



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Ruokapalveluiden kehittäminen Majatalo Juuka

Johanna Kahila
Leena Suvinen

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Ruokapalveluiden kehittäminen
Majatalo Juuka

Johanna Kahila ja Leena Suvinen
Matkailu- ja palveluliiketoiminta,
restonomi
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2018

Johanna Kahila, Leena Suvinen

Ruokapalveluiden kehittäminen Majatalo Juuka

Vuosi 2018 Sivumäärä 50

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Majatalo Juuan ruokapalveluita palvelumuotoilun avulla. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi perheyritys Majatalo Juuka, joka tarjoaa aamiaismajoituspalveluita Pohjois-Karjalan Puu-Juuassa lähellä Kolin kansallispuistoa. Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda konkreettisia kehitysehdotuksia majatalon aamiaiseen ja tilaustarjoiluihin, joita se voisi hyödyntää tulevaisuudessa. Tarkoituksena oli lisätä yrityksen kannattavuutta ja tuoda sille lisänäkyvyyttä uusien yhteistyökumppanien avulla.

Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys koostuu yrityksen liikeidean ja ruokapalveluiden kehittämisen teoriasta. Tietoperustassa syvennyttiin tuotekehityksen menestymisen osatekijöihin, Pohjois-Karjalan ruokaperinteisiin, ruokamatkailun trendeihin ja ruokatrendien 2018 eri kehityssuuntiin, joita otimme huomioon uuden aamiaismallin ja tilaustarjoilupaketin suunnittelussa. Opinnäytetyön taustalla vaikutti liiketoiminnallinen ajattelu asiakaslähtöisestä näkökulmasta.

Opinnäytetyössä hyödynnettiin Ojasalon, Koskelon ja Nousiaisen nelivaiheista palvelumuotoilumallia, joiden mukaan on kuvattu työn toiminnallinen osuus. Ensimmäisessä kartoita- ja ymmärrä -vaiheessa hyödynsimme toimeksiantajan haastattelua, Net Scouting -menetelmää, varaus- ja vieraskirja-analyyseja sekä kyselyä, jotta saimme asiakasyymmärryslähtöisen näkökulman kehitystyöhömme. Toisessa ennako- ja ideoi -vaiheessa on tuotu esiin kyselyn tulokset sekä ideointitekniikka 8x8, joiden tuloksia hyödynnettiin uudistetun aamiaismallin ja tilaustarjoilupaketin kehityssuunnittelussa. Kolmannessa mallinna ja arvioi -vaiheessa on esitelty konkreettisesti uusi aamiaisehdotus sekä visuaaliset menuehdotukset tilaustarjoiluihin. Neljännessä konseptoi ja vaikuta -vaiheessa on kuvattu majatalon nykyinen liiketoimintamalli Osterwaldin Business Model Canvasin mukaan sekä tuotu esiin yrityksen uudistettu liiketoimintamalli Business Model Canvas -kaavion avulla.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi uudistettu aamiaismalliehdotus viikolle ja viikonlopulle, lisävalikoimalista, kaksi eri menupakettia tilaustarjoiluihin sekä uusi liiketoimintamalli-ehdotus, uusilla yhteistyökumppaneilla.

Asiasanat: Palvelumuotoilu, Ruokapalveluiden kehittäminen, Ruokatrendit

Johanna Kahila, Leena Suvinen

Majatalo Juuka's Food Service Development

| Year | 2018 | Pages | 50 |
|------|------|-------|----|
|------|------|-------|----|

The objective of the thesis was to develop Majatalo Juuka's food services through service design. The commissioner of the thesis is a family business Majatalo Juuka. The company offers both bed and breakfast and catering services in northern Karelia, near the national park of Koli in Puu-Juuka. More accurately, the purpose was to create concrete development proposals for breakfast and catering services that could be utilized in the future. Furthermore, the objective was to increase the profitability of the company and receive visibility through new partners.

The theoretical framework of the thesis covers theory on developing a business idea and food services in a company. The theoretical framework also encompasses the components of a successful product development process, northern Karelian food traditions, and the trends in food tourism and food trends in 2018. These were all taken into account when planning a new breakfast model and catering package. The background of the thesis was influenced by transactional thinking as in the customer-oriented perspective.

The thesis utilizes the four-stage service model developed by Ojasalo, Koskelo and Nousiainen. The functional section of the work was described by using the above-mentioned model. To receive a deep understanding of the customer-oriented perspective of the development work, the commissioner was interviewed. The other used research methods were Net Scouting, both reservation and guestbook analysis and questionnaire. The foresight and ideas were highlighted by the survey results and the technique of ideation, 8x8. The results were utilized in the development planning of the renewed breakfast model and catering packages. A new breakfast proposal and a visual proposal for catering services were crafted. The guesthouse's current business model was also described. The company's renewed business model was introduced with the Business Model Canvas chart.

The result of the thesis was a renewed breakfast proposal for the week and the weekend. Furthermore, an additional menu, two various catering service packages and a new business model proposal with new partners emerged as a result of the thesis.

Keywords: Service design, Development of food services, Food trend

Sisällys

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Johdanto | 6 |
| 2 | Majatalo Juuka | 7 |
| 2.1 | Majatalon toimintaympäristö | 8 |
| 2.2 | Liikeidea | 9 |
| 3 | Liikeidean ja palveluiden kehittäminen | 10 |
| 3.1 | Ruokapalveluiden tuotekehityksen menestymisen tekijät | 11 |
| 3.2 | Pohjois-Karjalan ruokaperinteet | 13 |
| 3.2.1 | Ruokamatkailun trendit | 13 |
| 3.2.2 | Ruokatrendit 2018 | 14 |
| 4 | Palvelumuotoilu kehittämistyönmenetelmänä Majatalo Juuan ruokatuotekehityksessä .. | 16 |
| 4.1 | Palvelumuotoilun mallit | 17 |
| 4.2 | Kartoita ja ymmärrä -vaihe | 18 |
| 4.2.1 | Haastattelu | 19 |
| 4.2.2 | Varaus ja vieraskirjan analyysit | 20 |
| 4.2.3 | Net Scouting | 22 |
| 4.2.4 | Kysely | 24 |
| 4.3 | Ennakoi ja ideoi -vaihe | 26 |
| 4.3.1 | Ideointitekniikka 8x8 | 28 |
| 4.3.2 | Ideointia 8x8 -taulukon ja ruokatrendien 2018 pohjalta | 29 |
| 4.4 | Mallinna ja arvioi -vaihe | 31 |
| 4.4.1 | Aamiaisehdotukset ja lisävalikoimalista | 31 |
| 4.4.2 | Tilaustarjoilupaketti Karjalainen kasvismenu | 32 |
| 4.4.3 | Tilaustarjoilupaketti Karjalainen juhlamenu | 33 |
| 4.5 | Konseptoi ja vaikuta -vaihe ja BMC Majatalo Juuka | 35 |
| 5 | Johtopäätökset | 38 |
| | Lähteet | 40 |
| | Taulukot | 44 |
| | Kuvat | 45 |
| | Liitteet | 46 |

1 Johdanto

Suomen puhdas ja kaunis luonto houkuttelee paljon niin kotimaisia, kuin ulkomaalaisia asiakkaita luonnonläheisiin majoituskohteisiin. Majoituskohteilla on tarjolla runsaasti toisistaan poikkeavia lisäpalveluita ja niiden aamiaisen sisältö vaihtelee valtavasti. Hyvällä aamiaisella sekä onnistuneilla lisäpalveluilla yritys voi lisätä sen asiakastytyvääisyyttä, joka puolestaan lisää yrityksen kannattavuutta. Menestyäkseen yrityksen on tunnettava asiakaskuntansa ja huomioitava asiakkaidensa toiveita ja tarpeita. Yrityksen on myös seurattava jatkuvasti ajan-kohtaisia trendejä sekä ennakoitava tulevaisuuden näkymiä.

