **2.3.1 Ateriakohtaisen avustuksen myöntämisen edellytykset**

Valtionavustuslain mukaan ateriakohtaisen avustuksen myöntämisen edellytyksenä on, että ravintolatoimintaa tarvitaan, jotta opiskelijoille voidaan järjestää riittävä mahdollisuus ruokailuun. Toiminta on järjestetty siten, että se on tarkoituksenmukaista. Opiskelijoille järjestetyn aterian tulee täyttää laadultaan tervehdelliset ja ravitsemukselliset vaatimukset. Opiskelija-aterian hinnan tulee olla enintään 4,54€ ja erikoisannoksen hinta enintään 6,89€, joista ateriatuki vähennetään. Opiskelija-aterian alentamaton hinta ei saa myöskään ylittää ravintolan muilta asiakkailta samanlaisesta kokonaisuudesta perittävää arvonlisäverotonta hintaa. (Valtionavustuslaki 688/2001.)

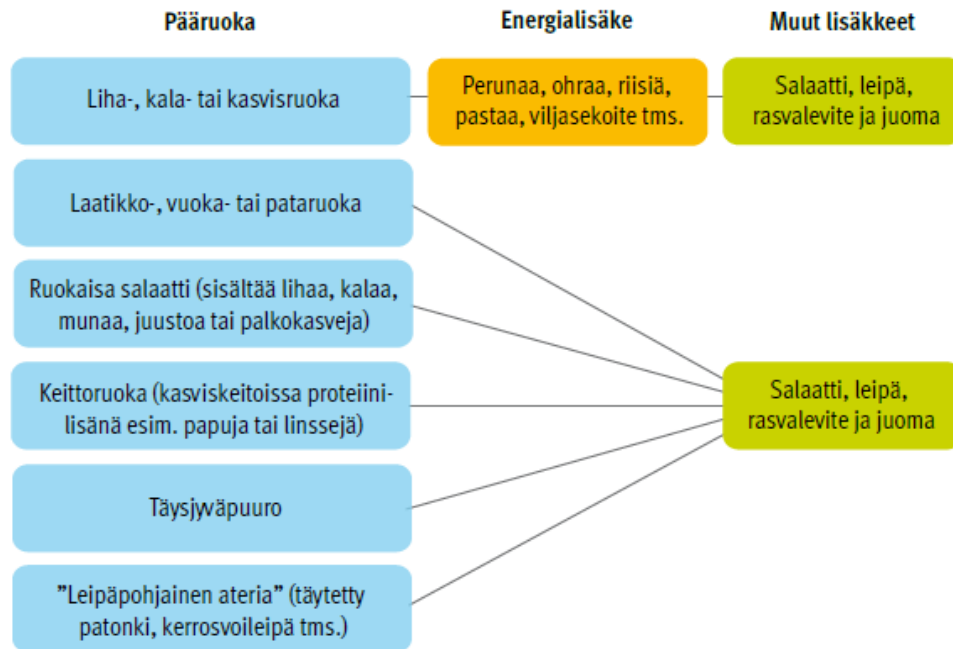
Opiskelija-ateria on kokonaisvaltainen ateriakokonaisuus. Sen tulee sisältää pääruoka, juoma, salaatti, leivän ja levite. Erikoisannos on arvokkaammista raaka-aineista valmistettu opiskelija-ateriaa vastaava ateriakokonaisuus. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2011.)

### **2.3.2 Suositus korkeakouluruokailun periaatteiksi**

Kelan ateriatuen tarkoitus on mahdollistaa opiskelijalle mahdollisuus nauttia monipuolinen ateria kohtuulliseen hintaan. Opiskelijaruokailu parantaa oppimiskykyä tukemalla jaksamista ja opiskeluvireyttä ja edistämällä terveellisiä elintapoja ja yleistä hyvinvointia. Opiskelijaruokailulla pyritään vaikuttamaan myös opintojen jälkeisiin ruokiin liittyviin tietoihin, asenteisiin ja tottumuksiin, joten Kela ja valtion ravitsemusneuvottelulaitos perusti työryhmän laatimaan suosituksen opiskelijaruokailun perusteiksi. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2011.)

Opiskelija-aterian tulee kattaa noin kolmannes opiskelijan päivittäisestä energiatarpeesta. Tämä on keskimäärin 700–800 kilokaloria (kcal), vähintään 500 kcal ja enintään 1000 kcal. Tärkeää on kiinnittää huomiota myös energiajakautukseen. Ravitsemusneuvottelukunnan yleiset ravitsemussuositukset suosittelevat keskimäärin seuraavan laista jakaumaa: rasvaa 30 %, proteiinia 15 % ja hiilihydraatteja 55 %, vaihteluvälin ollessa 5 % suuntaansa. Energian määrän ja jakautumisen lisäksi on tärkeä kiinnittää huomiota myös rasvan laatuun ja suolan määrään. (Kela ja valtion ravitsemusneuvottelukunta 2011, 13.)

Lounasaterian kokonaisuuden rakentamiseen on kriteereitä korkeakoulusuosituksen dokumenteissa. Kokonaisuuden tulee sisältää ruoka-aineita eri ruoka-aineryhmistä esimerkiksi kuvassa 1 kuvatulla tavalla.



**KUVA 1. Lounaskokonaisuuden rakenne (Korkeakoulusuositus 2011)**

Muita vaadittavia seikkoja avustuksen toteutumiseen ovat seuraavat:

- 1) Korkeakouluruokasuositusten mukaisten kriteerien täyttämiä pääruokavaihtoehtoja on määrätty määrä.
- 2) Malliateria on kuvattu opiskelijalle joko kuvallisena, tai kirjallisena niin, että se sisältää suosituksen mukaiset aterianosat.
- 3) Tarjolla on joka päivä vähintään yksi runsaskuituinen leipävaihtoehto, suosituksen mukaista leipärasvaa, rasvatonta maitoa tai piimää, tuoreita kasviksia, salaattia, marjoja tai hedelmiä ja kasvisöljypohjaista salaatinkastiketta.
- 4) Pääruokien kierron tulee olla vähintään 4 viikkoa. Kriteerit täyttävää kalaruokaa tulee olla tarjolla vähintään kerran viikossa, muissa kuin pelkästään kasvisruokaa tarjoavissa ravintoloissa.

Ravitsemuskriteerit on esitetty taulukoissa 1, 2 ja 3. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2011.)

## TAULUKKO 1. Pääruoat

Pääruokatyyppe	Ravintosisältö / 100 g, enintään		
	Rasva, g	Tyydyttynyt rasva, g	Suola (NaCl), g
Pääruokakeitot, pääruokapuurot <sup>a</sup>	3 (5) <sup>b</sup>	1 (1,5)	0,5
Laatikkoruoat, risotot, pasta-ateriat, ateriasalaatit <sup>c</sup> , pitsa	5 (7)	2 (2)	0,6
Pääruokakastikkeet (esim. stroganoff, kanakastike)	9 (11)	3,5 (3,5)	0,8
Kappaleruoat kastikkeen kanssa tai ilman kastiketta (esim. pihvit, ohukaiset, murekeruoat, kääryleet, broileri)	8 (12) <sup>d</sup>	3 (3,5)	0,8

<sup>a</sup> Puurojen vilja-raaka-aineessa kuitua vähintään 6 g / 100 g.

<sup>b</sup> Suluissa olevat rasvaluvut koskevat kala-aterioita. Luvut ovat muita suuremmat kalan sisältämän hyvän rasvan vuoksi.

<sup>c</sup> Ateriasalaatissa kasvien osuus vähintään 150 g.

<sup>d</sup> Jos rasvan lähteenä pelkkä kala (esim. uunilohi), rasvakriteeri saa ylittyä.

Vaatimukset pääruokien suola- ja rasvapitoisuuksista vaihtelevat pääruoan sisällön mukaan. Vaihteluväli on rasvassa 3 % - 8 %, poikkeuksena on kalaruoka, jossa sallitaan 12 % rasvapitoisuus, jos rasvan lähteenä on pelkkä kala. Suolassa puolestaan 0,5 % - 0,8 %.

## TAULUKKO 2. Pääruoan energialisäkkeet

Lisäke	Ravintosisältö / 100 g, enintään			
	Rasva, g	Tyydyttynyt rasva, g	Suola (NaCl), g	Kuitu (kuivapainosta), g/100 g
Pasta	Enintään 2	0,7	Enintään 0,3	Vähintään 6
Riisi, ohrasuurimo, riisiruiseokset ja vastaavat	Enintään 2	0,7	Enintään 0,3	Vähintään 6
Keitetty peruna	Ei lisättyä rasvaa		Ei lisättyä suolaa	
Muu perunalisäke (esim. perunasose, lohkoprunat, uuniperuna)	Enintään 2	0,7	Enintään 0,3	

Pääruoan energialisäkkeen suola- ja rasvapitoisuudet ovat vähäisiä. Suolaa sallitaan enintään 0,3 % ja rasvaa 2 %. Pastassa ja riisissä on oltava kuitua vähintään 6 %.

### TAULUKKO 3. Muut aterianosat

Aterian osa	Ravintosisältö			
	Rasva, g / 100 g	Kova rasva, % rasvasta	Suola (NaCl), g / 100 g	Kuitu, g / 100 g
Leipä	–		Tuoreleipä – enintään 0,7 Näkkileipä – enintään 1,2	Vähintään 6
Leipärasva	Vähintään 60 <sup>a</sup>	Enintään 33 %	Enintään 1	–
Maito tai piimä	Enintään 0,5	–	–	–
Kasvislisäke: – tuoreet kasvikset	Ei lisättyä rasvaa	–	Ei lisättyä suolaa	–
– kypsennetyt kasvikset	Enintään 2, rasvana kasvi- öljy	–	Ei lisättyä suolaa	–
Kasviöljypohjainen salaatin- kastike		Enintään 20 %	Enintään 1	–

<sup>a</sup>Leipärasvaksi suositellaan 60-70 % rasvaa sisältäviä levitteitä pehmeiden rasvojen saannin turvaamiseksi.

Taulukot 1–3 kuvaavat ateriakokonaisuuksien ravitsemuksellisia vaatimuksia rasvan ja suolan osalta. Lisäksi taulukoissa 2 ja 3 on maininnat kuidun määrästä. Suositukset on kirjattu suomalaisia ravitsemustottumuksia silmällä pitäen siten, että suomalaisiin kansantauteihin ja ravitsemuksellisiin puutostiloihin puututaan jo koulunkäynnin aikana niin, että opiskelijoille tarjotaan avaimet oikeaoppiseen ruokailuun koulusta työelämään siirtyessä.

## 2.4 Joutsenmerkki

Joutsenmerkki on Pohjoismaiden yhteinen ympäristömerkki, jonka tavoitteena on edistää kestävästä kehityksestä. Merkin avulla kuluttajia ja muita ostajia ohjataan valitsemaan ympäristön kannalta viisaasti. Merkin avulla myös kannustetaan valmistajia ja palveluntarjoajia tarjoamaan ympäristön kannalta parempia vaihtoehtoja. Joutsenmerkki kertoo tuotteen olevan ympäristön kannalta parhaiden joukossa. (Joutsenmerkki 2015)

Joutsenmerkittyjen tuotteiden ja palveluiden on täytettävä tiukat ympäristövaatimukset, jotka perustuvat elinkaariajatteluun eli huomioivat tuotteiden raaka-aineet, valmistuksen, käytön sekä loppusijoituksen. Lisäksi vaatimuksia asetetaan laadulle, terveydelle ja turvallisuudelle. Joutsenmerkkiä saa käyttää vain tuotteissa ja palveluissa, joille on myönnetty merkin käyttöoikeus. Suomessa Joutsenmerkin myöntää ja sen käyttöä valvoo Motiva Services Oy:n Ympäristömerkintä-yksikkö. Se tarkastaa, että tuote tai palvelu täyttää Joutsenmerkin vaatimukset. (Joutsenmerkki 2015.)

Vaatimukset Joutsenmerkin saamiseksi on laatinut Pohjoismainen ympäristömerkintä. Merkin saamiseksi on täytettävä kaikki pakolliset vaatimukset, sekä saavutettava minimimäärä ennalta määritellyjä pisteitä, jotka löytyvät Joutsenmerkin kriteerit -ravintoladokumentista. Pisteitä on saatava minimissään 31/60 eli reilu 50 %. Vaatimukset koskevat ruokaa ja juomaa, kemiallisia tuotteita ja käyttötavaroita, energiaa ja vettä, jätteitä ja kuljetusta sekä ympäristöjohtamista. Ennen Joutsenmerkin käyttöluvan myöntämistä, käy ravintolassa tarkastuskäynnillä Pohjoismainen Ympäristömerkintä-yksikkö. Käynnin aikana tarkastetaan laskelmien tausta-aineisto, alkuperäiset todistukset, mittauspöytäkirjat, ostotilastot ja muu vastaa aineisto, joilla voidaan varmistaa vaatimusten täyttyminen. Merkki on Pohjoismaissa tunnettu ja tarjoaa kuluttajalle sekä tavarantoimittajille takeen yrityksen sitoutumisesta laatuun ja ympäristötyöhön. Joutsenmerkki tarjoaa tarvittaessa opastusta ympäristöasioihin. (Pohjoismainen ympäristömerkintä 2015.)

Merkin käyttöoikeus on määräaikainen, kuten vaatimuksetkin. Joutsenmerkistä peritään vuosimaksu, joka perustuu ravintolan liikevaihtoon. Tuotteelle tai palvelulle tulee hakea merkkiä uudestaan aina, kun vaatimuksia tiukennetaan eli tavallisesti 3-5 vuoden välein. (Joutsenmerkki 2015.) Joutsenmerkin kriteerejä muutettiin vuoden 2014 aikana ja muutokset tulivat voimaan 1. kesäkuuta 2015. Kasarmin kampuksen ravintolapalvelut uudisti Joutsenmerkkinsä ja pyrkii jatkossakin noudattamaan sen edellyttämiä vaatimuksia.

## **2.5 Portaat luomuun**

Portaat luomuun -ohjelman tavoitteena on auttaa ammattikeittäitä lisäämään luomutuotteiden käyttöä sekä kannustaa huomioimaan kestävä kehitys toiminnassaan. Portaat luomuun – ohjelmaa ylläpitää EkoCentria ja sitä rahoittaa Maa- ja metsätalousministeriö. Portaat luomuun – ohjelma tarjoaa perustiedot kestävästä kehityksestä, luomusta ja



luomutuotteiden käytöstä ammattikeittiöissä. Päivitettävä aineisto pitää ammattikeittiöt ajan- ja kehityksen tasalla. Perustiedon lisäksi ohjelma tarjoilee luomualan ajankohtaiset uutiset ja tapahtumat (Portaat luomuun 2012.)

EkoCentria on ylläpitänyt maa- ja metsätalousministeriön rahoituksella Portaat luomuun -ohjelmaa jo vuodesta 2002 lähtien. Vuosien aikana kertyneiden kokemusten pohjalta ja yhteistyössä keittiöalan ammattilaisten kanssa ohjelmaa on kehitetty ja uudistettu vastaamaan entistä paremmin ammattikeittiöiden tarpeita. Portaat luomuun- ohjelma tarjoaa luotettavan mallin käyttää luomutuotteita ruokapalveluissa. Portaittainen eteneminen edesauttaa sitä, että keittiön oma toiminta, luomutuotteiden saatavuus ja asiakkaiden odotukset kehittyvät samaan tahtiin. Ohjelma on joustava, sillä kukin keittiö voi hakeutua haluamalleen portaalle, valita säännöllisesti käyttämänsä luomuraaka-aineet ja edetä portailla omaan tahtiinsa (Portaat luomuun 2012.)

Portaat luomuun -ohjelmaan rekisteröityminen muuttui maksulliseksi vuoden 2015 alussa. Hinnoittelu määräytyy myytyjen annosten mukaan ja ne on jaettu kolmeen luokkaan (Portaat luomuun 2012.) Hinnoittelu määräytyy seuraavasti.

<i>1. luokka (50 000 ateriaa/vuosi tai vähemmän)</i>	<i>100 e</i>
<i>2. luokka (50 000 - 200 000 ateriaa/vuosi)</i>	<i>250 e</i>
<i>3. luokka (200 000 ateriaa/vuosi tai enemmän)</i>	<i>500 e</i>

Luomun käyttö ammattikeittiössä on vielä alkuvaiheessa. Portaat luomuun -ohjelma ko-koaa ja välittää eteenpäin keittiöiden käytännön kokemuksia ja edesauttaa keittiöiden välistä tiedonvaihtoa. Yhtenäisen valtakunnallisen ohjelman ja yhtenäisen ilmeen tavoitteena on vahvistaa kuvaa luotettavasta toimintavasta sekä asiakkaiden että muiden sidosryhmien keskuudessa. (Portaat luomuun 2012.)

Ravintola DeXi on ensimmäisenä eteläsavolaisena ravintolana noussut 5. portaalle 12.11.2013. Portaalla 5. pitää keittiössä käyttää vähintään kahtakymmentä merkittävää raaka-ainetta pysyvästi luomutuotteina. Lisäksi käytetään muita luomutuotteita mahdollisuuksien mukaan. Viitteellinen luomun käyttöprosentti 60–85 %. Tästä on olemassa vielä yksi korkeampi taso nimeltään TÄHTI-taso, jossa luomun käyttöprosentti on 85–100%. (Portaat luomuun 2012.)

Palvelupäällikön mukaan ravintola DeXi ja koko Kasarmin kampuksen ravintolapalvelut ovat mukana Portaata luomuun -ohjelmassa vaikka se muuttuu maksulliseksi. Portaata luomuun -ohjelma on edellytyksenä Joutsenmerkin saamiseksi. Kasarmin kampuksen ravintolapalvelut menevät saman maksusuorituksen alle, täten jokaisen yksikön ei tarvitse maksaa liittymismaksua erikseen.

### **3 OPINNÄYTETYÖSSÄ KÄYTETYT MENETELMÄT**

Työssä käytettiin neljää eri tutkimusmenetelmää; trendiseurantaa, kyselyä, haastattelua, ja havainnointia. Havainnointi, kysely ja haastattelu olivat osittain sidottuina toisiinsa. Tuloksista saatua tietoa hyödynnettiin seuraavaa tutkimusmenetelmää toteuttaessa. Ensin ravintolaan tehtiin nykytila-analyysi perustuen omiin havaintoihin ja keväällä 2014 tehtyyn asiakastyytyväisyyskyselyyn, asiakastoimikunnan kokouksiin, sekä ammattikorkeakoulun aikuisopiskelijoille suunnattuun palvelukartoitukseen. Analyysillä pyrittiin määrittelemään tuotemyynnin kannattavuutta, työvoiman käyttöä, eri aikoihin (kellonaikoihin ja päiviin) perustuvia myyntipiikkejä ja hahmottamaan ongelmakohtat ja/tai muutosta vaativat asiat nykytilanteessa. Nykytila-analyysin jälkeen toteutettiin asiakaskysely, joka suunnattiin Kasarmin kampuksen opiskelijoille ja henkilökunnalle. Asiakaskyselyn tuloksia hyödyksi käyttäen toteutettiin haastattelu ravintolan henkilökunnalle. Menetelmillä saavutettuja tuloksia hyödyntäen muutostideoita tehtiin ravintola DeXiin.

#### **3.1 Tutkimuksen perusteet**

Hyvän tutkimuksen peruskriteereihin kuuluu se, että tutkimus toteutetaan rehellisesti, puolueettomasti ja niin, ettei vastaajille aiheudu tutkimuksesta haittaa. Kvantitatiivisen tutkimuksen perusvaatimuksia ovat validiteetti eli pätevyys, reliabiliteetti eli luotettavuus, objektiivisuus eli puolueettomuus, tehokkuus ja taloudellisuus, avoimuus, tietosuoja, hyödyllisyys ja käyttökelpoisuus ja sopiva aikataulu. Tutkimuksen mittaustulosten tulee seurata asetettua tutkimustavoitetta. Etukäteen huolellisesti suunnitellulla, tarkoin harkitulla tiedonkeruulla varmistetaan validit mittaustulokset. (Heikkilä, 2014, 27–30.)

Tutkimuksen tulosten tulee olla niin luotettavia, että tutkimus voidaan toistaa milloin tahansa siten, että tulokset pysyvät vastaavanlaisina. Tuloksia ei pidä myöskään yleistää niiden pätevyyden ulkopuolelle. Tutkimuksen tuloksia kirjatessa tulee olla tarkkana siten, ettei virheitä tapahdu tuloksia käsitellessä ja tulkittaessa. Tutkimuksen puolueettomuus tulee varmistaa siten, ettei tutkijan omat moraaliset tai poliittiset vakaumukset johdattele vastaajaa tai vaikuta vastausten laatuun. Varsinkin haastattelua toteuttaessa puolueettomuuteen on panostettava, sillä kysymysten asettelu ja pohjustaminen vaikuttaa osaltaan helposti haastateltavaan. (Heikkilä, 2014, 28)

Hyvä tutkimus on taloudellinen ja tehokas. Kaikkiin tieteellisiin tutkimuksiin ei liity taloudellisia tavoitteita, mutta hyvän tutkimuksen vaatimuksiin ne kuuluvat. Tutkimus on taloudellinen, kun sen hyöty ja kustannukset ovat oikeassa suhteessa. Tutkimuksen avoimuuteen liittyy se, että tietoja kerätessä tutkittavalle selviää se, mihin tuloksia on tarkoitus käyttää ja mihin tutkimus pyrkii. Tutkimuksen raportissa puolestaan tulee esitellä kaikki tulokset, eikä kaunistella niitä toimeksiantajalle edullisemmaksi. Tuloksia raportoidessa tulee pitää huolta siitä, että vastaajien yksityisyys tai salaisuudet pysyvät turvassa. (Heikkilä, 2014, 29).

Tutkimuksen tulee olla hyödyllinen ja käyttökelpoinen. Tutkimusmenetelmät vaikuttavat tulosten hyödyllisyyteen, sillä eri tavoille kerätty aineista saattaa menetelmistä riippuen vaikuttaa paljonkin tulosten laatuun. Kysymysten tarpeellisuutta tulee pohtia tarkoin siten, ettei tutkimus selvitä asioita, joilla ei ole arvoa. Tutkimuksessa selvitettyjen tietojen tulee olla tuoreita, täsmällisiä ja käyttökelpoisia silloin, kun niitä tarvitaan. Kii-reellisesti tai huolimattomasti toteutettu tiedonkeruu voivat estää luotettavien tulosten saamista. Tämän vuoksi tutkimuksen suunnittelulle on hyvä varata riittävästi aikaa. (Heikkilä, 2014, 30)

### **3.2 Trendiseuranta**

Trendiseurannassa seurattiin alan ammattilehtiä, internetiä ja muita medioita hyödyn-täen nyt nousussa olevia ravintola- ja kahvila-alan trendejä ja ns. ”heikkoja signaaleja.” Trendi tarkoittaa kehityssuuntaa, taipumusta tai suuntausta. Näitä seuraamalla pyritään ennakoimaan kuluttajakäyttäytymistä. Trendiseurannan havaintoja peilataan siihen, mitä asiakkaat mahdollisesti toivovat ravintolan tulevaisuudesta. Trendiseurantaa suo-

ritettiin koko opinnäytetyön toteuttamisen ajan sekä aktiivisesti tietoa hakien että passiivisesti. Passiivisella seurannalla tarkoitettiin sitä, että kirjattiin muistiin arjessa vastaan tulleita havaintoja aiheeseen liittyen silloin, kun niitä ei aktiivisesti etsitty.

Tarkoituksena oli löytää uusia ajatuksia ja mahdollisuuksia, sekä kehittää niistä koostuvia ideoita. Trendit nousevat pinnalle, kun avautuu uusia keinoja täyttää vanhoja tarpeita. Trendiseurannan ja tilastojen lukemisen erona on se, että tilastotieteessä tarkkailaan poikkeuksetta menneisyyttä, mutta trendiseuranta tarttuu nykypäivään ja tulevaisuuteen. Jos selitettävien tekijöiden avulla pyritään tekemään ennusteita, voidaan puhua ennustavasta tutkimuksesta. Ennusteet voivat olla tietyn aikavälin määrällisten arvioiden ekstrapolointia tulevaisuuteen. (Heikkilä, 2014, 14)

Uudet tuotteet, kampanjat ja liikeideat ovat usein tulevaisuuden ennustamista, mutta niiden kautta saadaan tietoa asiakaskunnan käyttäytymisestä ja tarpeista, sekä niiden kautta voidaan päätellä mihin suuntaan kuluttajien vaatimustasot ovat menossa. Nousevien trendien hyödyntäminen ei kuitenkaan ole niin helppoa, että sen voisi vain poimia ilmoilta ja laittaa toteutukseen. On olemassa paljon muuttujia (logistiikka, rahoitus, toteutus jne.), että trendien löytäminen, hyödyntäminen ja toteuttaminen voi olla hankalaa. Yksittäinen malliesimerkki voi toimia yhdessä paikassa, mutta olla täysi fiasko toisessa. Trendit itsessään eivät vielä tarkoita mitään, vaan se, millä on väliä, on se, miten ne toteutetaan. Oikeanlainen ja oikea-aikainen toteutus antavat etulyöntiaseman kilpailijoihin nähden. Trendien hyödyntämisessä tulee tuntea oman yrityksensä kapasiteetti, brändi ja asiakaskunta. (Trend Watching 2015)

### **3.3 Kyselytutkimus**

Kyselytutkimus on laajalle levinnyt muoto hankkia tutkimusaineistoa, joka kuvaa laajojen ihmisjoukkojen käsityksiä, mielipiteitä ja asenteita. Kyselytutkimuksen peruseriaatteita ovat systemaattisuus, edustavuus, objektiivisuus ja määrällisyys. Toisin sanoen se on huolellisesti suunniteltu ja toteutettu, käsittää kattavasti koko kohderyhmän, on täsmällinen ja kestää tarkastelua, sekä tuottaa sellaista dataa, joka on ilmaistavissa numeromuodossa.

Kyselyt soveltuvat parhaiten erilaisten tilanteiden, käytänteiden ja olosuhteiden kartoitukseen sekä vertailujen tekemiseen (Anttila 1998). Kyselytutkimus on taloudellinen

tapa kerätä tietoa suurelta ihmisjoukolta, mutta saatavan tiedon määrä on rajoitettu. Kyselytutkimuksen ongelmana on se, että jotkut vastaajat eivät välttämättä halua tai viitsi vastata kaikkiaan kysymyksiin, josta aiheutuu katoa vastauksiin ja epätasapaino jakaumiin. (Heikkilä 2014.)

Hyvän tutkimuslomakkeen ominaisuudet on määritelty useassa lähteessä samankaltaisilla kriteereillä, esimerkiksi (Heikkilä 2014, 46–47 ; Hirsijärvi ym 2014, 202–203). Lomakkeen ulkoasun tulee olla selkeä ja houkuttelevan näköinen. Kysymykset ja teksti tulee olla hyvin aseteltua. Vastausohjeiden pitää olla selkeät ja yksiselitteiset. Kysymysten etenemisen pitää olla loogista ja kysymysten tulee kysyä vain yhtä asiaa kerrallaan. Kysymysten ryhmittely kokonaisuuksia aihealueiden mukaan helpottaa vastaamista. Kysymysten asettelu niin, että alussa on helppoja kysymyksiä saa vastaajan tarttumaan lomakkeeseen kiinni paremmin. Kysymyksiä ei kuitenkaan saa olla liian monta, sillä vastaajan aika on arvokasta. Tärkeä on kiinnittää lomaketta laatiessa huomiota myös siihen, että kysymysten tulkinta ja käsittely on helppoa.

Asiakaskyselylomake sisälsi pääasiassa monivalintakysymyksiä, mutta myös muutamman avoimen kysymyksen. Hirsijärven ym. (2014, 201) mukaan monivalintakysymykset on helpompi käsitellä ja analysoida, eikä vastausten sisältö ole aivan yhtä kirjavaa kuin avoimissa kysymyksissä. Monivalintakysymyksissä poikkeavia vastauksia annettaessa avautui mahdollisuus myös avoimelle vastaukselle, joka helpottaa vastaajan itseilmaisua ja poikkeavan vastauksen tulkintaa. Niihin on myös yksinkertaisempi ja nopeampi vastata. Avoimet kysymykset olivat kohdissa, joissa tarvittiin vastaajilta mielipiteitä ja innovatiivisempia vastauksia. Avoin kysymys sallii vastaajille mahdollisuuden ilmaista itseään omin sanoin, osoittaen tunteiden ja mielipiteiden voimakkuuden kysymyksen aihealueeseen liittyen.

Lomaketta laatiessa seurasimme Heikkilän (2014, 46) määrittelemiä vaiheita:

- Tutkittavien asioiden nimeäminen
- Lomakkeen rakenteen suunnittelu
- Kysymysten muotoilu
- Lomakkeen testaus
- Lomakkeen rakenteen ja kysymysten korjaaminen
- Lopullinen lomake

Tavoitteena kyselyssä oli selvittää näkemyksiä siitä, minkälaisia tuotteita, lounasvaihtoehtoja ja tuoteryhmiä DeXissä toivottaisiin olevan. Näitä vastauksia, niiden toteutusta ja vaihtoehtojen hyödyntämisen mahdollisuuksia peilataan myöhemmin luvussa 5.2 omiin ideoihimme henkilökunnalle tehdyn haastattelun aikana. Kyselytutkimus edustaa opinnäytetyön tutkimus-osion kvantitatiivista puolta. Kyselytutkimus suoritettiin Webropol-kyselynä sähköpostin välityksellä Mikkelin ammattikorkeakoulun henkilökunnalle ja opiskelijoille. Kyselyssä pyrittiin selvittämään, mitä toiveita asiakkailta olisi DeXin lounaasta ja kahvilatuotevalikoimasta. Pyrittiin siihen, että Webropol-kysely olisi vastaajalle yksinkertainen ja sisältämään vain muutaman avoimen kysymyksen, joiden tavoite on pyrkiä selvittämään näitä mieltymyksiä ja näkemyksiä siitä, miltä ravintolan tulevaisuus voisi asiakkaan näkökulmasta vaikuttaa.

Toteutetun kyselytutkimuksen tarkoitus oli olla yksinkertainen, koska tutkimuksessa ei ollut tarvetta erikseen selvittää asiakassegmenttejä. Alkuun tuli muutama yksinkertainen kysymys vastaajan taustasta, joihin vastaaminen ei edellytä vielä mielipiteitä tai käsityksiä, vaan tarkkoja tosiasioita ja faktoja. Vastaajan mielenkiinnon herättämiseksi lomakkeen alkuun sijoitettiin helppoja kysymyksiä, joiden avulla pyrittiin kiinnittämään vastaaja suorittamaan kysely loppuun asti. Tutkimusongelman pääpiirteet selvitettiin avoimilla kysymyksillä, johtuen niiden vahvasti mielipidepohjaisesta luonteesta. Avoimille kysymyksille tyypillistä on, että ne ovat helppoja laatia, mutta hankalia käsitellä, sekä niiden luokittelu on vaikeaa. Näistä voidaan kuitenkin saada vastauksia, joita ei ole etukäteen huomattu, esimerkiksi hyviä ideoita. (Heikkilä 2014, 47).

### **3.4 Haastattelu**

”Kun tutkitaan ihmisiä, miksi ei käytettäisi hyväksi sitä etua, että tutkittavat itse voivat kertoa itseään koskevia asioita?” (Robson 1995, 227). Haastattelu on aineistokeruumenetelmänä hyvä valinta, kun halutaan korostaa yksilöä tutkimustilanteen subjektina, yksilöä, jolla on mahdollisuus tuoda esille itseään koskevia asioita mahdollisimman vapaasti. (Ojasalo ym. 2009, 95) Haastattelun luotettavuutta saattaa heikentää se, että haastattelussa on taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. Haastateltava voi antaa joistakin aiheista tietoa, vaikka tutkija ei sitä suoraan kysykään (Hirsijärvi ym. 2009, 206).

”Tutkimushaastattelu on kirjallisuudessa jaoteltu moniin ryhmiin vaihtelevin nimikkein. Tavallisesti haastattelulajeja erotellaan sen mukaan, miten strukturoitu ja miten muodollinen (tarkasti säädelty) haastattelutilanne on. Yhtenä ääripäänä on täysin strukturoitu haastattelu, jossa ennalta laaditut kysymyssarjat esitetään tietyssä järjestyksessä. Toisena ääripäänä on strukturoimaton, täydellisen vapaa haastattelu, jossa haastattelijalla on mielessään vain tietty aihe tai alue ja keskustelu käydään vapaasti rönkyillen tämän aihepiirin sisällä.” (Hirsijärvi ym. 2014, 208). Näistä ääripäistä on olemassa myös välimuoto, jota kutsutaan puolistrukturoiduksi haastatteluksi. Mitään yhtä oikeaa määritelmää tästä haastattelumuodosta ei ole vaan se voi vaihdella haastattelutilanteen mukaan. Esimerkkinä tästä puolistrukturoidusta haastattelumallista on se, että kaikille haastattelussa oleville kysymykset ovat samat, mutta haastateltavat voivat vastata omin sanoin (Hirsijärvi & Hurme 2009, 47).