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kehittää Majatalo Juuan ruokapalveluja palvelumuotoilun menetelmin. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii vuonna 2016 toimintansa aloittanut perheyritys Majatalo Juuka, joka tarjoaa majoituspalveluja ympärivuotisesti. Majatalo toivoo selkeyttä ja kehitystä erityisesti sen tarjoamiin ruoka ja tilaustarjoilupalveluihin. Opinnäytetyön tarkempana tavoitteena on luoda yritykselle uudistettu aamiaismalli, tilaustarjoilupaketti sekä uusittu liiketoimintamalli, joita se voi hyödyntää tulevaisuudessa. Opinnäytetyön tarkoituksena on kehittää majatalon asiakkaiden toiveita ja tarpeita vastaava aamiaismalli ja tilaustarjoilupaketti sekä tuoda heidän tietoisuuteen lähialueen mahdollisuuksia. Opinnäytetyö on toimeksiantajan tarpeiden pohjalta tehtävä toiminnallinen kehitystyö, joka toteutetaan kahden restonomiopiskelijan yhteistyöprojektina.

Kehittämistyössä käytetään Ojasalon, Koskelon ja Nousiaisen mukaan, palvelumuotoilun nelivaiheista mallia. Mallin vaiheiden, toimeksiantajan toiveiden, trendien ja perinteiden pohjalta sekä ideointitekniikkaa apuna käyttäen pyrimme kehittämään asiakaslähtöisesti Majatalo Juuan ruoka ja tilaustarjoilupalveluita. Opinnäytetyössä on keskeistä selvittää tarkemmin aamiaismajoituspalvelulle tyypillisiä piirteitä, ruokapalveluiden kehittämisessä huomioon otettavia tekijöitä sekä alueen ruokaperinteitä ja vuoden 2018 ruokatrendejä. Kehitystyö rajataan aamiaisen ja tilaustarjoilupaketin suunnitteluun sekä liiketoimintamallin kehitysehdotukseen.

Opinnäytetyön toisessa luvussa esitellään toimeksiantaja ja toimintaympäristö. Kolmannessa luvussa käsitellään liikeidean, palveluiden ja tuotekehityksen keskeisiä tekijöitä sekä Pohjois-Karjalan ruokaperinteitä, ruokamatkailun trendejä ja vuoden 2018 näkyvimpiä ruokatrendejä. Neljännessä luvussa kuvataan työn toiminnallinen osio ruokapalveluiden ja liiketoimintamallin kehittämisessä palvelumuotoilun eri vaiheiden mukaan. Tutkimusmenetelminä hyödynnetään haastattelua, Net Scouting menetelmää ja kyselyä. Viidennessä luvussa esitellään työn keskeiset johtopäätökset.

2 Majatalo Juuka

Majatalo Juuka on 2016 kesällä avattu perheyritys Pohjois-Karjalan Puu-Juuassa lähellä Kolin kansallispuistoa. Yrityksessä työskentelee tällä hetkellä kolme tarvittaessa töihin tulevaa tuntekijää. Työntekijät vastaavat kaikesta asiakaspalvelusta, kerroshoitajan tehtävistä, tilauksista, kiinteistön huollosta sekä myös yrityksen ravintolapalveluista. Majatalon asiakasryhmiin kuuluvat sekä yritys-, että yksityisasiakkaat. (Pääskyvuori 2018.)

Majatalo on rakennettu vuonna 1932 ja se on aiemmin toiminut osuuskauppana, asuintalona, ravintolana, päiväkotina sekä työttömien toimintakeskuksena. Majatalo sijaitsee Itä-Suomessa ja Kolille matkaa on noin 35 kilometriä, Nurmekseen 45 kilometriä ja Joensuuhun 85 kilometriä. (Juuka 2018.) Majatalo Juuan sijainti on esitelty kuvassa 1 (Google Maps 2018).



Kuva 1: Majatalo Juuan sijainti kartalla

Majatalo tarjoaa majoitusta ympärivuotisesti idyllisessä puutalossa, viidessä erityyppisissä ja uniikeissa huoneissa. Majatalon yläkerrassa on kolme erityyppisesti sisustettua huonetta ja alakerrasta kaksi kahden hengen huonetta, jotka on mahdollista yhdistää perhehuoneiksi. Huoneiden varusteluihin kuuluvat kaksi normaalin kokoista vuodetta, wc, suihku, hiustenkuivaaja, langaton internet, tuuletin sekä mahdollisuus maksuttomaan vauvansänkyyn. Yhteen huoneeseen kuuluu näiden varusteluiden lisäksi myös TV, kahvinkeitin, vedenkeitin, jääkaappi ja mikroaaltouuni. Kaikkien majoittuvien asiakkaiden yhteisessä käytössä on myös jääkaappi, mikroaaltouuni, kahvinkeitin, vedenkeitin ja televisio.

Majatalolla on käytössä myös suuri varistorakennus, joka toimii kokous-, näyttely ja juhla-paikkana. Kesäisin majatalo tarjoaa makuupussimajoitusta varastotilan yläkerrassa omatoimisille matkailijoille. Lisäpalveluina majatalo vuokraa kesäisin polkupyöriä sekä varistorakennusta erityyppisiin tilaisuuksiin. Tällä hetkellä aamupalaa on saatavilla vain ennakkotilauksella 7 - 10 € hintaan. (Majatalo Juuka 2018.)

Majatalon löytää internetistä sen omilta verkkosivuilta, Juuan kunnan sivuilta, yritysrekisterisivustoilta, Tripadvisorista sekä majatalon omilta Facebook-sivuilta. Huonevarauksen voi tehdä yrityksen omilla internetsivuilla, puhelimitse tai paikan päällä. Kokous-, ja juhlapalvelutiedusteluissa yritys pyytää yhteydenottoa sähköpostitse. (Majatalo Juuka; Suomen Yritysrekisteri; Tripadvisor 2018).

2.1 Majatalon toimintaympäristö

Majatalo Juuka kuuluu majoituspalveluiden toimialaan, toimialaluokituksenaan motellit, matkustajakodit ja vastaavat majoitusliikkeet (Finder 2018). Tilastokeskus luokittelee motellit, matkustajakodit ja vastaavat majoitusliikkeet toimialaluokituksen seuraavasti: yleensä lyhytkestoinen, vuorokausi tai viikkohinnoitteluun perustuva matkailijoille tarjottava majoitusvaihtoehto, joka on luonteeltaan verrattavissa hotellimajoitukseen, vaikka ei kuitenkaan vastaa hotellintasoista majoitusta. Majoitukseen kuuluvat kalustetut huoneet, joihin voi kuulua myös keittokomero tai muita keittovälineitä. Lisäpalveluina voidaan tarjota huoneiden siivouksen lisäksi erilaisia ruokailu, tai juomapalveluita, mutta ei muita lisäpalveluita. (Tilastokeskus 2018). Majatalo Juuka tarjoaa ydinpalveluina majoitus ja peseytymismahdollisuuden sekä lisäpalveluina aamiaista, kokous-, ja juhlapalveluita ja polkupyörän vuokrausta (Majatalo Juuka 2018).

Majatalo Juuka vastaa piirteiltään eniten aamiaismajoituspalvelua. Aamiaismajoitus tulee sanoista Bed & Breakfast ja tarkoittaa tuotetta, jossa yövytään majoitusyrityksen huoneessa ja majoituksen lisäksi yritys tarjoaa mahdollisuuden aamiaiseen. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 35 - 36). Suomessa majoituksen ja aamiaisen sisältävä matkailupalvelu lähti käyntiin vuonna 1987 Lomarengas Oy:n ”Vuode ja aamiainen”-palvelun sopivuus- selvityksen myötä. Mallina pohjalla oli ulkomaisia esimerkkejä, kuten Bed & Breakfast ja Zimmer mit Frühstück. Kokeiluvaiheessa majoituksen ja aamiaisen sisältävälle palvelulle nimeksi ehdotettiin ”peti ja puuro” tai ”sänky ja sapuska”, mutta kielitoimiston suosituksena nimeksi valittiin aamiaismajoitus. (Jutila 2001, 7.)

Lähtökohtana aamiaismajoituspalvelulle on majoituksen tarjoaminen, peseytymismahdollisuus sekä aamiainen. Tavallisimpia oheispalveluita ovat ulkoiluaktiviteettien tarjoaminen, saunomismahdollisuus sekä päivällisen tai iltapalan tarjoaminen. Tyypillisesti aamiaismajoituspalvelu on kodinomainen ja hinnoiltaan edullisempi hotellimajoitukseen verrattuna. Aamiaismajoituspalveluyritykset ovat usein pienyrityksiä, joissa on otettava huomioon, että yrittäjä hoitaa usein kaiken itse: markkinoinnin, taloudenhoidon laskutuksen, asiakaspalvelun, varaukset, aamiaisen valmistamisen sekä siivoamisen ja jätehuollon. (Jutila 2001, 8 - 12.)

Suomessa aamiaismajoituspalveluyritykset sijaitsevat usein haja-asutusalueilla tai mautilojen yhteydessä, joten yrityksen tulee kiinnittää erityistä huomiota opasteisiin, jotta asiakkaat löytävät perille. Selkeiden opasteiden lisäksi yrityksen tulee kiinnittää erityistä huomiota näkyvään markkinointiin, jolla voidaan tuoda esille sen tarjoamia lisäpalveluita. (Jutila 2001, 5 - 10).

2.2 Liikeidea

Yrityksen liikeidean tulisi olla koko ajan kehittyvä kokonaisuus, jossa pitäisi tuntea asiakskuntansa sekä erityisesti huomioida kanta-asiakkaidensa toiveet. Liikeideassa on määriteltävä tarkasti mitä tarjotaan eli sen tuotteet ja palvelut, kenelle tarjotaan eli määritellä sen asiakkaat, miten tarjotaan eli sen toimintatavat ja palveluaste sekä huomioitava yrityksen imago eli mikä mielikuva asiakkailla ja yhteistyökumppaneilla on yrityksestä. (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi & Matero 2005, 50 - 51.) Kuvassa 2 Majatalo Juuan liikeidea on esitelty Brännare ym. mukaan.



Kuva 2: Majatalo Juuan liikeidean kuvaus

Majatalo Juuka tarjoaa majoitus- ja tilaustarjoilupalveluja yritys-, ja yksittäisasiakkaille. Sen kohderyhminä ovat sekä kotimaiset, että ulkomaalaiset vapaa-ajanmatkailijat ja yritysasiakkaille se tarjoaa useamman päivän majoituspaketteja sekä tilojaan erilaisiin kokoustarpeisiin. Majatalo tarjoaa palveluitaan omien sähköisten sivustojen, Facebookin ja yrityksen kotisivujen kautta ja huonevarauspyynnöissä yritystä voi lähestyä myös puhelimitse. Yrityksen imago on luonnonläheinen, pienessä perheomistuksessa oleva uniikki majatalo lähellä Kolin kansallispuistoa (Majatalo Juuka 2018.)

3 Liikeidean ja palveluiden kehittäminen

Majatalo Juuan ruokapalveluiden ja liikeidean kehitystyössä oli keskeistä selvittää liikeidean ja ruokapalveluiden kehittämisessä huomioon otettavia tekijöitä, nykyajan muuttuvia trendejä sekä asiakkaiden tarpeita. Tässä luvussa määritellään tuotekehityksen menestymiseen vaikuttavia tekijöitä ja syvennetään ymmärrystä asiakaskokemuksellisesta näkökulmasta. Luvussa perehdytään tarkemmin myös toimeksiantajan sijainnilla vaikuttavaan ruokakulttuuriin, ruokamatkailun trendeihin sekä 2018 pinnalla vaikuttaviin ruokatreendeihin.

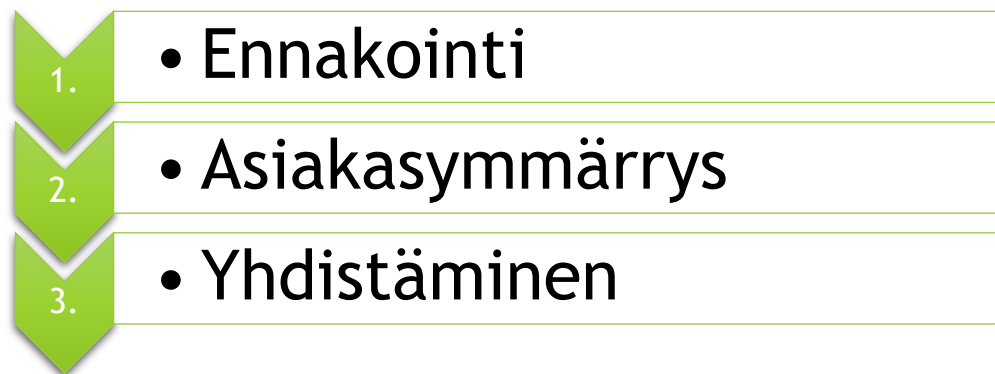
Yritysideaa kehittäessä sen lähtökohtana tulisi olla tulevien asiakkaiden tarpeet. Ensin on selvitettävä asiakaskunnan tarpeet ja lähdettävä kehittämään palvelua niiden vastaiseksi. Kehittäessä palvelua on ennakoitava myös asiakaskunnan tarpeiden ja toiveiden mahdollinen muuttuminen. Parhaiten kilpailussa menestyvät ne yritykset, joiden tuotteet tai palvelut on kehitetty juuri erityisesti tietyntyyppisen asiakasryhmän tarpeita vastaaviksi. Yrityksen sijainnilla on myös suuri merkitys sen kannattavuuden kannalta, joten luonnonläheisyydessä sijaitsevien majoituspalveluyritysten on kiinnitettävä erityistä huomiota näkyvään markkinointiin ja opastukseen, jotta majoittajat löytävät tiensä perille. (Jutila 2001, 17- 18.)