Haastattelu tiedonkeruumenetelmänä vaatii aikaa. Ennen haastattelun aloittamista on hyvä suunnitella itse haastattelun kulku valmiiksi, perustuen siihen, että minkälaista tietoa haetaan kehitystyön tueksi. Ennen haastattelutilannetta tulee myös miettiä, minkälaisessa tilanteessa haastattelu suoritetaan sekä paljonko haastattelutilanteeseen varataan aikaa. Aidossa toimintaympäristössä tehtävät haastattelut antavat usein syvällisemmän kuvan haastateltavan ajatuksista, sillä asioita on helpompi muistaa ja kuvailla silloin, kun ollaan niiden äärellä. (Ojasalo ym. 2014, 106). Haastattelijan tulee myös kiinnittää huomiota omaan ulkoasuunsa sekä kielenkäyttöön, sillä nämä vaikuttavat haastateltavan asennoitumiseen ja suhtautumiseen tilanteeseen sekä luottamuksen saavuttamiseen vastausten antamisessa. Haastattelun jälkeinen tilanne vie myös aikaa, sillä mikäli haastattelutilanne on äänitetty, kannattaa se myös kuunnella toistamiseen ja litéroida, jotta saadaan selville, mitä haastateltavan vastaukset ovat mahdollisesti todellisuudessa tarkoittaneet.

Haastattelut suunnattiin ravintolan henkilökunnalle kyselytutkimuksen suorittamisen ja tulkitsemisen jälkeen. Näin kartoitettiin henkilökunnan näkemyksiä ravintolan tulevaisuuden suhteen ja sen, että onko asiakkaiden toiveet toteuttamiskelpoisia. Lisäksi pyrittiin saamaan irti tietoa siitä, miten henkilökunnan edustajat ovat valmiina ottamaan vastaan muutoksia ja minkälaisia ajatuksia heillä on uusien konseptien sisällöistä ja toteutuksista.

### 3.5 Havainnointi

”Tutkimusmielessä tehtävä havainnointi merkitsee järjestelmällistä tietojen kokoamista ja tieteellisen työskentelyyn suuntautuvaa toimintaa.” (VirtuaaliAMK-verkosto 2009). Havaintojen tekeminen tulee olla systemaattista ja suunniteltua. Tällöin tietojen kokoaminen on tarkoituksenmukaista. Observointia voidaan soveltaa tapahtumiin, käyttäytymismalleihin ja fyysisiinkohteisiin. Suoraa havainnointia voidaan käyttää silloin, kun halutaan tarkkailla tilannetta ja tapahtumia ilman, että tutkimuskohteet tietävät olevansa tarkkailun alaisena. (VirtuaaliAMK-verkosto 2009.) Vaikka havainnoinnin aihe oli tarkkaan rajattu, oli aihealue silti laaja. Tästä syystä havainnointi oli strukturoimatonta. Strukturoimattomalla havainnoilla pyritään saamaan selville mahdollisimman paljon erilaista ennakkotietoa valitusta aiheesta. Tällöin havainnoinnin analysointi suoritetaan myöhemmin määriteltyjen avainsanojen perusteella.

Havainnoinnin avulla on mahdollista saada tietoa esimerkiksi siitä, miten ihmiset käyttäytyvät ja mitä tapahtuu luonnollisessa toimintaympäristössä (Ojasalo ym. 2009, 103). Suoritimme havainnointia erilaisissa mielenkiintoisissa ja monipuolisissa alan toimintaympäristöissä. Kävimme omatoimiselle opintomatalla pääkaupunkiseudun ravitsemusliikkeissä seuraamassa tuoreimpia innovaatioita ja uudenmallisia liikeideoita, pyrimme myös havaitsemaan toistuvia toimintamalleja ja kokonaisuuksia. Ennen lähtöä suunnitelimme havainnointilomakkeen, jonka perusteella pyrimme löytämään aiheitamme koskevia tietoja ja uusia, mahdollisesti hyödynnettävissä olevia innovaatioita ravintola-alalla.

Tarkkailimme myös DeXin omien asiakkaiden käyttäytymistä ja toimintatapoja DeXissä saadaksemme selville miten siellä toimitaan ja mikä saattaisi mahdollisesti vaatia muutosta. DeXin asiakkaiden havainnointi oli myös osana nykytila-analyysiä, jonka suoritimme ravintolalle. Tavoitteena oli kartoittaa kokonaiskuvaa kuluttajien käyttäytymisestä.

## 4 NYKYTILA-ANALYYSI

Nykytila-analyysin avulla on tarkoitus kartoittaa ravintolan sen nykytilan aikainen tilanne. Analyysissä käytettiin apuna DeXin vuoden 2014 asiakastytyväisyyskyselyä



(Virtanen 2014), asiakastoimikunnan kokousten pöytäkirjoja ajalta 2014–2015, aikuisopiskelijoiden palvelukartoitusta (Stöckell 2015), havainnointia ja omakohtaisia kokemuksia ravintolassa työskentelystä. Analyysin apuna käytettiin myös ravintolan vuoden 2015 toimenpidesuunnitelmaa, joka luovutettiin meille luottamuksellisena, joten mitään sen sisältöön liittyvää ei julkaista. Annettujen dokumenttien sisältöä avattiin ja analysoitiin työhön liittyvien asioiden kohdalta, ja niitä käytettiin tarvittavien muutoskohtien etsimisessä, sekä kehitysehdotuksia kerätessä. Nykytila-analyysin tavoitteena oli kerätä mahdollisimman paljon informaatiota muutosehdotusten taustaksi, niin, että ne olisivat mahdollisimman yhtenäiset saatavilla olevien resurssien kanssa ja asiakkaiden tarpeiden mukaisia.

Lounasruokailu pyritään keskittämään enemmän ravintola Kasarminan suuntaan ja DeXiä kehitetään enemmän viihderavintolan kaltaiseksi. Lounasruokailu tulee pysymään DeXin valikoimassa, mutta sitä pyritään keskittämään erityisempiin lounasvaihtoehtoihin. Tavoitteena on, etteivät ravintolapalveluiden ravintolat kilpaile keskenään. Ravintola DeXin tavoitteena on tarjota tuotteita sellaisten asiakkaiden tarpeisiin, jotka toivovat lounaaltaan jotain perinteisestä noutopöytälounaasta eroavaa.

#### **4.1 Asiakastyytyväisyyskysely**

Keväällä 2014 suoritetussa asiakastyytyväisyyskyselyssä selvitettiin asiakkaiden mielenkiintoja ravintola DeXin toiminnasta ja pyrittiin saamaan uusia kehitysehdotuksia toiminnan parantamiseksi ja asiakastyytyväisyyden kehittämiseksi. Asiakastyytyväisyyskyselyyn vastasi 241 henkilöä, joista valtaosa (noin 90 %) oli koulun opiskelijoita. Kyselyssä selvisi, että tärkeimmät syyt vierailulla DeXissä ovat kahvilapalvelut, ravintolapalvelut ja ystävien kanssa ajanviettäminen; samassa tärkeysjärjestyksessä. DeXiä käytetään jonkin verran myös opiskelutilana, mutta meteli ja hälinä hankaloittavat keskittymistä, joten tämä ei ole opiskeluun hyvä vaihtoehto verrattuna itseopiskeluun varattuihin tiloihin. (Virtanen 2014).

Vierailutiheydessä useimmat (41,5 % vastaajista) vastasivat käyvänsä DeXissä viikoittain. Päivittäin sanoi käyvänsä noin 30 %. Noin 17 % vastaajista kertoi vierailevansa muutaman kerran kuukaudessa ja 10 % harvemmin kuin kerran kuukaudessa. Kyselyssä vain kolme henkilöä ilmoitti, ettei vieraile DeXissä lainkaan (Taulukko 5.)

**TAULUKKO 5. Vierailutiheys (Virtanen 2014)**

		Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Viikottain		100	41,5 %
Päivittäin		73	30,3 %
Muutaman kerran kuukaudessa		40	16,6 %
Harvemmin kuin kerran kuukaudessa		25	10,4 %
En vieraile		3	1,2 %
Yhteensä		241	100,0 %

Palvelujen käyttötiheys ei eronnut suuresti vierailutiheyteen verrattuna palveluiden käyttötiheyteen (Taulukko 6). Yli kaksi kolmasosaa kaikista sanoi käyttävänsä DeXin palveluja vähintään kerran viikossa. Palveluja 2–4 kertaa viikossa käyttävien osuus oli suurin (41,9 %). Joka päivä palveluja käyttävien osuus oli 11,6 %. Kymmenen prosenttia vastaajista sanoi käyttävänsä palveluja muutaman kerran vuodessa ja kuusi prosenttia käytti palveluja kerran kuussa. (Virtanen 2014).

**TAULUKKO 6. Palvelujen käyttötiheys (Virtanen 2014)**

		Lukumäärä	Prosenttia kaikista
Joka arkipäivä		28	11,6 %
2-4 kertaa viikossa		101	41,9 %
Kerran viikossa		34	14,1 %
2-3 kertaa kuukaudessa		36	14,9 %
Kerran kuussa		15	6,2 %
Muutaman kerran vuodessa		24	10,0 %
En koskaan		3	1,2 %
Yhteensä		241	100,0 %

Palautetta kyselyssä tuli eniten jonojen pituudesta ja lounasajan ruuhkista. Korjaukseksi ehdotettiin toista kassaa. DeXistä on itsepalvelukassa kassasaarekkeen toisella puolella, mutta tällä hetkellä sen käyttöaste on erittäin matala. Itsepalvelukassan toimintaa tul- laan todennäköisesti muuttamaan jo tulevan kesän 2015 aikana. Tähän asti ongelmaksi on muodostunut se, että DeXin lounas tilataan kassasta manuaalisesti keittiöön, joten sitä ei ole itsepalvelukassan kautta voitu tilata. Yhtenä vaihtoehtona on kehitellä lou- nasruokavaihtoehtoja, jotka eivät vaadi erillistä bonguamista keittiöön, vaan ovat val- miina nautittavaksi.

Asiakastyytyväisyyskyselyn mukaan parasta DeXissä on se, että siellä on hyvä ilma-  
piiri, mukavat ja viihtyisät tilat sekä rento tunnelma. Ruoka on laadukasta, hyvää ja  
monipuolista. Tuoreet raaka-aineet ja leivät saivat kyselyssä erityismaininnan. Palvelu  
miellettiin laadukkaaksi ja nopeaksi sekä henkilökunta ystävälliseksi. Sohvista annettiin  
paljon positiivista palautetta. DeXin sijainti miellettiin positiivisena asiana, koska se  
sijaitsee kampuksen keskellä.

Kehityskohteita kyselyn mukaan ovat ruoan annoskoot ja maut sekä erityisruokavalioiden parempi huomioiminen. Myös keittolounasta toivottiin takaisin. Näihin kehityskoh-  
tiin on jo puututtu. Pastan ja riisin määrää on vähennetty annoksista ja myös reseptejä  
on vakioitu, minkä myötä ruoka on tasalaatuisempaa. Ravintola konseptin mukaan keit-  
tolounas ja buffetlounas eivät sen sijaan ole tulemassa takaisin, koska niitä tarjotaan  
ravintolapalveluiden muissa toimipisteissä. Kahvin laadusta myös annettiin palautetta  
ja sitä on yritetty parantaa, mutta lukuisista säädöistä huolimatta sen taso ei ole huomattavasti noussut.

#### **4.2 DeXin palvelukartoitus monimuoto-opiskelijoille**

Keväällä 2015 DeXiin toteutettiin palvelukartoitus osana erään liiketalouden koulutus-  
ohjelman opinnäytetyötä. Kartoitus suoritettiin Webropol-kyselynä ja suunnattiin mo-  
nimuoto-opiskelijoille. Kohderyhmään kuului noin 300 opiskelijaa, joista kyselyyn vas-  
tasi 64, eli vastausprosentti oli reilu 21 %. Monimuoto-opiskelijat ovat pääasiallisesti  
aikuisopiskelijoita, joten tämä tuo näkemystä myös iltoihin ja viikonloppuihin painot-  
tavan opiskelijaryhmän ajatuksista DeXiä liittyen. (Stöckell 2015.)

Vastanneista 87,5 % osti säännöllisesti kahvia tai teetä, kahvilatuotteita säännöllisesti  
osti noin 61 % vastanneista ja lounaspalvelua kaksi kolmesta. Monimuoto-opiskelijoilla  
yleisin lounasvalinta oli suosituslounas (34,38 % vastaajista) ja seuraavana buffetlounas  
(28,13 %). Buffetlounasta tarjotaan vain lauantaisin ja sen on tuolloin ainoa lounasvaihtoehto.  
Vastaajilta kysyttiin myös, että kumman he mieluiten valitsisivat lauantaisin, lounas-  
lounaan vai buffetlounaan, ja suurin osa (81,67 %) valitsee mieluiten buffetlounaan.  
(Stöckell 2015.)

Take away -palvelun hyödyntäminen nousi myös monimuoto-opiskelijoiden kyselyssä  
esille ja enemmistö (60,94 %) oli sitä mieltä, että siihen ei ole tarvetta, mutta 40 %

vastaajista kattaa myös suuren määrän asiakkaita, joten palvelun hyödyntäminen on kannattavaa. Yli puolet vastaajista (67,74 %) ostaa mieluiten ruokaisan patongin tai sämpylän. Suositujen tuotteiden joukkoon kuuluu myös smoothiet sekä rahkat, jogurtit ja hedelmät. Samassa kysymyksessä oli mahdollisuus avoimeen vastaukseen, jos toivoisi muuta lisättävää ja siinä nousi useasti esille parempi valikoima suolaisia ja makeita gluteenittomia tuotteita. Vastaajat arvostavat kevyttä, terveellistä, raikasta ja itse tehtyä ruokatuotetta. Samat asiat tulivat ilmi myös seuraavassa avoimessa kysymyksessä, jossa selvitettiin toiveita muiden, tuotevalikoimaan kuulumattomien, tuotteiden suhteen. (Stöckell 2015.)

Palvelukartoituksen vapaassa sanassa selvisi, että monimuoto-opiskelijat olivat pääasiallisesti tyytyväisiä DeXin palveluun ja sijaintiin. Laadukkaat tuotteet ja rento tunnelma ovat keränneet myös kiitosta. Lisäksi monimuoto-opiskelijat olivat kiitollisia aukioloajoista, näiden huomioidessa ilta- ja viikonloppuopiskelijat ja niiden lisäksi myös erinäiset juhlapyhät. (Stöckell 2015).

Kartoituksen lopuksi pyydettiin vastaajilta kehitysehdotuksia palveluihin ja tuotteeseen. Näitä tarjottiin runsaasti, mutta harvempi tarjosi mitään uutta. Tuotteiden hinnoista ja kahvin laadusta tuli negatiivista palautetta, gluteiinittomien ja vegaanisten vaihtoehtojen esilletuontia toivottiin paremmaksi ja metelin vaimentamiseksi pyydettiin toimenpiteitä. Aukioloaikoihin toivottiin lisäystä molempiin päihin, että sieltä saisi aamukahvin mukaan ja illalla ehtisi syödä rauhassa. Myös illan tuotevalikoimaan toivottiin kattavuutta, sillä päivän päätteeksi vitriinit tупpaavat yleensä olemaan hieman vajaampia kuin parhaaseen myyntiaikaan. (Stöckell 2015.)

### **4.3 Asiakastoimikunnan kokous 1/2015**

Ravintola DeXi järjestää asiakastoimikunnan kokouksia noin kahdesti vuodessa. Näissä kokouksissa on mukana edustamassa DeXin esimiehiä, opiskelijahallituksen edustajia, henkilöstön ja opettajien edustajia ja opiskelijaterveydenhuollon edustajia. Kokouksissa käsiteltiin muun muassa ravintolan tulevaisuuden suunnitelmia ja kehitystoimia. Edellinen kokous järjestettiin 25.3.2015.

Tulevia toimenpiteitä suunniteltiin reseptiikan kehittämiseen ja vakioimiseen, mikä auttaa omalta osaltaan tasoittamaan eri kyselyissä ilmenneistä tasalaatuisuuteen liittyviä

ongelmia. DeXin lounaalle on tulossa uusi mobiili-piippari järjestelmä, jonka tavoitteena on mahdollistaa nopeampi ja varmempi palvelu. Piippari-järjestelmän kehitystyö on tarkoitus aloittaa yhteistyössä Xinnon monialaisen oppimisympäristön kautta.

Asiakastoimikunnan kokouksen palautteessa kiinnitettiin huomiota myös jonottamisen lisääntymiseen, joka johtui kasvaneista opiskelijamääristä. Tähän toivottiin muutosta toisen kassan lisäämisellä. Lisäksi erityisruokavalioihin toivottiin lisää vaihtoehtoja. Vaihtelua salaattipöytään ja teelaatuihin toivottiin jokaisesta suunnasta.

## **5 TUTKIMUSTEN TULOKSET**

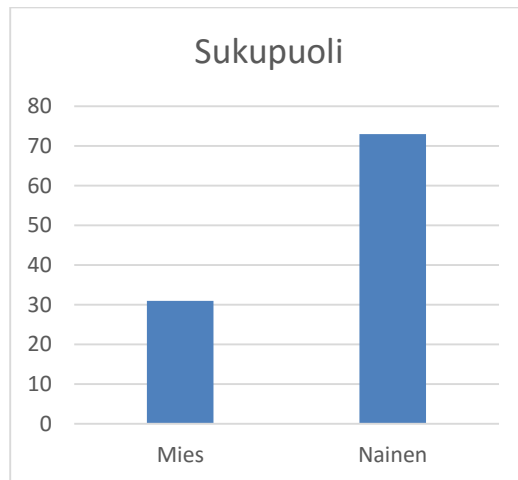
### **5.1 Asiakaskysely**

Kyselytutkimuksen tavoitteeksi asetettiin asiakaskunnan mielipiteiden ja näkemysten selvittäminen ravintola DeXin tuotteiden ja palveluiden tulevaisuudesta. Kysely (Liite 1) julkaistiin kahdella kielellä, suomeksi ja englanniksi, maanantaina 27.4.2015 ja kesti kahden viikon ajan, viimeisen vastauspäivämäärän ollessa maanantai 11.5.2015. Avoin vastauslinkki kyselyyn laitettiin Mikkelin ammattikorkeakoulun sisäisiin medioihin opiskelijoiden ja henkilökunnan luettavaksi ja vastattavaksi. Tämän lisäksi linkki kyselyyn lähetettiin sähköpostilla kaikille niille opiskelijoille, jotka olivat myöntäneet sähköpostiosoitteen käytettäväksi vastaavanlaisia tutkimuksia varten eli noin 500 opiskelijalle. Viikko lähettämisen jälkeen, puolessa välissä, kyselyn aukioloa lähetettiin vielä muistutussähköpostit kaikille, jotka olivat jättäneet vastaamatta. Tämän lisäksi kysely julkaistiin uudestaan ammattikorkeakoulun sisäisissä medioissa (Staff ja Student), jotta se nousisi uudestaan etusivulle. Käytimme näitä kolmea kanavaa kyselyn lähettämiseksi saadaksemme mahdollisimman kattavan otannan asiakkaista, mahdollisista asiakkaista, sekä heistä, jotka eivät käytä ravintola DeXin palveluita.

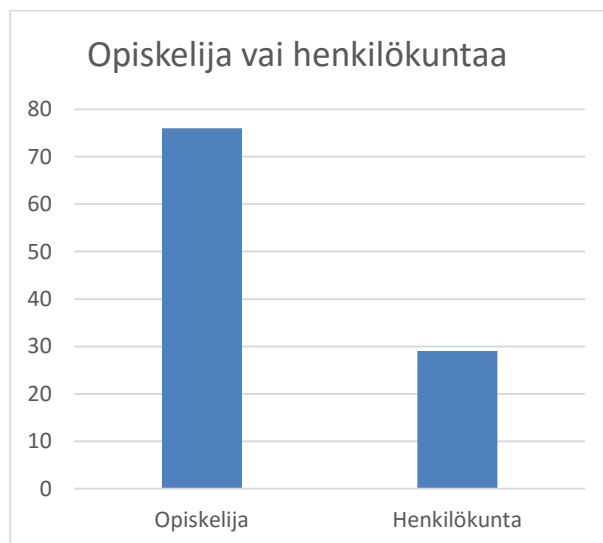
#### **5.1.1 Kyselyn tulokset**

Vastauksia kerääntyi kahden viikon aikana 105 kappaletta, johon olimme erittäin tyytyväisiä ottaen huomioon kyselyn myöhäisen ajankohdan lukuvuotta ajatellen. Pieni vastaus määrä selittyi osittain sillä, että emme tarjonneet vastaajille minkäänlaista ”porkkanaa”. Avoimen linkin kautta tulleita vastauksia oli 40, ja sähköpostikyselyyn

vastanneita 65. Sähköpostikysely lähetettiin 500 opiskelijalle. Vastausprosentti sähköpostilla lähetettyyn kyselyyn oli 12,5 %. Vastanneista valtaosa, 73 eli 70,2 % oli naisia, 31 vastanneista oli miehiä (Kuva 2) ja yksi jätti vastaamatta sukupuolta koskevaan kysymykseen. Opiskelijoiden osuus vastanneista oli 76 henkilöä eli 72,38 % ja henkilökuntaa oli loput 29 vastannutta (Kuva 3).

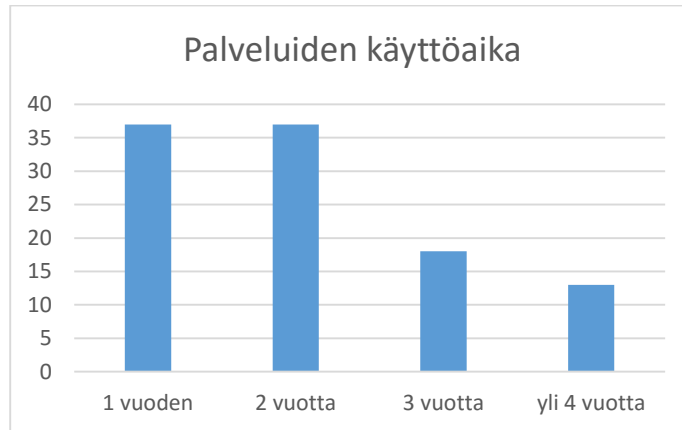


**KUVA 2. Vastausten sukupuolijakauma**



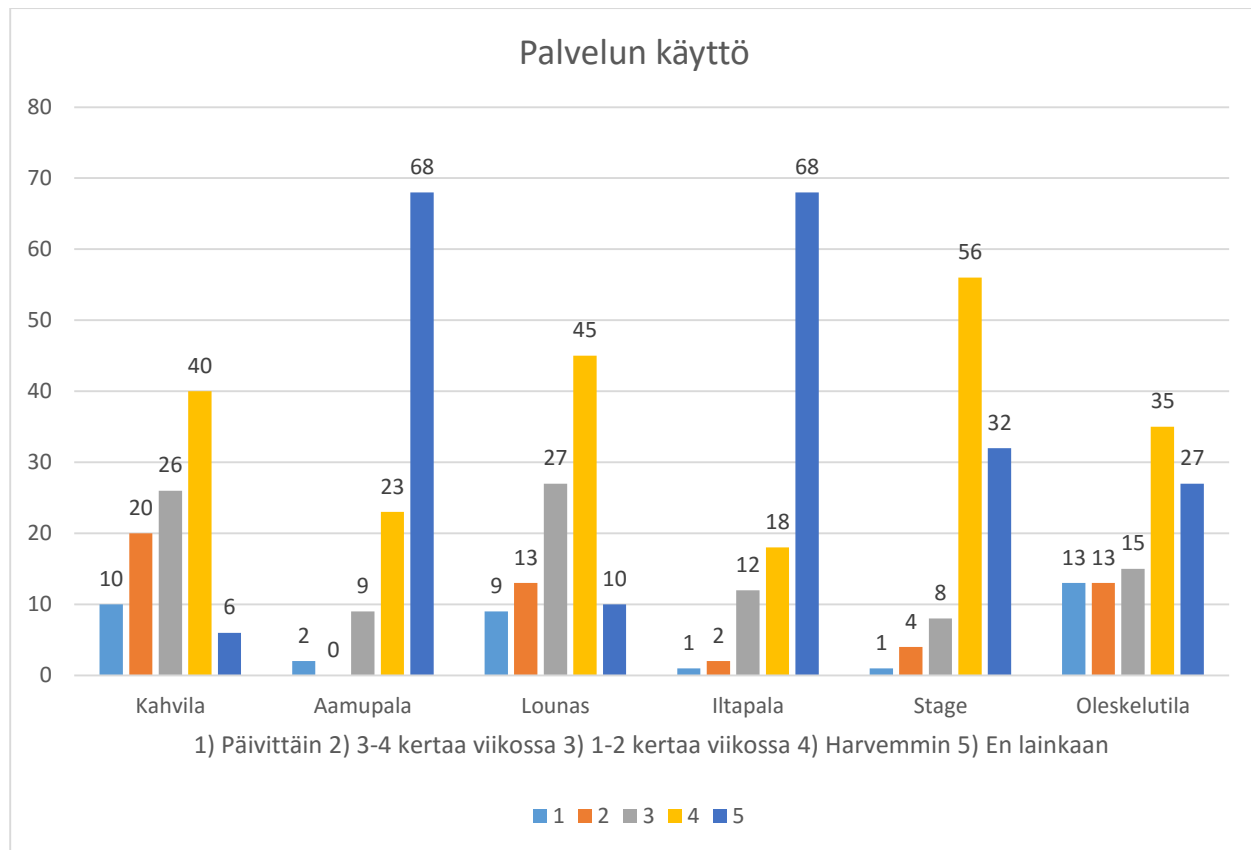
**KUVA 3. Ammatti**

Sitten selvitettiin, kuinka kauan vastaajat olivat käyttäneet ravintolan palveluita. Ravintola avattiin vuonna 2011, joten vastausvaihtoehdot rajoittuivat 1, 2, 3 ja 4 vuoteen. Sekä 1, että 2 vuotta ravintolan palveluita käyttäneitä oli 37 henkilöä, 3 vuotta palveluita käyttäneitä oli 18 henkilöä ja 4 vuotta käyttäneitä 13 henkilöä (Kuva 4). Määrän pieneminen selittyy opiskelijoiden valmistumisella, harjoittelujen sijoittumisella lukuvuoden loppuun ja lähiopetuksen päättymisellä vuoden loppua kohden.



**KUVA 4. Palveluiden käyttöaika**

Seuraavaksi selvitettiin palveluiden käyttöastetta eli kuinka usein vastaajat käyttävät ravintola DeXin palveluita. Kuvassa 5 kuvatut palveluiden käyttöasteen tulokset vaikuttavat lähtökohtaisesti matalilta. Tämä selittyy sillä, että vastaajista suuri osa oli henkilökuntaa, jotka eivät omista taukotiloista johtuen käytä kahvilapalveluita yhtä paljon. Kyselyn otanta kattoi myös ihmisiä, jotka eivät enää käytä kampuksen palveluita aktiivisesti tai käy lähiopetuksessa saati kampuksen CDEX-rakennuksessa, jossa DeXi sijaitsee. Tuloksiin vaikuttaa myös se, että kysymys sisälsi stage-tapahtumat, joita ei välttämättä ole edes viikoittain. Lisäksi aamupala- ja iltapalapaalveluiden matala tunnettaisuus ja vähäinen käyttöaste näkyvät kokonaistilastossa. Tämän lisäksi tutkimuksessa ei ilmennyt mitään muuta yllättävää lähtökohtaisiin hypoteeseihin verrattuna. Valtaosa kyselyyn vastanneista käyttää ravintolan palveluita satunnaisesti muutaman kerran viikossa.

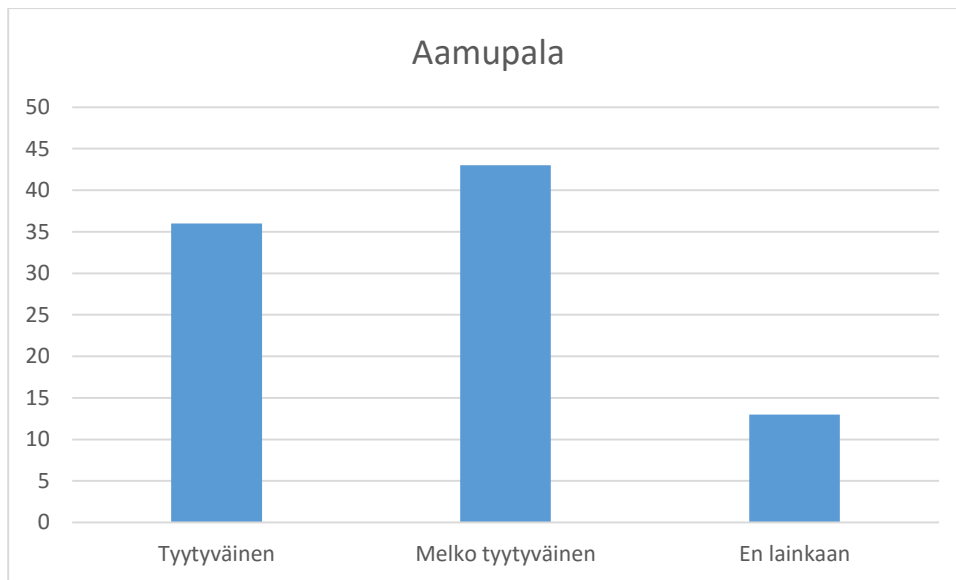


**KUVA 5. Palveluiden käyttö**

Kahdella seuraavalla kysymyksellä selvitettiin asiakkaiden tyytyväisyyttä nykyisiin ruokapalveluihin. Kysymysten vaihtoehdot olivat seuraavat: tyytyväinen, melko tyytyväinen, en lainkaan tyytyväinen. Näistä jälkimmäisen valitseminen avasi vaihtoehdon kertoa avoimesti, miksei palveluun oltu tyytyväisiä.

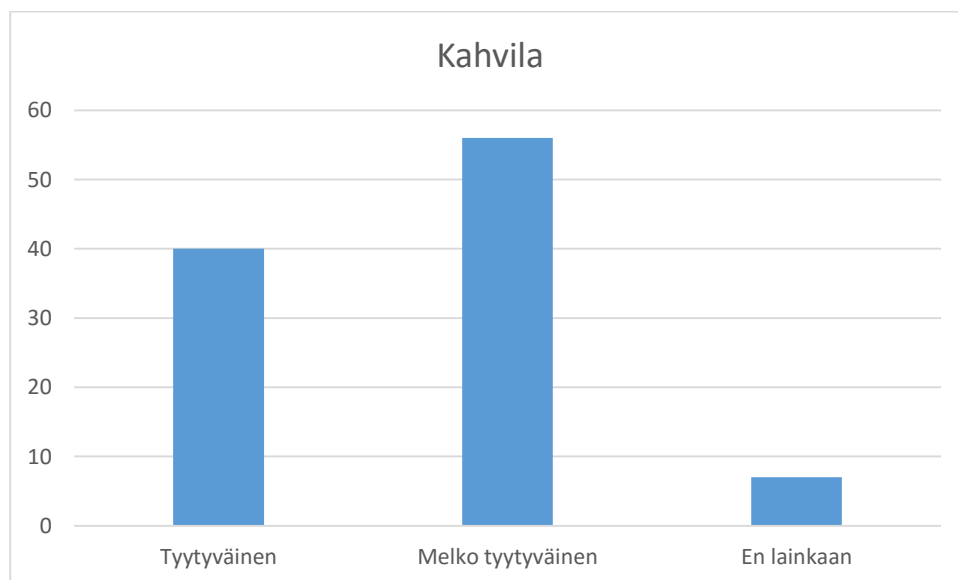
Aamiaispalveluun (Kuva 6) tyytyväisiä oli 36 henkilöä, melko tyytyväisiä 43 henkilöä ja vastaajista 13 henkilöä ei ollut tyytyväisiä siihen. Kokonaisuudessaan vastauksia kysymykseen tuli 92. Tyytymättömistä vastaajista viisi henkilöä valitsi vaihtoehdon, koska he eivät ole koskaan käyttäneet palvelua. Kolme vastaajaa toivoi lisää vaihtoehtoja aamiaiseen levitteiden, ruisleivän, kasvien, kananmunatuotteiden ja murojen muodossa. Kaksi vastaajaa toivoi lisää puhtaasti vegaanisia vaihtoehtoja. Loput kolme palveluun tyytymätöntä vastaajaa ei käyttänyt vaihtoehtoa kertoa, että mikä palvelun tasossa ei heitä miellyttänyt.