Liikeideaa kannattaa tarkastella vuosittain, koska asiakkaiden toiveet ja asiakaskunta voivat vaihdella. Kannattava liiketoiminta syntyy riittävän suuresta joukosta tyytyväisiä asiakkaita, jotka tuovat positiivisella ”ilmaisella markkinoinnillaan” yritykselle lisää asiakkaita. Liiketoiminnan parantamiseksi on kannattavaa erottautua yhteistyöllä esimerkiksi lähialueiden yritysten kanssa. (Jutila 2001, 17 - 18.)

Matkailualalla verkostoituminen on erittäin suositeltavaa yritysten kannattavuuden kannalta. Verkostoitumisen avulla majoitusliike pääsee rakentamaan eri palvelukokonaisuuksia eri yhteistyökumppaneiden kanssa. Toimiva yhteistyö parantaa yritysten kilpailukykyä sekä säästää kustannuksissa ja markkinointikuluissa. Yhteistyökumppaneita kannattaa etsiä myös eri toimialoilta, jolloin yrityksen näkyvyys, tarjottavat lisäpalvelut ja liikennepalvelut saavat mahdollisuuden laajentua kattavammiksi. On muistettava, että asiakkaan valitessa majoitusliikettä elämysten ja lisäpalveluiden tarjonta on asiakkaalle usein tärkeämpää, kuin itse majoituspalvelu. (Brännare ym. 2005, 10, 34.)

3.1 Ruokapalveluiden tuotekehityksen menestymisen tekijät

Ruokapalveluiden tuotekehityksen tavoitteena on kehittää taloudellisesti ja tehokkaasti kilpailukykyisiä asiakkaiden tarpeita vastaavia tuotteita ja palveluita. Yrityksen tuotteen tai palvelun menestymiseen tarvitaan kolme osatekijää. Kuvassa 3, on kuvattu menestymisen osatekijät.



Kuva 3: Menestymisen kolme osatekijää

Ensimmäisenä menestymisen osatekijänä tarvitaan ennakkointia eli kykyä havaita uusia tuote- ja palvelumahdollisuuksia. Ennakointivaiheessa on havainnoitava syvällisesti yrityksen sisäistä ja ulkoista toimintaympäristöä sekä ennakoitava asiakkaiden tarpeiden ja toiveiden muuttumista. Tässä vaiheessa on opittava havaitsemaan potentiaalisia tuotemahdollisuuksia ennen tuotekonseptien pohtimista. (Mertanen 2012, 100.)

Toisena menestymisen osatekijänä vaaditaan asiakasymmärrystä eli syvällistä asiakastarpeiden ymmärtämistä sekä niiden kehittämistä konkreettisiksi ideoiksi. Tässä vaiheessa on tärkeää havainnoida ympäristössä vaikuttavia trendejä sekä niiden vaikutusta asiakkaiden muuttuviin tarpeisiin ja toiveisiin. Yritysten tulisi ymmärtää todellisuus eli se, missä heidän asiakkaansa elävät ja toimivat. Heidän tulisi tuntea asiakkaidensa todelliset motiivit, mitä tarpeita ja odotuksia heillä on sekä mihin arvoihin heidän valintansa perustuvat. Asiakasymmärryksellä tarkoitetaan asiakkaan arvonmuodostumisen ymmärtämistä, eli on ymmärrettävä mistä elementeistä arvo muodostuu palvelussa asiakkaalle. Yritys voi lunastaa arvolupauksensa vain ymmärtämällä niiden tarpeita, joille arvoa tuotetaan. Arvonmuodostumisen elementtejä ovat muun muassa tarpeet, tottumukset, odotukset, palvelun hinta, palvelun ominaisuudet, muiden ihmisten mielipiteet sekä muiden vastaavien palveluiden hinta. Jos asiakasta ymmärtää kaikilla arvonmuodostumisen elementeillä, voidaan jäsentää asiakaskokemuksen rakennuspalikoita. (Mertanen 2012, 100; Tuulaniemi 2011, 71 - 72.)

Asiakasymmärryksessä on oleellista huomioida myös asiakkaan kokemus palveluista. Asiakaskokemus kattaa yrityksen koko tarjooman, sen mainonnan ja muut kontaktit ennen palvelua,

laadun asiakaspalvelussa, palveluominaisuudet, käytön luotettavuuden ja helppouden. Erinomaisia asiakaskokemuksia voidaan tarjota ja suunnitella vain, kuin ymmärretään miten ja milloin ihmiset kohtaavat yrityksen tarjoaman. (Tuulaniemi 2011, 74.) Asiakaskokemus voidaan jakaa asiakaskokemuksen kolmeen tasoon toimintaan, tunteisiin ja merkityksiin. Toiminnan taso tarkoittaa palvelun kykyä jolla, vastataan asiakkaan funktionaaliseen tarpeeseen, miten vaivattomasti ja sujuvasti asiakkaan tavoitteeseen vastataan. Toiminnan tasoa kutsutaan myös palvelun hygieniatasoksi, tason vaatimuksien tulee täyttyä, näin palvelulla on yleensä mahdollisuus olla markkinoilla. Tunnetasolla asiakkaalle syntyy välittömiä tuntemuksia ja henkilökohtaisia kokemuksia, miten hyvin palvelu sopii niihin mielikuviin ja tuntemuksiin, joita asiakas haluaa kokea. Nämä voivat olla helppoutta, kiinnostavuutta, innostavuutta, tunnelmaa ja kykyä koskettaa aisteja. Merkitystasolla eli ylimmällä asiakaskokemuksen tasolla vastataan asiakkaan identiteettiin ja henkilökohtaisiin merkityksiin sekä asioihin, joita asiakas haluaa oppia, oivaltaa ja saavuttaa. (Tuulaniemi 2011, 74.)

Löytänä ja Kortesuon (2011,45) määritelmän mukaan asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa. Mitä vahvempia kohtaamisia, tunteita ja mielikuvia syntyy, sitä vahvempi on asiakaskokemus.

Kolmantena menestymisen osatekijänä vaaditaan yhdistämistä eli taitoa yhdistää tuote, palvelu, tekninen suunnittelu, muotoilu ja markkinointi toimivaksi kokonaisuudeksi (Mertanen 2012, 100).

Ruokapalveluita kehitettäessä on tärkeää huomioida asiakkaan näkökulmasta ruokapalvelun laatuun vaikuttavat tekijät. Asiakkaan näkökulmasta ruokapalveluiden laatu muodostuu viidestä eri tekijästä. Niitä ovat aistinvaraisuus, hinta, ruoan turvallisuus, ruoan koostumus ja palvelu. Aistinvaraisuuteen vaikuttavat annoksen ulkonäkö, ruoan rakenne, värit, maku, tuoksu ja ruokailuympäristö. Hintaan vaikuttavia tekijöitä ovat kilpailukyky, hinta-laatusuhde, valmistustalous, kate ja tuotto. Ruoan turvallisuuteen vaikuttavat hygieenisuus, säilyvyys ja mielikuvat. Ruoan koostumukseen vaikuttavia tekijöitä ovat terveellisyys ja ravintoaineet sekä lisäaineet. Palvelun vaikuttavia tekijöitä ovat yksilöllisyys, saatavuus, oheispalvelut, mielikuvat sekä itse asiakaspalvelutilanne. (Liikala 1996, 15.)