**KUVA 6. Aamupalapalvelu**

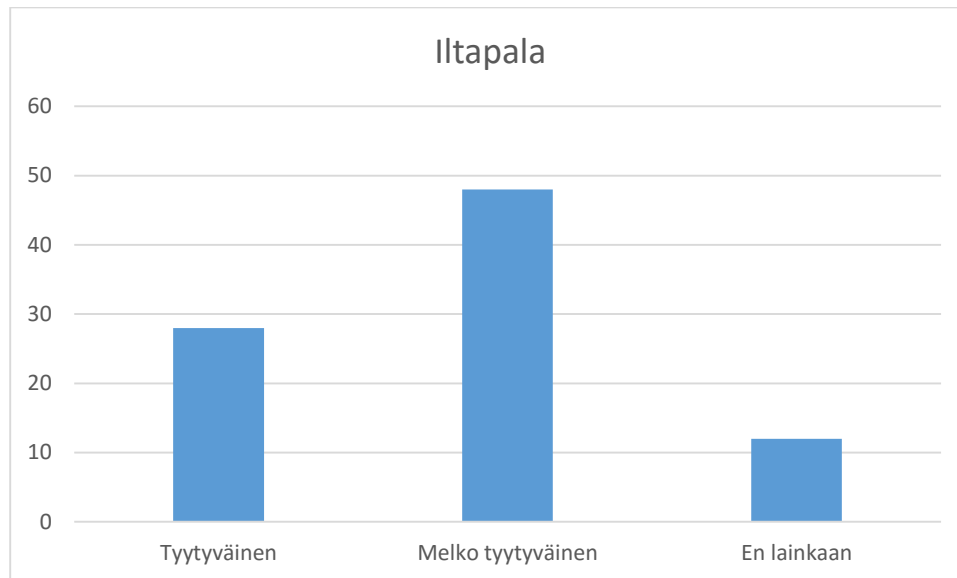
Kahvilatuotevalikoimaan (Kuva 7) tyytyväisiä vastaajista oli 40 henkilöä, melko tyytyväisiä 56 henkilöä ja ei lainkaan tyytyväisiä seitsemän henkilöä. Valikoimaan toivottiin lisäävän jäätelöä ja ruistuotteita ja gluteiinittomia vaihtoehtoja. Lisäksi tuotteiden hinta mainittiin kahdesti syyksi tyytymättömyyteen. Tämän lisäksi toivottiin vaihtoehdoksi jotain vegaanille soveltuvaa.



**KUVA 7. Kahvilapalvelu**

Iltapalaleipäpöytään (Kuva 8) tyytyväisiä vastaajia oli 28 henkilöä, melko tyytyväisiä 48 henkilöä ja ei lainkaan tyytyväisiä 12 henkilöä. Kokonaisuudessaan vastaajia oli 88

henkilöä. Tyytymättömistä neljä henkilöä oli jälleen niitä, jotka eivät ole käyttäneet palvelua. Yhden mielestä hinta oli liian korkea, ja tiedotus liian heikkoa. Kahden mielestä valikoima kaipaisi vaihtelua, ja että palvelu olisi käytössä pidempään iltaopiskelijoita varten. Yksi vastaaja toivoi lisättävän take away -vaihtoehtoja iltapäivälle ja jälleen yksi toivoi vegaaneille vaihtoehtoja.



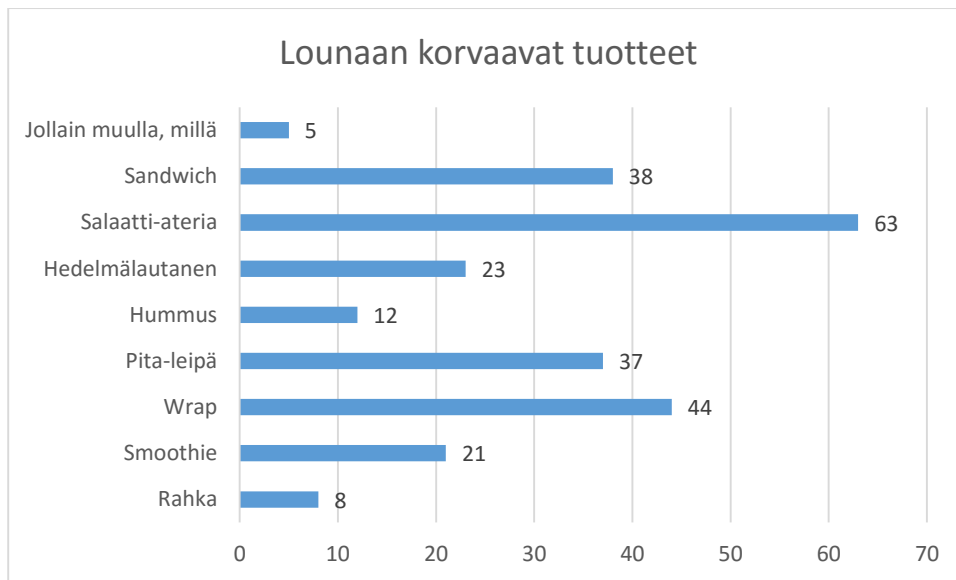
**KUVA 8. Iltapalapalvelu**

Seuraavaksi selvitettiin avoimella kysymyksellä, mitä vastaajat toivoisivat DeXin lounaalla tulevaisuudessa. Avoimia vastauksia tuli 65, jotka sisälsivät parannusehdotuksia, kehitysehdotuksia ja kritiikkiä nykyistä valikoimaa kohtaan. Eniten toistuvia asioita vastauksissa oli monipuolisuuden lisääminen itse ruokalistaan, teemoihin ja kasvisruokavaihtoehtoihin, sekä kevyempien vaihtoehtojen tuominen listalle. Lämpimien tai ruokaisten salaattiterioiden tuominen listalle nousi esille varsinkin henkilökunnan puolesta, mutta myös opiskelijoista usea nosti tämän vaihtoehdon esille. Noin joka kolmannessa vastauksessa toivottiin nykyistä laajempaa valikoimaa lounaan monipuolisuuteen, teemoihin ja tuoteryhmiin. Näistä kolmannes keskittyi kasvisruokavaihtoehtojen laajentamiseen tofusta ja kasvispihveistä johonkin muuhun. Kiertävät teemat, kuten tex mex, thai ja kiinalainen ruoka nousivat myös esille. Burger-ateriat herättivät ristiriitaisia tunteita. Osa toivoi niihin vaihtelua sisällöltään. Osa toivoi niitä tulevan lisää ja osa toivoi niitä tulevan vähemmän. Kritiikkiä annettiin salaattipöydän laatua, yleistä tasalaatuisuutta ja annosten mausteisuutta kohtaan. Noin 15 % vastanneista toivoi myös buffetin ja keittolounaan palauttamista valikoimaan. Osa vastanneista ei toivonut De-

Xissä tapahtuvan muutoksia, vaan mielsi konseptin ja palvelun nykyisellään mieluisaksi. Yksittäisiä muutosehdotuksia oli kotiruoan, pata- ja höystöruokien, sekä makkararuokien lisääminen valikoimaan. Myös sipulin määrää pyydettiin vähentämään, rasvan ja suolan lisäämään ja hintaa laskemaan.

Seuraavan avoimen kysymyksen tavoitteena oli selvittää, minkälaisia kahvila-alan trendejä asiakkaat tietävät olevan nousemassa maailmalla sekä mitä he haluaisivat DeXiin tuotavan. Useimmiten vastauksissa nousi esille kahvin laatu, lisukkeet ja erikoiskahvien lisääminen valikoimaan. Kahviin toivottiin mahdollisuutta lisätä erilaisia mausteita ja makuja, kuten kardemummavaahtoa ja jääkahviaineksia. Lisäksi haudutettua teetä toivottiin useissa yhteyksissä. Teekulttuurin nousu maailmalla toivottaisiin tuotavaksi esille myös DeXiin. Moni vastaaja haluaisi myös entistä enemmän raikkaita vaihtoehtoja, kuten, smoothieita tarjolle. Terveellisyys, tuoreus ja raikkaus olivat tärkeimmät avainsanat vastauksissa. Kermaa toivottiin lisättäväksi maidon rinnalle. Vaihtoehtoisia maksuvaihtoehtoja esitettiin myös muutama. ”Kahvipassi”-systeemi olisi yksi vaihtoehto, toinen vaihtoehto oli mahdollisuus maksaa kotona ennakkoon ja kolmas vaihtoehto oli mahdollisuus itsepalveluun. Lisättäväksi toivottiin kofeiinitonta kahvia, enemmän proteiini- ja välipalapatukoita, sekä enemmän valikoimaa leipiin, kuten perinteinen kinkkusämpylä ja lihapiirakka kahdella nakilla.

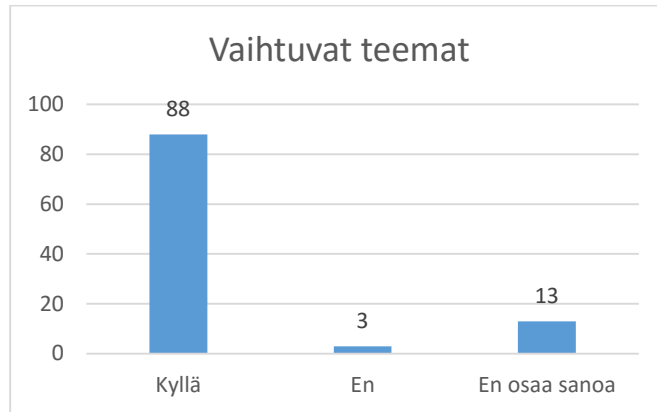
Tämän jälkeen selvitettiin vastaajien mielipiteitä lounaan lämpimän osan korvaamisen jollain kylmäruokavaihtoehdolla. Kokonaisuudessaan vastaajia kysymykseen oli 104 henkilöä. Vastaajista 27 eli 26 % oli valmis korvaamaan lämpimän ruoan sen enempää miettimättä, kun 46 vastaajaa vastasi ”ehkä”. 31 vastaajaa, (30 %) ei pitänyt tätä vaihtoehtona. Kuvassa 9 esitellään vastausten jakaumaa kun kysyttiin, millä eri vaihtoehdoilla vastaajat olisivat valmiita korvaamaan lämpimän lounaan. Avoimia vastauksia olivat puuro, omeletti, subit, ja sushi.



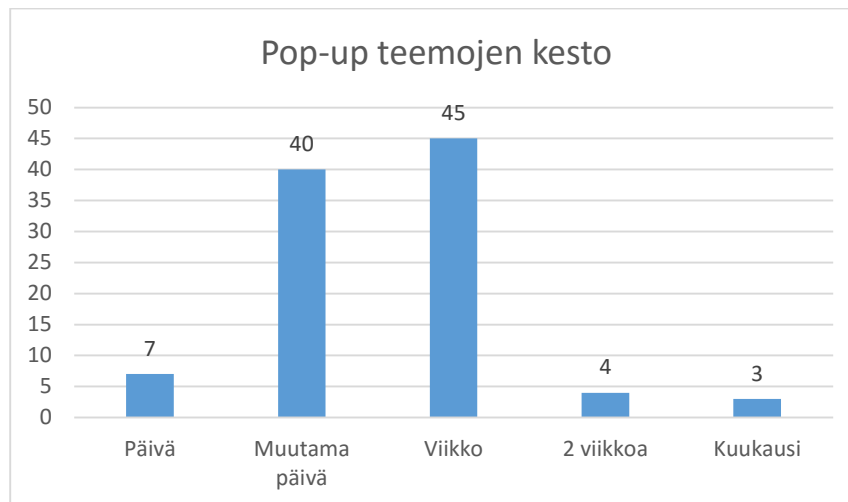
**KUVA 9. Korvaavat tuotteet**

Kysyttäessä tarvittavista lisäpalveluista vastaajista valtaosa ilmaisi, että elektroniikan latauspiste olisi tarpeellinen. Usealle vastaajalle mahdollisuudet ajanviettoon erilaisten pelien, lautapelien ja muun muassa laajemman sanomalehtivalikoiman parissa olivat toivottavia lisäpalveluita. Lisäksi käteisen nosto mahdollisuutta toivottiin, ruokailu- ja oleskelualueiden parempaa erittelemistä, maksukortin saldon tarkistamisen mahdollisuuksia ja parempia take away -mahdollisuuksia. Yksi vastaajista ehdotti myös sisustuksen muokkaamista vähän vähemmän suomalaisen näköiseksi.

Lisäksi kartoitettiin vastaajien alustavia mielipiteitä pop-up -teemojen käytöstä ravintola DeXin palvelussa. Pop-up -teemoilla tarkoitetaan väliaikaista teemaa ravintolassa, esimerkiksi niin, että DeXi muuttuisi viikon ajaksi meksikolaiseksi ravintolaksi. Kysymykseen 104 vastanneesta henkilöstä 88 mielsi tämän hyväksi ajatukseksi. Vastaajista kolme henkilöä ei pitänyt ajatuksesta ja loput 13 henkilöä olivat neutraalilla kannalla (Kuva 10). Suurimman kannatuksen (45 %) pop-up-teeman kestoksi sai viikon mittainen teema-jakso. Toiseksi eniten ääniä sai muutama päivä (40 %) ja loput jakautuivat tasaisesti jäljelle olevien vaihtoehtojen kesken (Kuva 11).



**KUVA 10. Pop-up teemat**



**KUVA 11. Pop-up teemojen kesto**

### 5.1.2 Tulosten arviointi

Kyselyyn saatujen vastausten määrä ylitti odotuksemme. Ajankohta vaikutti vastausten määrään siten, että monelta kohderyhmään kuuluneelta ihmiseltä oli jo opetus loppunut, eikä motivaatio vastata kyselyihin ole lukukauden lopussa kovinkaan korkealla. Kyselyn julkaisu useassa eri lähteessä helpotti vastausten keräämistä. Vastaajien sukupuolijakauma oli hieman yllättävä, mutta tämä selittyy sillä, että miesvaltaiset koulutusalat aloittavat lomansa aikaisemmin. Lisäksi henkilökunnan määrä vastaajissa oli korkea, mitä edesauttoi se, että kysely julkaistiin myös henkilökunnan sisäisessä intrassa. Vastausten sisällössä ei varsinaisesti ollut eroa henkilökunnan ja opiskelijoiden välillä, mutta mielipiteet henkilökunnan puolelta oli paremmin pohjustettuja ja perusteltuja. Koska yksikään kysymys lomakkeessa ei ollut pakollinen, joissain vastauksissa näkyi

pientä katoa vastausten määrässä. Pääasiallisesti suurin osa oli vastannut kaikkiin kysymyksiin, mutta vähemmän käytettyjen palveluiden ollessa kyseessä saatettiin kysymys ”ohittaa olankohautuksella”.

Yleinen tyytyväisyys nykyisiin palveluihin oli hyvä, eikä mitään akuuttia tarvetta ollut palvelun tai tuotteiden muuttamiselle. Suurimmat muutoskohtia tuotteisiin ja palveluihin olivat tuotteiden vaihtuvuuden puute ja lounasruoan samankaltaisuus päivästä toiseen. Vaikka ruokalista on kuuden viikon kiertävä lista, ruokateemat ovat silti liian toistuvia vastanneiden mielestä. Lisäksi vitriinituotteisiin toivottiin vaihtelua. Suurin osa huomioituista epäkohdista, kuten erityisruokavalioiden huomioiminen, olisi kuitenkin korjattavissa entistä paremmalla tiedotuksella ja tehokkaammalla markkinoinnilla.