Ruokapalveluiden suunnittelussa tulee ottaa huomioon tilaisuuden luonne, asiakkaiden toiveet, ulkoiset olosuhteet sekä gastronomiset tekijät. Gastronomisia tekijöitä ovat ruoan maku, vaihtelevuus, esteettisyys ja tilanteeseen sopivuus. (Manninen, J. 1998, 4.) Asiakkaiden toiveissa sekä asiakasrakenteessa on huomioitava myös mahdollinen erikoisruokavalioiden tarve. Suunnittelussa on otettava huomioon myös aterioiden tarvittava lukumäärä, tarjoamisajankohdat, keittiön kapasiteetti, henkilökunnan ammattitaito ja hygieeniset tekijät. On hyvä kiinnittää huomiota myös ravitsemuksellisiin tekijöihin, raaka-aineiden tuoreuteen sekä hyödyntää raaka-aineitavuodenaikojen mukaan. (Liikala 1996, 19 - 20.)

3.2 Pohjois-Karjalan ruokaperinteet

Kulttuuritekijät ovat ratkaisevassa asemassa ihmisen ruoanvalinnoissa ja ruokailutavoissa. Ihmiset valitsevat helposti itselle tuttuja ruokalajeja ja vaalivat lapsuudesta säilyneitä makuja. Alueelliset ruokakulttuurit eroavat niin leivonnaisillaan, perinneruoillaan kuin juomillaankin. Majatalo Juuka sijaitsee Pohjois-Karjalassa, jonka alueella vallitsee karjalainen ruokakulttuuri. Karjalainen ruokakulttuuri on hyvin rikas ja se innoittaa yhä uusiin sovellutuksiin ja muotoihin. Tyypillisiä sille ovat erilaiset uuniruokat, karjalanpiirakat ja sen eri variaatiot kuten sultsinat ja vatruskat erilaisin täyttein. Peruna ja ohra kuuluvat myös yleisesti piirakoiden täytteisiin sekä kaurasta keitetään makeaa kiisseliä jälkiruoaksi. Savustettu ja kuivattu liha sekä kala ovat myös osa karjalaista ruokakulttuuria. Karjalassa paistettiin aina leipää tuoreena syötäväksi ja Pohjois - Karjalan perinneleipänä on koko Suomessa tunnettu ruisleipä. ”Vaikka ruokakulttuuri on jatkuvasti muuttuva ilmiö, se sisältää varsin säilyviä ja ennustettavissa olevia elementtejä.” (Mäkelä, Palojoki, & Sillanpää 2003, 7 - 9, 69.)

Karjalaisessa keittiössä hyödynnetään luontoa monipuolisesti ja siihen kuuluvat erilaiset kala- ja riistaruoat, sienistä erityisesti rouskut ja niistä tehdyt kastikkeet ja piirakat, kasviksista ja juureksista lanttu, kaali, herne, nauris ja pavut joista valmistetaan erilaisia uuniruokia. Karjalan alue, sen maaperä ja ilmasto on ollut hyvin marjarikasta ja marjat ovat kuuluneet karjalaiseen ruokatalouteen luultavasti monipuolisemmin kuin monilla muilla Suomen alueilla. Marjoista tärkein on puolukka sekä toisena karpalo niiden hyvän säilyvyyden ja runsaan saatavuuden vuoksi. Mustikka on myös alueella hyvin suosittu, koska sitä on helppo kuivattaa ja se sopii myös kuivattuna tai jauhettuna useisiin eri leivonnaisiin. Pohjois-Karjalassa suosittu on myös lakka, jota syödään tyypillisesti sokerin ja kerman kanssa. Marjoja oli tavallista syödä sekoitettuna ruisjauhojen tai hapanleipäkuutioiden kanssa eli ”marjamölyinä”. Ruispuolukka-puuro sekä erilaiset marjapiirakat kuuluvat myös alueen ruokaperinteisiin. (Sallinen 2002, 7-16, 277.)

Karjalaisen ruokaperinteen tunnetuimpia ruokalajeja ovat: erilaiset piirakat kuten karjanpiirakka, porkkanapiirakka, hapanpiirakka ja marjapiirakat, paistit, uuniruokat kuten pirana eli kasvispuuro, ruisleipä ja pehmeä leipä kuten kauraleipä ja perunarieska, kukot kuten kala-mustikkakukko, hapanruokat kuten hapanletut, hapankaali, kaurakiisseli ja kokkelipiimä, erilaiset pikkuleivät kuten kaneliässä ja herrasväenpikkuleivät, sekä alueen erikoisuuksia kuten talkkuna, mallasmämmi, mahlajuoma ja rotinarinkelit. (Sallinen 2002, 7, 12 - 16, 177.)

3.2.1 Ruokamatkailun trendit

Kristiina Adamssonin ja Kristiina Havaksen (2017), tekemän tutkimuksen, ”Hungry for Finland! ruoka tärkeäksi, elämykselliseksi ja ostettavaksi osaksi Suomen matkailua” mukaan on ruoka-

matkailu yksi maailman kasvavammista matkailun osa-alueista. Siinä kerrottavan Bloom Consultingin tekemän tutkimuksen mukaan paikallinen ruokakulttuuri on toiseksi suosituin hakusana Suomesta haettavista digitaalisista hauista. Tutkimuksesta ilmenee, että matkailijat käyttävät keskimäärin 25 % matkabudjetistaan ruokaan ja siihen liittyviin lisäpalveluihin. Vastaavasti matkailija, jonka ensisijaisena toiveena on tutustua paikalliseen ruokakulttuuriin voi käyttää matkabudjetistaan jopa 50 %. (Adamsson & Havas 2017, 15, 20.)

Suomalainen ruokamatkailu muodostuu paikallisten ja niihin liittyvien tarinoiden ruokaelämyksistä. Se voi olla ravintolaruokailua, kotiruokailua, suomalaisen ruoan valmistamista tai ruoan valmistukseen tarvittavien aineiden keräämistä luonnosta. Ruokamatkailuun voi liittää erilaisia tapahtumia tai yrityksiä, joihin liittyvät tarinat, paikallisuus ja puhtaus. Suomalaisten ruokapalveluiden kehityksessä tulisi ottaa huomioon korkealaatuiset luonnonantimet, paikalliset tuotteet ja erikoisuudet, luomu sekä lähiruoka. (Adamsson & Havas 2017, 15, 20.)

Kuluttajatrendeissä kotimaisuuden ruokatuotteiden suosio näkyy erityisesti lähiruoan kasvuna. Pinnalla ovat perinteiset suomalaiset kasvikset, kuten punajuuri, lehtikaali ja pinaatti sekä marjoista mustikka, puolukka ja lakka. (Hiltunen 2017, 203.)

3.2.2 Ruokatrendit 2018

Ruokatrendejä 2018 ovat fleksauksen eli flexitarismin yleistyminen. Flexaus tarkoittaa sitä, että pääsääntöisesti syödään vegaanipainotteisesti, mutta silloin tällöin voidaan syödä myös lihaa tai kalaa. Toisena trendinä näkyy vastuullisuus, joka huomioidaan jo reseptiikassa sekä raaka-aineista pyritään hyödyntämään sen kaikki osat. Kolmantena trendinä pinnalle nousi erilaisten superfoodjauheiden sekä pehmeiden mausteiden käytön lisääntyminen. Neljäntenä trendinä useissa artikkeleissa tuli vastaan erilaisten terveellisten vaihtoehtojen lisääntyminen, niin aamiaiselle kuin mukaan otettaviksi välipaloiksi. Viidentenä trendinä artikkelien tiedon pohjalta on kukkien käytön lisääntyminen ruoanlaitossa sekä koristeluissa. Seitsemän eri artikkelin ruokatrendit 2018 on esitelty tarkemmin seuraavissa kappaleissa.