Kyselyn tuloksia analysoidessa huomasimme joitain asioita, jotka olisi pitänyt tehdä toisin. Palvelujen käyttöastetta selvittäessä ei olisi tarvinnut kysyä stage-tapahtumia, sillä niitä ei välttämättä edes järjestetä viikoittain, joten tämä vaikutti tulosten keskiarvoon. Tyytyväisyyttä palveluihin kysyessä olisimme voineet tarjota mahdollisuuden avoimeen vastaukseen myös niille, jotka vastasivat olevansa melko tyytyväisiä palveluun. Näin olisimme kenties saaneet enemmän epäkohtia esille ja muutamia uusia ehdotuksia palveluiden määrään. Kahvila-alan trendejä koskevassa kysymyksessä ei olisi välttämättä tarvinnut liittää DeXiä kysymykseen lainkaan, vaan asetella kysymys siten, että pyritään selvittämään toiveita yleisesti. Kyselyssä olleessa kysymyksessä yhdistettiin DeXi ja trendit toisiinsa, mikä saattoi omalta osaltaan vähentää innovatiivisten vastausten määrää. Lisäpalvelujen tarvetta selvittäessä kysymyksen selite oli hieman liian johdatteleva, mikä johti siihen, ettei muutaman esittämämme esimerkin lisäksi tullut juuri uusia mielipiteitä. Esimerkit olisi kenties voinut jättää kokonaan pois, mutta kysymystä laatiessamme pyrimme varmistamaan, että vastaaja ymmärtää, mitä tarkoitimme lisäpalvelulle.

## **5.2 Haastattelu**

Haastattelut suoritettiin puolistrukturoituina yksilöteemahaastatteluina, valmiiksi suunnitellun mallin pohjalta (Liite 2), tarkentavia kysymyksiä esittäen, jos johonkin asiaan tarvitaan täsmennystä. Puolistrukturoitu malli sopi tilanteeseen sen muokattavuuden sallivan luonteen vuoksi. Kysymysten järjestystä voi tarpeen vaatiessa muuttaa ja niitä

voi jättää pois, mikäli aikaisemmissa vastauksissa ilmenee jo se, mitä olisi kysymyksellä haluttu selvittää. Valitsimme yksilöhaastattelut siksi, että pyrimme saamaan haastateltavien henkilökohtaiset mielipiteet mahdollisimman autenttisenä. Haastatteluiden ja kyselytutkimuksen jälkeen sidottiin yhteen esille nousseet ideat ja ajatukset, joiden pohjalta voidaan lähteä kehittämään kokonaisuutta.

Haastattelut tehtiin 29.10.2015 ja 2.11.2015. Haastattelimme ravintola DeXin ravintolaesimiestä (Tuovinen 2015) sekä keittiöstä ja ruokatuotteesta vastaavaa kokkia (Kinnunen 2015). Edustusta haluttiin sekä keittiöstä että asiakaspalvelusta. Aikaa haastatteluille varattiin noin tunti, mutta molemmat venyivät puolitoista tuntiseksi, sillä sanottavaa oli paljon.

Ennen haastatteluiden aloitusta, haastateltavia alustettiin haastattelun kysymyksistä ja sen kulusta. Haastattelut aloitettiin esittelyillä ja pohjatiedoilla eli kuka on, mitä tekee ja kuinka pitkään on ollut töissä ravintola DeXissä tai ravintolapalveluilla. Ravintolaesimies oli ollut haastattelu hetkellä ravintolapalveluilla töissä 9 vuotta ja DeXissä sen perustamisesta asti eli elokuusta 2011. Ravintolaesimies vastaa ravintolan päivittäisestä toiminnasta. Kokki puolestaan oli ollut ravintola DeXissä töissä 3½ vuotta. Kokki vastaa keittiöstä ja ruokatuotteesta ravintola DeXissä. Pohjatietojen jälkeen haastattelussa siirryttiin suoraan asiaan, koska haastateltavat olivat haastattelijoille jo entuudestaan tuttuja ja toiselle työkavereita, joten haastateltavan ja haastattelijan välille ei tarvinnut rakentaa luottamussuhdetta haastattelun aikana.

Haastateltaville annettiin vapaa sana siitä, mitä he itse haluaisivat muuttaa ravintola DeXin tuotevalikoimassa tai infrastruktuurissa. Kumpikin haastateltava nosti samoja asioita esille. Aukioloaikoihin on tehtävä muutoksia molempiin päihin; aamun ensimmäiseen tuntiin (7.45 – 8.30) olisi saatava lisämyyntiä kahvikoneen tai itsepalvelun avulla ja samaten illan aukioloaikoja on muutettava. Viimeiset kaksi tuntia (16.30 – 18.30) tuottavat tappiota, koska asiakkaita ei riitä, mutta tuotteita on silti varattava kaiken varalta. Haastateltavat halusivat myös tuotevalikoimaan muutosta siten että lounasruoan ja suolaisen vitriinituotteen välille saataisiin tuote, joka on take-away tuote. Yhteinen mielipide haastateltavien kesken löytyi myös laitteistoon tehtäviin muutoksiin. Kassasaarekkeen toinen ”siipi” tulisi poistaa ja siihen tilalle hankkia lämpimän ruoan tuottamiseen vaadittava laitteisto kuten grilli tai parila. Ravintolan alueeseen kuuluva yläaula,

joka erottuu ravintolan salista portailla ja käytävällä olisi saatava paremmin hyötykäyttöön, sillä se sisältää asiakaspaikkoja 30 asiakkaan edestä. Tila tulisi hyödyntää paremmin, mutta sen sijainti on haasteellinen, koska se sijaitsee heti ammattikorkeakoulun pääovien tuntumassa ja vaikuttaa välittömästi koulusta syntyvään ensivaikutelmaan kävijän astuessa rakennukseen. Lisäksi tilan kontrollointi on hankalaa, sillä se on liian erillään muuhun ravintolasaliin verrattuna. Ravintolaesimies ajatteli, että makeiden kahvileipien myyntiin pitäisi saada nostetta. Hän suunnitteli myös asiakaspaikkojen lisäämistä muutamalla baaritiski-tyyppisellä pöydällä.

Haastateltaville esitettiin idea pop-up -ruokateemaviikoista ravintolassa. Tällä haettiin sitä ideaa, että ravintolaan nousisi säännöllisin väliajoin erilaisia teemoja, jotka sisältäisivät ruoan ja kahvilatuotteiden lisäksi myös muuta rekvisiittaa tunnelman luomiseksi. Molemmat haastateltavat pitivät ideasta ja ajattelivat, että se on toteuttamiskelpoinen tietyillä edellytyksillä. Teemat tulisi toteuttaa uskottavasti, eli tuote ja palvelu ovat teeman mukaisia. Teemoja ei saisi olla liian usein, ettei mielenkiinto häviäisi. Alustava aikataulu oli kerran kuukaudessa, viikon kerrallaan. Reseptiikkaa ja rekvisiittaa on osittain valmiina ja käyttökelpoisina, eivätkä niiden hankinta ja soveltaminen ole ongelma. Jokainen teema vaatii kunnan suunnittelun ja pohjatyön eli ruokalistasuunnittelua, reseptien vakiointia sekä raaka-aineiden hankintaa. Teemaviikot tarjoaisivat mahdollisuuksia yhteistyöhön eri laitosten ja ammattikorkeakoulun markkinoinnin kanssa. Tarvittaessa on myös mahdollisuus toteuttaa teemaviikkoja ulkopuolisten sponsoreiden avustuksella. Teemaviikon aikana ravintolan on mahdollista tarjota myös ruokaa, joka ei ole Kelatuettua. Tällöin hinta nousisi korkeammaksi, mutta tuote autenttisemmaksi.

Kysyimme haastateltavien mielipidettä lämpimän lounaan korvaamisesta kylmällä lounasvaihtoehdolla. Ajatuksen kehittämistä kannatettiin. Tuotteen valinta ja lanseeraaminen vaatisi kehittämistä siten, että tuote on sellainen, jolle riittää kysyntää ja se on Kelan ravitsemussuosituksen mukainen. Tällaisen tuotteen tarjoaminen vaatisi vähintään uuden vitriinin tuotteiden esille laittoa varten, sekä mahdollisesti muutoksia laitteistoon keittiössä. Toinen haastateltava tarjosi myös vaihtoehdoksi tarjota myytäväksi ravintola Kasarminan päivän lounasta, lounasajan jälkeen esipakattuina annoksina.

Valtaosa kyselytutkimuksessa esitetyistä kehitysehdotuksista, kuten edullisimman lounasvaihtoehdon eli kasvisruoan valikoiman laajentaminen, todettiin liian haasteellisiksi



toteuttaa budjetin rajoissa. Lisäksi Kelan vaatimukset tuotteen hinnallisesta ja ravitsemuksellisesta laadusta rajaa vaihtoehtoja. Ilman ateriatukea tuotteissa on vain ”taivas rajana”, mutta kun asiakaskunta koostuu opiskelijoista, niin kalliimpien tuotteiden ostohalu laskee. Salaattiatieriat ovat toteutettavissa, mutta kokemuksen perusteella niitä kysytään, mutta ei osteta. Mahdollisuus salaattiatierioiden toteuttamiseen komponenttipohjaisena ratkaisuna on, mikäli saadaan riittävät tilat pitää salaatin osat viileässä ja mahdollinen proteiinilisä lämpimässä.

Ravintolaesimiehen mielestä sosiaalisen media ja digitaalisuus on yksi tärkeimpiä tulevaisuuden kehityskohteita. DeXin Facebook-sivulle pitää saada aktiivisuutta ja Twitter, Snapchat ym. mediat olisi saatava käyttöön. Tätä kautta saataisiin lisättyä tietoisuutta ravintolan palveluista ja lähes ilmaisen palvelun markkinointiin. Digitaalisuuden tulisi näkyä myös siinä, että DeXi olisi edelläkävijä maksutavoissa. Haastateltavaksi päässyt kokki toivoi sosiaalisen median hyödyntämisen lisäämistä. Hän mainitsi myös tällä hetkellä vallitsevan fitness- ja terveyselämäntapakulttuurin lisäävän haasteita asiakkaiden vaatimusten täyttämiseksi.

### **5.3 Trendiseuranta**

Tämän hetken trendien kehittymiseen vaikuttaa maailmantalouden laskusuhdanne, jo pitkään jatkunut taantumakausi. Laskusuhdanteen avulla markkinoille nousee uudenlaisia trendejä, jotka soveltuvat sen hetkiseen tilanteeseen. Taloustilanne vaikuttaa vahvasti kuluttajien ostokäyttäytymiseen siten, että asiakas valitsee yhä useammin edullisimman vaihtoehdon. Korkea työttömyysprosentti aiheuttaa sen, että ihmiset lähtevät yhä enemmän opiskelemaan ja pysyvät kouluissa, sillä opintotuki takaa edes jonkinlaisen perustoimeentulon. Ravintola DeXin ja muiden kouluruokaloitten osalta tämä vaikuttaa yhä kasvavin asiakasmäärin. Trendejä havainnoidessa, nousi paljon potentiaalisia vaihtoehtoja, mutta osa miellettiin epäkäytännölliseksi ravintola DeXin ympäristössä.

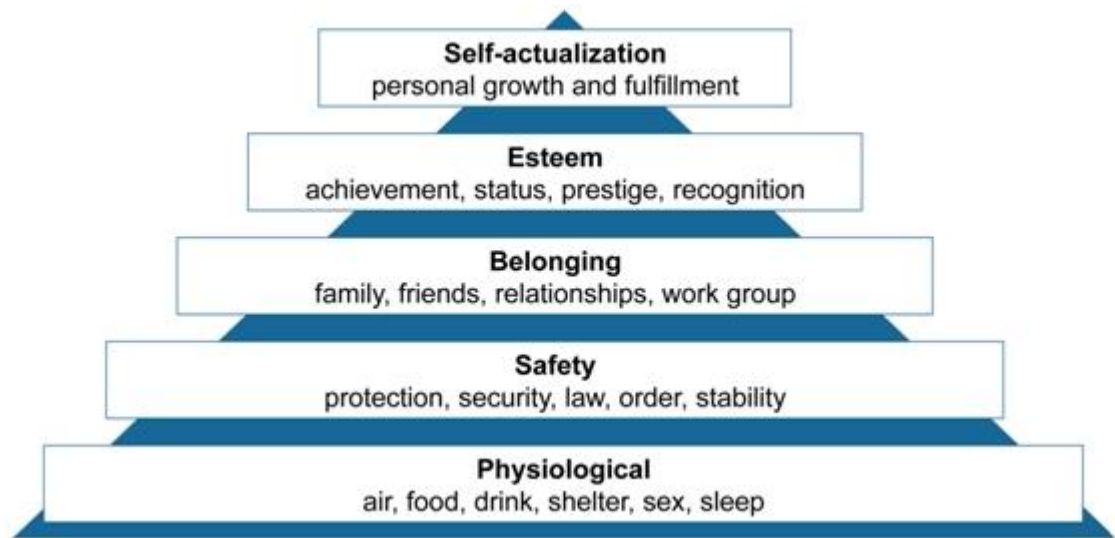
#### **5.3.1 Maailmantalous**

Maailmantalouden laskusuhdanne alkoi vuonna 2008 ja syvä taantuma kesti kesä-heinäkuun vaihteeseen vuonna 2009. Tämän syvän taantumän pääsyyinä oli korkea öljyn

hinta, asuntojen korkeat hinnat, maailmanlaajuinen inflaatio sekä loppujen lopuksi rahoitussektorin kriisi. Taantuma lähti liikkeelle Yhdysvaltojen asuntojen hintojen romahtamisesta ja sen myötä seuranneista laiminlyödyistä asuntolainoista. Taantuma lähti leviämään ympäri maailmaa kun Yhdysvaltojen pörssissä, erityisesti New York Wall Streetin pörssissä, osakkeiden kurssit romahtivat kesällä 2008. Tämän taantumän vaikutukset ovat euroalueella jatkuneet tähän päivään saakka vaikka tällä hetkellä ei enää puhuttaisikaan syvästä taantumasta. (Eurooppa tiedotus 2012.)

Eurooppaan talouskriisi tuli kun Yhdysvaltojen tilanteesta huolestuneet pankit tulivat varovaisemmaksi lainojen myöntämisessä ja yritykset alkoivat lykätä investointejaan. Euroopassa on eletty yli varojen koko 2000-luku, varsinkin eteläiset Euromaat ottivat vuosituhaten alussa paljon velkaa liittyttyään euroon. Euroon liittyminen takasi näille maille lainaa halvalla korolla, koska EKP katsoi kaikkien euroalueen valtioiden velkaperien olevan yhtä hyviä vakuuksia. Vuoden 2009 lokakuussa Kreikkaan valittiin uusi hallitus, joka ilmoitti, että julkisen talouden alijäämää on vääristely jo vuosien ajan, ja että maan talous on täysin kuralla. Sijoittajien luottamus laski ja maan luotto-luokitusta pudotettiin. Eurokriisin leviämisen estämiseksi alettiin myöntämään lainaohjelmia ensin Kreikalle ja sitten Irlannille ja Portugalille. Myös Italialle ja Espanjalle myönnettiin joukkovelkakirjalainoja. 2012 juhannuksen jälkeen Espanja ja Kypros esittivät virallisen avunpyynnön kriisilainojen saamiseksi pankkien pelastamiseksi. (Eurooppa tiedotus 2012.)

Suunta on yksinkertaisempaan ja edullisempaan päin sen sijaan, että haettaisiin glamour-tyyppistä elämäntapaa. Osittain tässä voidaan myös soveltaa Maslowin tarve-hierarkiaa. (Kuva 10.)



**Kuva 10. Maslow'n tarvehierarkia (Singapore business review 2012.)**

Perustarpeet täytyvät, mutta sen sijaan, että ihmiset pyrkisivät saamaan tunnistusta ja kasvattamaan statusta korostuvat sosiaalisemmat arvot, kuten perheen ja ystävien kanssa tekeminen ja oleminen. Tämä ei kuitenkaan sulje pois sitä, ettei saavutuksia ja statusta kohti pyrittäisi. Ravintolapuolella tämä näkyy muun muassa siinä, että moni fine dining -ravintola on joutunut sulkemaan ovensa, sillä kuluttajilla ei ole varaa käydä syömässä seitsemän ruokalajin illallisia. Tämä myös heijastuu lounaskäyttäytymiseen. Enää ei välttämättä käydä syömässä lounasravintolassa buffetlounasta vaan enemmän tehdään omat eväät tai haetaan jokin mukaan otettava sekä halpa lounasvaihtoehto. Näitä vaihtoehtoja ovat esimerkiksi salaattit, patongit tai smoothiet.