Niina Hietalahti- foodstrategistin ”Ruokatrendit 2018: järvikalaa, cocktaileja ja hyvän oman tunnon valmisruokaa” artikkelin mukaan 2018 vuonna flexaus eli flexitarism, jonka tavoitteena on syödä terveellisemmin ja vastuullisemmin ilman rajoittavaa ehdottomuutta on vuoden näkyvin trendi. Silloin syödään vegaanipainotteisesti, mutta välillä voi syödä kalaa sekä isoäidin Karjalanpaistia hyvällä omallatunnolla. Ruoanlaitossa hyödynnetään vähemmän tuntuja ruohonosia, joka lisää raaka-aineiden arvostusta. Trendinä näkyy myös ”Aamiainen to go”- suosion lisääntyminen ja sen terveelliset vaihtoehdot, kuten mehushotit. (Hietalahti 2018.)

Mtv3 Lifestyle makuja artikkelin mukaan ”Näitäkö syömmе seuraavat 12 kuukautta”? vuoden 2018 ruokatrendit on listattu Pinterest kuva- ja linkkipalvelun mukaan. Artikkelin mukaan ”vegebuumille ei näy loppua lähitulevaisuudessa” ja trendeinä näkyvät: edamamepavut ja sokeriherneet niin luonnollisessa kuin sipsimuodossakin, vegaaniset jälkiruoat, jolloin luovutaan maitotuotteista ja munista ja kokeillaan vegaaniverisoita, kasviproteiinien käytön kasvu, joka näkyy pääruokien lihareseptien vähenemisenä sekä linssien, hampun ja kvinoan kokeilemisen kasvamisena. Trendejä ovat myös proteiinikahvi, erilaiset superfoodjauheet, keitot kupissa eli ”mehut out, sopat in”, alkoholittomat drinkit, kirkastettu voi ghee ja ilmakuivatut tuotteet kuten juures-, ja hedelmäsipsit. (Haapala 2017.)

Jotain maukasta-ruokablogikirjoittajan Marin mukaan ruokatrendeissä 2018 korostuvat kasvi-maitotuotteiden käytön lisääntyminen, veganismi ja fleksaus, joka on ”pop”, mausteiden käytön lisääntyminen, ruokahävikin vähentäminen, joka näkyy myös jo reseptiikassa. Kasvis-maidot sopivat moneen ruokavalioon niiden ollessa maidottomia, vegaanisia, laktoosittomia ja niitä voi käyttää sellaisenaan tai ruoan laitossa. ”Tästä olen varma, kasvismaidot breikkaavat tänä vuonna toden teolla”. ”On trendikästä olla vegaani”. Veganismi arkipäiväistyy, 2018 yleistyy fleksaus eli fleksitarismi, jossa pääsääntöisesti syödään kasvisruokaa, mutta silloin tällöin myös lihaa tai kalaa. Mausteista erityisesti lämpimät mausteet, kuten vanilja (keittoon), kardemumma (kasvispaistokseen) ja za’taar eli sumak, timjami, suola ja seesaminsien mausteseos. Reseptiikassa huomioidaan ja pyritään hyödyntämään raaka-aineen kaikki osat ja esimerkiksi lihasta käytetään niitä vähemmän suosittuja ruhonosia ja ”roskakalat” päätyvät juhlapöytään. Myös vihannesten, juuresten ja hedelmien hyödyntäminen korostuu ja banaanihävikki häviää kakkuun. (Moilanen 2018.)

Lumolifestyle bloggaajan Ruokatrendit 2018 mukaan, kasvisruoka ja veganismi on vuoden vahvimpia trendejä. Trendinä on myös vastuullisuus, tähteiden hyödyntäminen ja hävikin minimointi. Ruoasta haetaan terveyttä ja hyvinvointia ja erilaiset superfoodjauheiden käyttö kasvaa, esimerkiksi kaurajauhon. Trendinä näkyvät myös kukat, kuten ruusut, laventeli ja hibiskus lautasella niin koristeina kuin mauntuojinakin. Syötävien kukkien, marjojen ja villiyrttien kasvattaminen on trendikästä paikallista ruokatuotantoa. (Lumo Lifestyle blogi 2018.)

Stara.fi Annukka Heikkilän artikkelin mukaan, ”Vuoden 2018 ruokatrendit paljastettiin- näin ruokavalio muuttuu” 2018 trendejä ovat: lihankorvikkeet, superfoodit kuten kurkuma ja matcha sekä sienet. Trenditutkimus perustuu Wholefoods ruokakauppaketjun ennusteisiin, jossa povataan jopa sienikahvia! Sieniä aletaan lisäämään kahviin ja suklaaseen niiden terveysvaikutusten vuoksi. (Heikkilä 2017.)

Talouselämän Trendit: Ruoka 2018 ”Mikä on tämän vuoden kuumin ruokatrendi” mukaan, trendejä ovat: terveelliset välipalat, kuten chiavanukkaat, erilaiset suolaiset tuorepuurot

maustettuna kaakaolla, chilillä, pinaatilla, vehnäsoraalla tai punajuurella, vegaaniset kasvisruoat, joissa hyödynnetään kauraa, härkäpapuja ja soijaa ja niistä varioidaan ”kulhoruokia” itsekoottuna. Liha ei kuitenkaan katoa annoksista vaan kotiruokia esimerkiksi Karjalanpaistia modernisoidaan. Skandinaavinen keittiö puhtaassa muodossaan alkaa olla hiipuva trendi, siihen sekoittuu makuja esimerkiksi Japanista, jonka makumaailma on lähellä omaamme. Ruoan puhtauden ja kotimaisuuden trendit pysyvät ja alkuperä pitää olla kunnossa ja yhä halutaan kotimaisia kausituotteita. (Lähteenmäki 2018.)

Meilläkotona.fi Maku artikkelin ”Vuoden 2018 kiinnostavimmat ruokatrendit: kotisirkkoja, syötäviä kukkia ja hapankaalin näyttävä paluu” mukaan trendejä ovat: kasvisruokatrendi, joka pitää pintansa ja ruoanlaitossa hyödynnetään enemmän nyhtistä ja härkistä, leipä ja leivän leipominen erityisesti hapanjuurileivonta kasvattaa suosiotaan, kaurapohjaiset tuotteet tulevat tutuiksi sekä lohikeiton voi valmistaa kaurakermaan. Vatsaa hellivä superruoka hapankaali tulee taas käyttöön erityisesti itse tehtynä, vuoden kauneimpana trendinä näkyvät syötävät kukat, kuten ruusunlehdet ja laventeli, monikäyttöistä kukkakaalia aletaan taas hyödyntämään keittiössä enemmän ja hyönteisruoka tulee tutuksi paahdettujen kotisirkkojen avulla. (Koivisto 2018.)