### **5.3.2 Fitness -trendi**

Viime vuosien aikana huomattavaa nousua on tehnyt ihmisen kehoon ja terveyteen liittyvät elämäntavat, jotka tavoittelevat hyvää peruskuntoa ja äärimmäisessä tapauksessa esteettisen lihaksikasta vartaloa. Internet ja sosiaalinen media ovat omalta osaltaan auttaneet tätä elämäntapaa saavuttamaan suosionsa, sillä toinen toistaan paremmassa kunnossa olevat ihmiset saavat tilaisuuden, jossa esitellä kehoansa, saavutuksiaan ja tuloksiaan. Vaikka tämä menee äärimmäisessä muodossaan narsistisuuteen asti ja voi pahimmillaan, – kuten muutkin mediat – aiheuttaa nuorille ihmisille epärealistisia kuvia siitä, millaisia vaatimuksia heiltä ja heidän ulkonäöltään vaaditaan, on se silti kohtuullisesti altistettuna terveellinen ja terveellisiä elintapoja edistävä ilmiö. Sosiaalinen media voi toimia myös motivoivana tekijänä ihmisille terveellisemmän elämäntavan aloittamisessa ja ylläpitämisessä. Internet toimii lähteenä oppaille ja avustuksille siitä, mistä

aloittaa ja mitä tavoitella. Valtamediassakin terveys ja kuntoilu ovat esillä niin radiossa, televisio-ohjelmissa kuin sanomalehtien sivuilla. Myös päivittäistavarakauppojen hyllyiltä löytyy nykyään kymmeniä eri vaihtoehtoja kuntoilijan palautumisruoaksi tai -juomaksi: proteiinipatukoita, -juomia ja -rahkoja.

Painonpudotukseen ja vartalon kiinteytykseen tähtäävälle ihmisille ruokavaliossa on tärkeää se, ettei siinä ole ylimääräistä energiaa, mutta se on silti ravintorikasta. Treenipäivänä puolestaan proteiinitarve on lihasten tai lihaskunnan kasvatukseen pyrkivälle suurempi. Opiskelijoille, joista valtaosa DeXin asiakaskunnasta koostuu, tämä ruokavaliio ei ole usein kotiooloissa mahdollista rajoitetun budjetin vuoksi. Ravintolan salaatti- ja leipäpöytä on itsessään monelle asiakkaalle riittävä, mutta koska pelkästään tämän vaihtoehdon myyminen on liikeidean vastaista, eikä se täytä Kelan kouluaterialle asettamia suositusarvoja tarjoaa ravintola salaatin kanssa myytäväksi patonkiaterian tai proteiinilisän. Itsessään nämä kaksi vaihtoehtoa ovat tällä hetkellä hyvin pienessä osassa päivittäistä liikevaihtoa, mutta koemme, että toimintaa siltä osalta laajentamalla olisi mahdollista kohdata uuden asiakasryhmän tarve paremmin.

#### **5.4 Havainnointi**

Havainnoinnin pohjana käytettiin havainnointisuunnitelmaa, jotta pystyisimme systemaattisesti seuraamaan mahdollisia ongelmakohtia. Lisäksi kirjattiin muistiin ylimääräisiä huomioita silloin, kun ne huomattiin. Ulkopuolisissa kohteissa havainnointi tehtiin vapaammin kuin Kasarmin kampuksella, jotta kaikki mahdollinen toistuvuus ja kaavamaisuus, sekä samalla yksittäiset innovaatiot tarttuisivat näkökenttään. Ravintola DeXissä havainnointia suoritettiin aktiivisesti kahden viikon ajan eri kellonaikoina.

DeXissä asiakkaita ja keittiötä havainnoidessa selvisi, että päivän aikana palveluiden käyttötarpeessa tulee kolme ruuhkapiikkiä. Nämä sijoittuvat aamuun, lounasaikaan ja iltapäiväkahviaikaan. Näistä kolmesta ruuhka-ajasta aamu- ja iltapäivä ovat päivittäin samankaltaiset, samalla volyymillä ja samaan aikaan, mutta lounasruuhkan pituuteen ja ajankohtaan vaikuttaa suuresti se, että mitä lounaalla on tarjolla. Tuotteet, kuten hamurilaiset ja lohi, vetävät asiakkaita puoleensa enemmän ja aiheuttavat pidemmät jonot ruuhka-ajalle, kuin esimerkiksi linssikasvispata. Aamiaisruuhka sijoittuu kello 8.30–10 väliselle ajalle, lounasruuhka päivästä riippuen noin kello 11–13 välillä ja iltapäiväkah-

vittelut ajoittuvat kello 14–14.30 välille. Näiden välissä ja ulkopuolella on aikaa huolehtia ravintolan siisteydestä, astianpalautuksesta, kahvituksista ja mahdollisista esivalmisteluista. Varsinkin ruuhka-aikojen väliset rauhalliset ajanjaksot on tärkeä hyödyntää mahdollisimman tehokkaasti siihen, että seuraavan piikin kohdalla kaikki on valmista, eikä työpisteeltä tarvitse poistua tekemään muita asioita.

Mukaan otettavien ruokien myynti oli pääkaupunkiseudun ravitsemusliikkeissä erittäin yleistä. Hektinen elämäntapa vaikuttaa siihen, että ruoasta ei jäädä nauttimaan paikan päälle, vaan se syödään matkalla tai vasta määränpäässä take-awayna. Tämä tarjoaa ravintolalle kaksi vaihtoehtoa: toinen on se, että ravintolan interiööri tehdään niin miellyttäväksi, että asiakas jää sinne ja toinen on tarjota ruoka mukaan tai nautittavaksi nopeasti. Ravintola DeXissä molemmat vaihtoehdot ovat potentiaalisia. Huomion kiinnitti myös se, ettei perinteisiä grilli- ja pizaravintoloita enää varsinaisesti löytynyt joka kulmalta, vaan niiden tilalle oli noussut kahviloita ja ravintoloita, joiden tarjonnassa oli lähinnä terveellisempiä ruokavaihtoehtoja kuten salaatteja ja kevyitä keittoja. Perinteisiä ruokia oli muokattu terveellisempää suuntaan, esimerkkinä pizzan ja salaatin sekoitus ”pizzla”, johon perustuen oli perustettu aivan oma ravintolansa ”Splizzeria.” Etnisiä keittäjiä oli paljon, joista jokainen haki identiteettiään oman kotimaansa ruokakulttuurista. Havainnoinnilla saatiin paljon tietoa ja näkemystä, josta osaa ei voitu hyödyntää tätä työtä tehdessä.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Ravintola DeXi tarvitsee jotain uutta ja innovatiivista, jos se haluaa pysyä kehityksen ”aallonharjalla”. Tämä myös selviää asiakaskyselyn ja haastattelun tuloksista. Sekä asiakkaat, että henkilökunta haluavat muutoksia ravintola DeXin infrastruktuuriin sekä tuotteeseen. Näin ollen ehdottamamme muutosideat tulevat tarpeeseen.

Opinnäytetyöhön valitut menetelmät soveltuivat hyvin tähän työhön. Menetelmillä saadut tulokset auttoivat kehittämään muutosehdotuksia ja myös huomioimaan sellaisia asioita, mitä ei ollut aikaisemmin huomattu. Asiakaskyselyssä tuli hyvin esille se, että mitä muutoksia asiakkaat toivovat ravintola DeXin tekevän. Näitä asiakkaiden ehdottamia muutoksia olemme ottaneet huomioon ravintola DeXille esittämässämme muu-

tosideoissa. Kyselytutkimuksella saimme kohtalaisen hyvin vastauksia (105), ajankohdan huomioon ottaen, mutta olisimme toivoneet enemmänkin vastauksia, sillä kysely tavoitti sähköpostilla noin 500 henkilöä. Kyselytutkimukseen olisi voinut liittää ”porkkanan” eli palkinnon, joka arvotaan vastanneiden kesken. Tämä olisi saattanut lisätä asiakaskyselyyn vastanneiden määrään. Myös joidenkin kysymysten asettelua olisi voinut muuttaa kuten kysymysten 5, 6 ja 7 (Liite 1), joissa olisi voinut tarjota avoimen vastauksen vaihtoehtoa myös jokaiselle, joka oli tyytyväinen tuotteeseen. Osassa kysymyksissä vastaajilta tai heidän motivaatioltaan vastata odotettiin liikoja, joka heijastui vastausten laatuun.

Haastatteluilla saatiin selville henkilökunnalta näkemyksiä, siitä miten DeXiä pitäisi heidän mielestään muuttaa. Haastatteluilla saimme hyvin tietoa siitä, mitä muutoksia on jo tulossa DeXiin ja tämän tiedon avulla voimme edelleen kehittää muutoksia siihen suuntaan, että ne sopivat ravintolaan valmiiksi suunniteltuihin muutoksiin. Asiakkaiden ehdottamat muutokset esitettiin myös haastateltaville ja joissakin muutoksissa haastateltavat olivat samaa mieltä asiakkaiden kanssa, ja osassa taas olivat täysin eri mieltä. Myös osa asiakkaiden ehdottamista muutoksista on jo tehty, mutta tietoisuus näistä muutoksista on puutteellista. Haastattelut tukivat hyvin muutossuositusten kehittämistä.

Trendiseurantaa tehtiin koko opinnäytetyöprosessin ajan ja siinä huomioitiin ravintolalalla näkyviä trendejä ja myös maailmalla vallitsevia ilmiöitä, kuten taloudellinen tilanne. Trendit ohjaavat asiakkaiden kuluttajakäyttäytymistä ja näin ollen myös ravintolan palveluita sekä tuotetta. Opinnäytetyöprosessin aikana, yhtenä vallitsevana trendinä oli fitness. Taloudellista tilannetta ei välttämättä voida luokitella trendiksi, mutta se vaikuttaa suuresti trendien kehitykseen ja myös asiakkaiden kuluttajakäyttäytymiseen. Opinnäytetyötä tehdessä, taloudellinen tilanne oli heikko, joten kuluttajilla ei ollut niin paljon rahaa käytettävänä. Ravintolan pitää myös mukautua tähän tilanteeseen, muokaten tuotettaan tai palveluitaan, riippuen tietysti asiakaskunnasta. Havainnoinnilla pyrittiin selvittämään, miten asiakkaat käyttäytyvät ravintola DeXissä ja missä vaiheessa tapahtuu niin sanotut ruuhkapiikit. Havainnointia käytettiin myös menetelmänä opintomatalla, joka tehtiin Helsinkiin. Opintomatalla pyrittiin selvittämään, mitä trendejä on liikkeellä ja minkälainen kuluttajakäyttäytyminen on vallitsevana tällä hetkellä. Trendit lähtevät yleensä liikkeelle suuremmista asukaskestymistä ja sen takia halusimme saada näkemystä myös eri kaupungin ruokakulttuurista ja kuluttajakäyttäytymisestä. Ravintola DeXi tarvitsee jotain uutta tai paranneltua tuotetta tai palvelua, jos se

haluaa olla esimerkkinä muilla opiskelijaravintoloille ja kahviloille. Näiden tutkimusmenetelmien avulla olemme koonneet muutosideat ravintola DeXille, joiden avulla ravintola pystyy muuttumaan liikevaihdollisesti tuottavampaan suuntaan.

## **7 KEHITYSEHDOTUKSET**

Kehitysehdotuksiksi päätimme toimeksiantajan ja ravintolaesimiehen kanssa käytyjen keskusteluiden, sekä kyselytutkimuksen ja haastatteluiden pohjalta tarjota osaksi ravintolan liiketoimintaa säännöllisiä pop-up -teemoja, sekä kylmien lounasvaihtoehtojen tarjoamista. Näiden lisäksi huomasimme, että valtaosa asiakaskyselyssä ja nykytila-analyyseissä esille tulleissa vastaajien kokemissa ongelmakohdissa johtuivat tiedon ja ravintolan tiedotuksen puutteesta. Tämän vuoksi ravintolan tulisi mielestämme hyödyntää sosiaalisen median kanavia. Varsinkin kun huomioidaan, että ravintolalla on mahdollisuus hyödyntää markkinoinnin opiskelijoita ja ravintolaesimies kirjoitti ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyön digitaalisuuden kehittämisestä kasarmin kampuksen ravintolapalveluille. (Tuovinen 2014.)

### **7.1 Pop-up -teemaviikot**

Pop-up -teemoilla tarkoitamme sitä, että ravintolassa järjestetään esimerkiksi kerran kuukaudessa, noin viiden päivän mittainen teemaviikko valitusta teemasta. Teemoja voi olla esimerkiksi maittain tai ruokakulttuureittain. Tämä tarjoaa ravintolalle mahdollisuuden kokeilla uusia reseptejä ja tuotteita. Tämä tuo myös asiakkaille heidän kyselytutkimuksessa toivomaansa vaihtelua. Teemaviikot tarjoaisivat mahdollisesti myös eri koulutusalojen opiskelijoille mahdollisuuksia osallistua suunnittelun, projektien ja markkinoinnin tehtäviin.

Teemojen toteuttamisessa on myös luonnollisesti omat ongelmansakin. Kela vaatii ateriatuetoilta lounasvaihtoehtoilta vakioituneet reseptit, sekä ravitsemukselliset vaatimukset (ks. luku 2.3.2), jotka eivät taitu moneen perinneruokaan ilman kattavaa muutostyötä reseptien suhteen. Todennäköisin ratkaisu tähän ongelmaan on se, että ruoka ei tarjota ateriatuettuna, vaan muiden aterioiden rinnalla. Toisaalta tämä antaa henkilökunnalle vapauden improvisoida. Tällöin teemaviikot tulisi sijoittaa strategisesti ajankohdallisesti niin, että opiskelijoilla on varallisuutta maksaa ateriasta enemmän. Teemaviikot

vaativat henkilökunnalta paljon sen osin, että jos niitä aletaan toteuttamaan säännöllisesti, niin ne tulee toteuttaa myös tosissaan. Tämä tarkoittaa sitä, että ravintolan sisustus muuttuu teeman mukaiseksi, samaten kuin kahvilatuotteet ja soittolistat. Uusien sisustuselementtien hankinta vaatii puolestaan resursseja, mutta toisaalta osan voi lainata Mikkelin ammattikorkeakoulun markkinoinnin laitokselta. Teemaviikkoja voidaan soveltaa myös kahvituspalveluissa.

## 7.2 Kylmät lounaat

Asiakaskyselyssä selvitettiin, kuinka moni asiakas olisi valmis korvaamaan lämpimän aterian jollain kylmällä ruokavaihtoehdolla. Neljännes vastaajista olisi valmis korvaamaan, kolmannes ei olisi valmis korvaamaan ja loput olivat valmiita harkitsemaan asiaa. Vastaajille tarjottiin joitain alustavia vaihtoehtoja sen kartoittamiseksi, mitä vastaajat olivat valmiina syömään ja vastaukset tähän saadaan selville kuvasta 9.

Etuja kylmien vaihtoehtojen tarjoamisessa olisi lämmintä lounasta korkeampi kate sekä tuotteet voitaisiin myydä tavallisina vitriinituotteina lounasajan jälkeen ja myytävät olisi mahdollista valmistella lounaan ruuhka-ajan ulkopuolella keventäen näin mahdollisesti kokkien taakkaa lounaan aikana. Parempi kate seurausta siitä, että nämä vaihtoehdot vaativat vähemmän komponentteja eivätkä välttämättä kuluta energiaa valmistukseen. Tämä antaisi myös asiakkaille mahdollisuuden ostaa lounasruoka suoraan vitriinistä itsepalvelukassan kautta. Vastaavanlainen ostomahdollisuus on tarjolla ravintola Kasarminassa. Kylmäruokia ei tarvitsisi tilata numerolle keittiöstä, vaan sen voitaisiin ottaa suoraan sille varatusta pisteestä mukaan, kerätä salaatti ja alkaa nauttia lounasta odottamatta lämmintä ruokaa.

Haittapuolia tälle vaihtoehdolle on se, että ruoille olisi todennäköisesti varattava oma, erillinen tila. Tätä tilaa varten olisi hankittava sopivat kylmälaitteet, kuten kaappi tai vitriini. Nämä voisi sijoittaa joko nykyisen kylmäpöydän paikalle kassasaarekkeen takapuolelle tai nykyisten käytöstä poistetun lämpöhauteen tilalle salaattipöydän päähän. Lisäksi tämä lisäisi henkilökunnan työmäärää aamupäivällä. Aikaa tulisi varata tuotteiden tekemiseen ja sopivaan, annoskokojen mukaiseen pakkaamiseen. Lisäksi uuden tuoteryhmän kehittäminen sekä riittävän määrän erilaisia tuotteita etsiminen ja vakioiminen vaativat aikaa ja resursseja. Markkinointiin ja tietoisuuden lisäämiseen olisi myös panostettava.