4 Palvelumuotoilu kehittämistyönmenetelmänä Majatalo Juuan ruokatuotekehityksessä

Valitsimme palvelumuotoilun työn kehittämismenetelmäksi, jotta saisimme kehitettyä uusia malleja ja ideoita syvästi asiakaslähtöisestä näkökulmasta. Tässä luvussa kerrotaan mitä palvelumuotoilu on ja miten sitä voidaan hyödyntää kehittämistyössä. Palvelumuotoilun mallit ja sen eri vaiheet on tuotu esiin omissa alaluvuissaan. Jokaisen vaiheen kohdalla on kerrottu käyttämistämme menetelmistä ja niiden avulla saaduista tuloksista. Palvelumuotoilu auttaa innovoimaan uusia palveluita, kehittämään jo olemassa olevia palveluita sekä auttaa havaitsemaan organisaatiota palveluiden strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassa. Palvelumuotoilun yhteydessä puhutaan asiakkaan palvelukokemuksesta ja ihminen on keskeinen osa palvelua. Asiakas muodostaa kokemuksensa palvelusta, joka kerta henkilökohtaisesti palvelutapahtumassa uudestaan sekä hän on aina osa palvelutapahtumaa. (Tuulaniemi 2011, 24 - 26.)

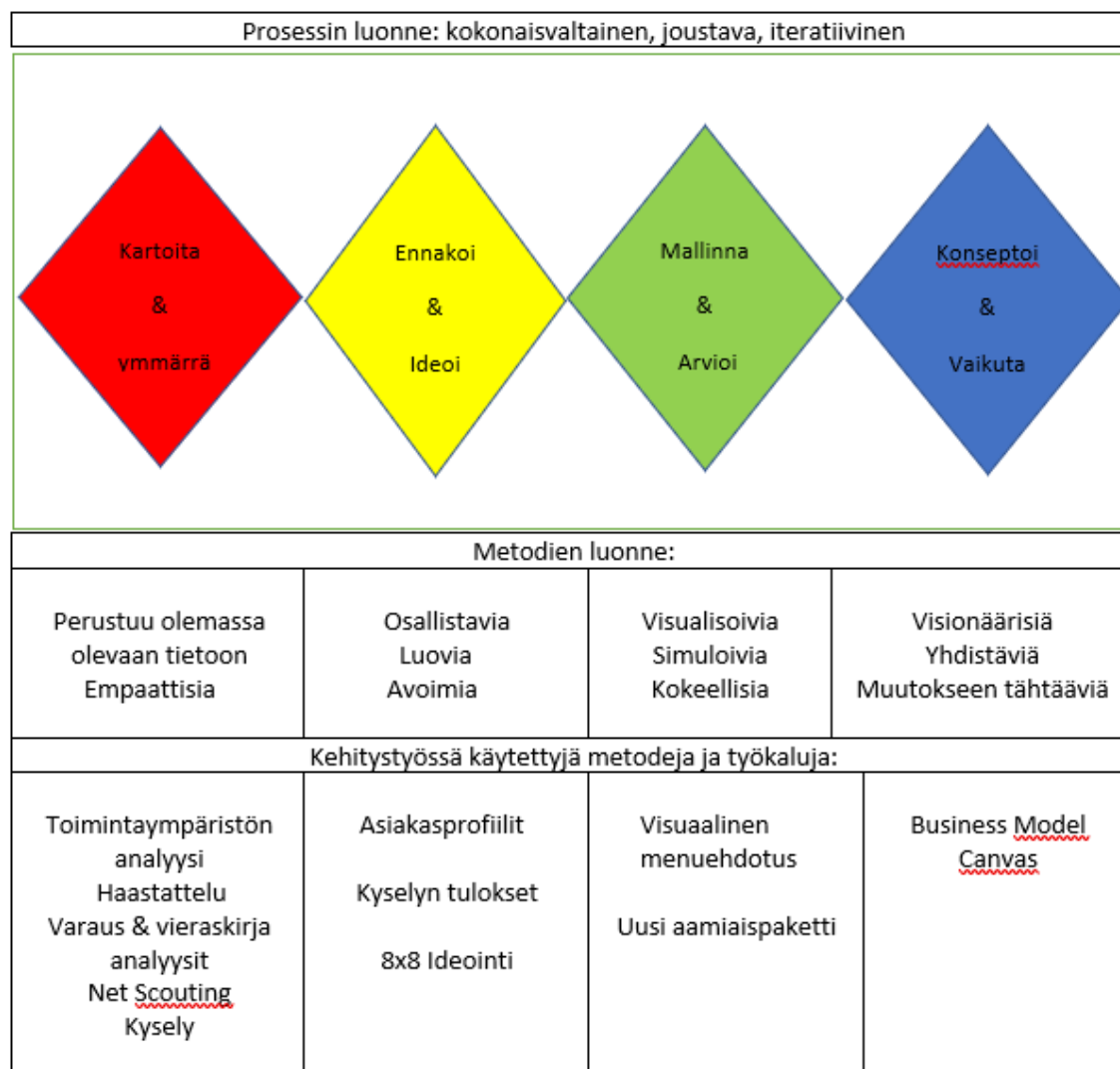
Tuulaniemen (2011) mukaan, palvelumuotoilu on konkreettista toimintaa, jossa yhdistetään käyttäjien tarpeet ja odotukset yhdessä palveluntoimittajan liiketoiminnalliset tavoitteet toimiviksi palveluiksi käyttäen muotoilusta tuttuja toimintatapoja yhdistellen ne perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin. Toiminnan yhteisenä kehyksenä palvelumuotoilu on yhteisesti jaettu toiminta ja ajattelutapa. Se on eri osaamisalojen yhteinen kieli yhteistyöhön, palvelujen kehittämisessä. Se on prosessi, työkaluvalikoima ja se on hyvä kehikko, millä päästään käsiiksi palvelujen kehittämiseen. Palvelun kehittäjä voi syventää omaa osaamistaan ja rakentaa

paremmin omaan toimintaympäristöön sopivia työmenetelmiä ja -välineitä. (Tuulaniemi 2011, 24 - 26.)

Palvelun määritelmät on myös hyvä tietää. Palvelu on pääasiallisesti aineeton hyöty tai toiminta, jonka joku voi antaa toiselle ja missä omistajuus ei vaihdu, sitä ei ole kulutettu loppuun, kun se on käytetty. Palvelu on toimintaa, joka helpottaa jotakuta tekemään jotain. Määritelmistä nousee esiin selvästi neljä asiaa: palvelu ratkaisee jonkin asiakkaan ongelman, palvelu on prosessi, koemme palvelun mutta emme omista sitä ja siinä on merkittävää ihmisten välinen vuorovaikutus. Määrittely on tärkeää, jotta palvelumuotoilun arvot ja hyödyt voidaan kommunikoida kaikille palveluun liittyville osapuolille. Suurin arvo saavutetaan työskentelyn aloittamalla oman palvelun kehittämiseksi. (Tuulaniemi 2011, 58 - 61.)

4.1 Palvelumuotoilun mallit

Palvelumuotoiluun on kehitetty paljon erilaisia malleja. Kaikissa malleissa on yhteistä laaja tiedonhankinta, erilaisten mallien luominen, ideointi sekä analysointi. Kehittämistyössä käytämme palvelumuotoilun Ojasalon, Koskelon ja Nousiaisen mukaan, nelivaiheistamallia. Ensimmäinen vaihe on Kartoita ja ymmärrä -vaihe, toinen vaihe Ennakoi ja ideoi, kolmas Mallinna ja arvioi -vaihe ja neljäs Konseptoi ja vaikuta -vaihe. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 74 - 76.) Kuvassa 4 on esitelty palvelumuotoiluprosessi ja työssä käytettyjä metodeja, jotka on esitelty Ojasalon mallin mukaan.