### 7.3 Sosiaalisen median hyödyntäminen markkinoinnissa

Opinnäytetyön tekohetkellä ravintola DeXillä oli Facebookissa alle 400 tykkääjää. Mikkelin ammattikorkeakoulussa on vuosittain 4500 opiskelijaa. Potentiaali on siis kokonaan hyödyntämättä. Sosiaalinen media Facebookin, Instagramin ja Twitterin osalta ovat vaivattomia ja maksuttomia tapoja mainostaa ja markkinoida. Näiden avulla voitaisiin tiedottaa asiakkaille säännöllisesti uutuuksista ja toteutuessaan temaviikoista. Sosiaalisen median aktiivinen hyödyntäminen vaatii kuitenkin säännöllisyyttä, vastuunkantajan ja mielellään markkinointisuunnitelman, jotta tiedetään jo ennakkoon mitä siellä kerrotaan ja miten. Jokaisen lukuvuoden alussa olisi hyvä muistuttaa asiakkaita esimerkiksi erityisruokavaliota noudattaville tarjottavista vaihtoehdoista.

Ravintola DeXi voi tarjota asiakkaille mahdollisuuden vaikuttaa esimerkiksi tulevaisuudessa toteutuviin temaviikkoihin äänestysten tai kommenttien kautta. Tämä antaisi asiakkaalle tunteen siitä, että hänen äänellään on merkitystä ja tekisi sen kautta ravintolasta edellistäkin kotoisamman paikan viihtyä. Asiakkaiden osallistumisen avulla saataisiin myös ideoita yksittäisiin tuotteisiin.

Saadakseen asiakkaat seuraamaan ravintolaa eri sosiaalisen median palveluissa, tulisi ravintola DeXin järjestää erilaisia kampanjoita ”tykkää ja voita”-taktiikalla, tai jollain muulla vastaavalla. Hyvänä esimerkkinä sosiaalisen median voimasta voidaan antaa Sampo Kauhanen ja Jounin kauppa, joka on kyläkauppa Äkäslompostista ja jolla on Facebookissa 430 000 tykkääjää, eli melkein 10 % koko Suomen kansasta. Yhtä suuressa mittakaavassa tätä ei kuitenkaan tarvitse toteuttaa, sillä kun tuote on hyvä niin se myy itseään. Uusia pieniä kampanjoita tulisi kuitenkin järjestää aina kun uusia opiskelijaryhmiä aloittaa, eli alkutalvella ja syksyllä.

## 8 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia ja kehittää uusia palveluvaihtoehtoja ja tuotteita, joiden avulla voidaan lähteä muuttamaan ravintola DeXin palveluja entistä kannattavammiksi. Lähtökohtana oli etsiä muutama uusi idea muutostyön pohjaksi. Selvittä-

miemme ehdotusten perusteella ravintola voi lähteä kehittämään toimintaansa. Mielestämme pääsimme asettamiimme tavoitteisiin hyvin ja saimme sitä tietoa, jota lähdimme hakemaan. Hankalaksi työnteossa osoittautui aikataulutusta ja tehtävän rajaaminen. Työn tekeminen venyi lopulta liian pitkäksi osittain johtuen töistä ja osittain henkilökohtaisista syistä aiheutuneista hidasteista. Työn rajaaminen oli hankalaa, sillä lähtökohtaisesti aloimme hakemaan kaikkea tietoa ”maan ja taivaan” väliltä, mutta toisaalta koettiin tämä myös etuna sen suhteen, että lähtötilanteessa mitään fyysisiä ja rahoituksellisia rajoitteita ei ollut. Tästä oli hyvä lähteä karsimaan vaihtoehtoja realistisempaan suuntaan. Työn tavoitteeksi asetettiin katekaterakenteen muuttaminen siten, että kahvilatuotteen osuus liikevaihdosta olisi suurempi. Asiakkaiden ollessa tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä nykyisiin tuotteisiin päätimme lähteä muuttamaan lounasruoan osuutta liikevaihdosta pienentämällä sen vaatimia resursseja. Ehdotukset sisältävät ideoita, jotka eivät vaadi yhtä monta komponenttia, eikä välttämättä yhtä paljon työaikaa valmistamiseen ja esivalmistamiseen.

Tutkimusmenetelmien avulla saimme paljon tietoa siitä, minkälaisiin muutoksiin sekä asiakkaat että henkilökunta ovat valmiita. Trendiseurannan avulla saimme hyvin tietoa vallitsevista olosuhteista, jotka vaikuttavat asiakkaiden kuluttajakäyttäytymiseen sekä ravintola-alaan. Havainnointi tutkimusmenetelmänä oli yllättävän hankala toteuttaa, sillä havainnot ovat pääasiallisesti empiirisiä eli kokemusperäisiä. Haastatteluiden toteuttamista helpottivat hyvät välit haastateltaviin. Näiden tulokset voivat muuttua suuntaan tai toiseen haastattelijan ja havaintoja tekevän henkilön vaihtuessa. Tutkimustyö on luotettavuudeltaan varsinkin kvantitatiivisilta menetelmiltään sovelias. Kyselytutkimus voidaan toistaa siten, että tulokset ovat vastaavanlaiset ajankohdasta ja tutkimuksen julkaisijasta riippumatta.

Ravintolan kehitystyö itsessään vaatii vielä jatkotutkimusta ja aikaa. Tehtävien ja vaadittavien muutosten täysi laajuus ja vaikutukset eivät tule ilmenemään ennen kuin ne on pantu täytäntöön. Tällä työllä ei voida todentaa, että muuttavatko ehdotetut muutokset ravintolan katekaterakennetta ja kannattavuutta toivottuun suuntaan. Tämän toteamiseen tarvitaan käytännön kokeilujaksoja sekä tarkempia laskelmia. Vaikka asiakkaiden käyttäytymistä voidaan osittain ennakoita jo tutkitun tiedon perusteella, on trendien ja kuluttajakäyttäytymisen ennakointi aina epävarmaa.

## LÄHTEET

5 way companies fail to engage employees. 2012. Signapore business review. WWW-dokumentti. <http://sbr.com.sg/hr-education/commentary/5-way-companies-fail-engage-employees>. Päivitetty 27.2.2012. Luettu 30.9.2015.

Anttila, Pirkko 1998. Survey eli kyselytutkimus. Metodix. WWW-dokumentti. [http://www.metodix.com/fi/sisallys/01\\_menetelmat/01\\_tutkimusprosessi/02\\_tutkimisen\\_taito\\_ja\\_tiedon\\_hankinta/09\\_tutkimusmenetelmat/21\\_survey\\_eli\\_kyselytutkimus](http://www.metodix.com/fi/sisallys/01_menetelmat/01_tutkimusprosessi/02_tutkimisen_taito_ja_tiedon_hankinta/09_tutkimusmenetelmat/21_survey_eli_kyselytutkimus). Ei päivitystietoja. Luettu 23.3.2015.

Ateriatuki. 2014. Kela. WWW-dokumentti. <http://www.kela.fi/ateriatuki>. Päivitetty 6.10.2014. Luettu 20.3.2015.

Consumer trend canvas. 2014. Trend Watching. WWW-dokumentti. <http://trendwatching.com/trends/consumertrendcanvas/>. Päivitetty 05/2014. Luettu 25.3.2015.

Edler, Jakob. 2007 Demand-based Innovation Policy Manchester: Manchester Business School.

Euroopan talouskriisin taustat ja kulku. 2012. Eurooppatiedotus. WWW-dokumentti. <http://www.eurooppatiedotus.fi/public/default.aspx?contentid=242190#.Ve1V1E0ViUk>. Päivitetty 17.2.2012. Luettu 30.9.2015.

Heikkilä, Tarja. 2014. Tilastollinen tutkimus. Porvoo: Bookwell Oy.

Hirsijärvi Sirkka & Hurme Helena. 2009. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Hirsijärvi Sirkka, Remes Pirkko & Sajavaara Paula. 2009. Tutki ja Kirjoita. Helsinki: Tammi.

Instant trend expert. 2015. Trend Watching. WWW-dokumentti. <http://trendwatching.com/trends/instant-trend-expert/>. Päivitetty 02/2015. Luettu 25.3.2015.

Joutsenmerkki. 2015. Pohjoismainen ympäristömerkki. WWW-dokumentti. <http://www.joutsenmerkki.fi/>. Päivitetty 25.5.2015. Luettu 9.6.2015.

Joutsenmerkin kriteerit. 2015. Pohjoismainen ympäristömerkinä. PDF-tiedosto. <http://joutsenmerkki.fi/wp-content/uploads/2013/08/Ravintolat-versio-1.6.pdf>. Päivitetty 1.6.2015. Luettu 9.6.2015.

Kinnunen, Tomi. 2015. Haastattelu. 2.11.2015. Kokki. Ravintola DeXi.

Mamkin ravintolat nousivat Portaata luomuun -ohjelmassa Etelä-Savon kärkeen. 2013. MAMK. WWW-dokumentti. [http://www.mamk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/101/0/mamkin\\_ravintolat\\_nousivat\\_portaata\\_luomuun\\_ohjelmassa\\_etela-savon\\_karkeen\\_](http://www.mamk.fi/ajankohtaista/tiedotteet/101/0/mamkin_ravintolat_nousivat_portaata_luomuun_ohjelmassa_etela-savon_karkeen_). Päivitetty 13.11.2013. Luettu 18.5.2015.

Observointiin perustuvan tutkimuksen suorittaminen. 2009. VirtuaaliAMK. WWW-dokumentti. <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289409557/1194290592851.html>. Päivitetty 17.12.2009. Luettu 26.3.2015.

Ojasalo, Katri, Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: WSOYpro.

Portaata luomuun. 2015. EkoCentria. WWW-dokumentti. <http://portaataluomuun.bon-sait.fi/>. Päivitetty 1.10.2015. Luettu 5.11.2015.

Ravintola DeXi. 2015. Ravintola DeXi. WWW-dokumentti. <http://www.kasarmiravintolat.fi/dexi>. Päivitetty 8.5.2015. Luettu 13.5.2015.

Ravintola Kasarmina. 2015. Ravintola Kasarmina. WWW-dokumentti. <http://www.kasarmiravintolat.fi/kasarmina>. Päivitetty 21.5.2015. Luettu 16.6.2015.

Robson, Colin. 1995. Real world research. A resource for social scientists and practitioner-researchers. Oxford: Blackwell.

Stöckell, Henna. 2015. Palvelukartoitus Mikkelin ammattikorkeakoulun ilta- ja viikonloppuopiskelijoille: Case Ravintola DeXi.

Suositus korkeakouluruokailun periaatteeksi. 2011. Kela ja Valtion ravitsemusneuvottelukunta. PDF-tiedosto. [http://www.kela.fi/documents/10180/12149/korkeakouluruokasuositus\\_netiversio.pdf](http://www.kela.fi/documents/10180/12149/korkeakouluruokasuositus_netiversio.pdf). Päivitetty 17.11.2011. Luettu 20.3.2015.

Tervetuloa Ravintola Talliin. 2015. Ravintola Talli. WWW-dokumentti. <http://www.kasarmiravintolat.fi/ravintolatalli/>. Päivitetty 17.6.2015. Luettu 19.6.2015.

Tuovinen, Tomi. 2014. Digitaalisuuden käyttäjälähtöinen kehittäminen kasarmien kampuksen ravintolapalveluissa. Mikkelin Ammattikorkeakoulu. Palveluliiketoiminta. Opinnäytetyö. PDF-dokumentti. [https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/80908/Tuovinen\\_Tomi.pdf?sequence=1](https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/80908/Tuovinen_Tomi.pdf?sequence=1). Päivitetty 23.9.2014. Luettu 4.12.2015.

Tuovinen, Tomi. 2015. Haastattelu 29.10.2015. Ravintolaesimies. Ravintola DeXi.

Valtioneuvoston asetus korkeakouluopiskelijoiden ruokailun tukemisen perusteista 2.2.2012/54. 2012. Kela Lakipalvelu. WWW-dokumentti. <http://plus.edilex.fi/kela/fi/lainsaadanto/20120054>. Päivitetty 2.2.2012. Luettu 20.3.2015.

Virtanen, Mikko. 2014. DeXin asiakaskysely.



## Opinnäytetyö: Liiketoimintakonseptin kehittäminen case: Ravintola DeXi

Hei! Tavoitteenamme on kehittää uusia liiketoiminnan konsepteja ravintolan käyttöön ja pyrimme tällä kyselyllä selvittämään, että mitä asiakkaat toivovat ravintolasta tulevaisuudesta löytyvän, ja minkälaisia ajatuksia mahdollinen muutos heissä herättää. Olemme restonomiopiskelijoita Mikkelin ammattikorkeakoulusta ja toteutamme opinnäytetyötä ravintola DeXiin. Sinun vastauksellasi on meille merkitystä.

### 1. Olen...

- Mies
- Nainen

### 2. Olen...

- Opiskelija
- Henkilökuntaa

### 3. Kuinka kauan olet käyttänyt DeXin ravintolapalveluita?

- 1 vuoden
- 2 vuotta
- 3 vuotta
- +4 vuotta

### 4. Hyödynnän seuraavia palveluita:

1) Päivittäin 2) 3-4 kertaa viikossa 3) 1-2 kertaa viikossa 4) Harvemmin 5) En lainkaan

	1	2	3	4	5
Kahvila	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aamupala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lounas Il- tapala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stage-tapahtumat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

## 5. Oletko tyytyväinen DeXin aamupalavalikoimaan?

Mikäli et ole, niin mitä toivoisit lisää?

Jn Tyytyväinen

Jn Melko tyytyväinen

Jn En lainkaan

## 6. Oletko tyytyväinen DeXin kahvilatuotevalikoimaan?

Mikäli et ole, niin mitä toivoisit lisää?

Jn Tyytyväinen

Jn Melko tyytyväinen

Jn En lainkaan

## 7. Oletko tyytyväinen DeXin iltapalavalikoimaan?

Mikäli et ole, niin mitä toivoisit lisää?

Jn Tyytyväinen

Jn Melko tyytyväinen

Jn En lainkaan

## 8. Mitä lounasruokavaihtoehtoja toivoisit tulevaisuudessa DeXistä löytyvän?

Liikeidean mukaisesti noutopöytä- ja keittolounas eivät kuitenkaan tule palaamaan valikoimaan.

## 9. Mitkä ovat mielestäsi kuumimpia kahvila-alan trendejä, mitä haluisit tulevaisuudessa DeXistä löytyvän?

Esimerkiksi maksutavat tai kahvilapalvelut ja -tuotteet

## 10. Olisitko valmis korvaamaan lämpimän lounaan jollain kylmällä lounasvaihtoehdolla?

LIITE 1(3)

Kyselylomake

- Kyllä
- Ehkä
- En

## 11. Seuraavista vaihtoehdoista olisin valmis korvaamaan pääruoan

- Rahkalla
- Smoothiella
- Wrapilla
- Pita-leivällä
- Hummuksella
- Hedelmälautasella
- Salaatti-ateriaalla
- Sandwichillä
- Jollain muulla, millä?

## 12. Minkälaisia lisäpalveluita ravitsemispalveluiden lisäksi toivoisit DeXistä löytyvän?

Lisäpalveluita voisivat esimerkiksi olla elektroniikan latauspiste ja lautapelit.

## 13. Pitäisitkö ajatuksesta, että DeXissä olisi aina keväisin pop-up tyyliisesti kiertäviä teemoja?

Esim. Tex mex-, kiinalainen-, lähiruoka-, afrikkalainen- tai ranskalainen teema.

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

## 14. Mielestäni sopiva kesto pop-up teemalle olisi...

- Päivä
- Muutama päivä



- Viikko
- 2 viikkoa
- Kuukausi

**LIITE 1(4)**  
**Kyselylomake**

**Kiitos vastauksesta!**

**Haastattelupohja**

**Taustatiedot**

1. Kuka olet?
2. Mitä teet?
3. Kauan olet työskennellyt DeXissä/Kasarmin kampuksen ravintolapalveluilla?

**Kehitystyön ideointi**

4. Mitä muutoksia kokisit tarpeelliseksi DeXin tuotevalikoimassa tai infrassa?
5. Pop-up teemat
  - a. Kesto
  - b. Teemat
  - c. Valikoima
  - d. Toteutus
  - e. Tunnelma ja ilmapiiri
6. Kylmät lounaat
7. Mitä mahdollisia muutoksia edellä mainittujen toteuttaminen vaatisi
8. Asiakkaiden toiveiden arviointi
  - a. Salaattiaterioita/lämpimiä salaatteja
  - b. Makkararuokia, pizzoja ja burgereita
  - c. Laajempi valikoima ruokavaihtoehtoja
9. Haluaisitko sanoa vielä jotain muuta tai nousiko jotain uusia mielipiteitä?