Kuva 4: Palvelumuotoilun prosessi

4.2 Kartoita ja ymmärrä -vaihe

Palvelumuotoilun prosessin alussa, korostuu aina syvällinen toimintaympäristö- ja asiakasymmärryksen hankkiminen. Koko kehitysprosessi perustuu pitkälti asiakkaiden tarpeiden, tilanteiden, käyttäytymisen ja arvojen ymmärtämiseen. Ensimmäisen vaiheen menetelmillä kerätään laajasti faktatietoa todennäköisistä tulevaisuuden näkemyksistä ja kehityskuluista sekä siinä korostuvat empaattiset menetelmät, joiden avulla pyritään syvällisesti ymmärtämään ihmisten piileviä tarpeita, arvoja ja käyttäytymistä. (Ojasalo ym. 2015, 74.) Näimme tärkeäksi selvittää kuinka paljon Suomesta löytyy majatalo nimisiä yrityksiä sekä etsiä Majatalo Juuan lähimmät kilpailevat majatalot. Suomessa on yritysrekisterin mukaan tällä hetkellä 51 majatalo -nimistä yritystä, joista 4 sijaitsee Pohjois - Karjalassa. Kaksi Majatalo Juuan lähintä

majataloa ovat Puukarin pysäkki Valtimolla ja Syrjävaaran majatalo Luikonlahdessa. (Yritysrekisteri 2018.)

Puukarin pysäkki tarjoaa majoitusta kahdeksassa huoneessa ja huoneistossa, joissa on sviitti, perhe-, ja lemmikkihuone niitä tarvitseville. Sisustukseen on käytetty taidetta ja paikallisia käsitöitä. Puukarin pysäkki tarjoaa ravintolassaan perinteistä karjalaista ruokaa luomu - raaka-aineista valmistettuna. Lisäpalveluina on tarjolla savusauna, karjalaista illanviettoa, joogaretriittiä ja muita yrityksille suunnattuja paketteja. Yrityksen kotisivut ovat äärimmäisen houkuttelevat visuaalisilla kuvillaan ja selkeydellään. Yritys löytyy Instagramista, Facebookista, Tripadvisorista ja omilta sivuiltaan. (Puukarin pysäkki 2018.)

Syrjävaaran majatalo löytyy vain yritysrekisteristä osoitteella ilman puhelinnumeroa, joten ei ole varmaa onko, yritys tällä hetkellä enää toiminnassa (Suomen yritysrekisteri 2018).

VisitKarelia.fi-sivusto antaa maatilamajoitus, B&B ja majatalot haulla 11 majoitusvaihtoehtoa Liperin, Outokummun, Polvijärven, Juuan ja Kontiolahden alueelta. Nämä ovat: Huuhtilan pihvi, Kiviniemen luontotila - seikkailukeskus ja camping, Koskipirtti, Kotimajoitus Annila, Lammu Oy Parren Peti ja Puuro, Maatilamatkailu Kannelpirtit, Maatilamatkailu Karvisen Kissa-päivät, Muuraja Kartanon Vierastalo, Pärnätupa, Saarilan Maatilamatkailu ja Viinimarja. Näistä Kotimajoitus Annila sijaitsee Juuassa. (VisitKarelia 2018.)

4.2.1 Haastattelu

Haastattelu sopii moniin kehittämistehtäviin sen moninaisuuden ansiosta. Haastattelun avulla saa kerättyä syvällistäkin tietoa melko nopealla aikataululla. Kehittämistehtävälle voi valita sopivimman haastattelumenetelmän riippuen siitä, minkälaista tietoa sillä halutaan kerätä. Suurin ero haastattelumenetelmien välillä on, miten kiinteästi kysymykset ovat muotoiltu ja kuinka paljon haastattelijä voi itse joustaa haastattelutilanteessa. Avoin haastattelu muistut- taakin lähinnä keskustelua ja on hyvin joustava kysymysten suhteen. Avoimen haastattelun avulla voidaan kerätä hyvinkin syvällistä tietoa ja selvittää mitä ihmiset ajattelevat tai miksi he toimivat tietyllä tavalla. Tämän tyyppinen haastattelu vaatii jo taitavan ja kokeneen haas- tattelijan, joka osaa kuljettaa keskustelua eteenpäin. (Ojasalo ym. 2009, 42.)

Valitsimme alkukartoitukseen toimeksiantajan avoimen haastattelun, joka oli hyvin vapaa- muotoinen ja rakentui sen tieto - taidon pohjalta, jota näimme tärkeäksi selvittää opinnäyte- työn alkuvaiheessa. Haastattelimme toimeksiantajaa vapaamuotoisesti koululla ja toinen meistä kirjoitti haastattelun vastaukset ylös paperille. Tämän menetelmän avulla saimme esi- tettyä tarkentavia lisäkysymyksiä haastattelun aikana, jonka myötä saimme arvokasta lisätie- toa kehitystyöhön. Haastattelussa selvitettiin tietoa kohdeyrityksestä, sen tämänhetkisistä

tarjottavista palveluista, työn kannalta mahdollisista ongelmakohtista sekä toimeksiantajan toiveita ja näkökulmaa kehitystyöhön.

Toimeksiantajan vastausten avulla saimme tietoa yrityksen tämänhetkisestä tilanteesta ja toimeksiantajan toiveita kehitystyöhön. Yritys halusi kehitystä erityisesti sen aamiaiseen, jossa tulisi huomioida paremmin vegaanit ja muut erikoisruokavaliot. Tilaustarjoiluun yritys toivoi myös selkeitä ehdotuksia ja valmiita listoja, joiden avulla olisi helpompaa tarjota tilaustarjoi- luita asiakkaille. Toimeksiantaja toivoi myös saavaansa käyttöönsä uutta reseptiikkaa ja val- mista hinnastoa. Toimeksiantaja kertoi majatalon keittiön haasteellisesta kapasiteetista, jossa voidaan valmistaa kerralla ruokaa enintään 70 hengelle kotitalousuunilla. Otamme keit- tiön kapasiteetin huomioon kehitystyössämme. Haastattelussa selvitettiin myös yrityksen kiin- nostusta toimia yhteistyössä lähialueen yritysten kanssa ja tästä selvisi, että yrityksellä ei ole juuri yhteistyökumppaneita, mutta se olisi kiinnostunut yhteistyöstä lähialueen yritysten kanssa. Haastattelun lopuksi saimme käyttöömmme myös yrityksen 2017 vuoden varaus- sekä vieraskirjan, joista saamme hyödyntää tietoa kehittämistyössämme.

Kehitystyön edetessä huomasimme tarvitsevan vielä paljon tarkentavaa tietoa yrityksen toi- minnasta, jonka myötä yritimme sopia uuden haastatteluaajan toimeksiantajan kanssa. Uusi haastatteluaika ei kuitenkaan onnistunut kasvotusten aikataulullisista syistä, jonka vuoksi lä- hetimme toimeksiantajalle laatimamme lisähaastattelukysymykset sähköpostitse.

4.2.2 Varaus ja vieraskirjan analyysit

Kävimme majatalon varaus-, sekä vieraskirjat tarkasti läpi, jotta osaisimme ottaa huomioon yrityksen tärkeimmät asiakasryhmät kehittämistyössämme. Varauskirjan analyysien pohjalta yrityksen pääasiakasryhmiksi muodostuivat, viikolla yritysasiakkaana keskimäärin 3 yötä yö- pyvä mies ja viikolla keskimäärin yhden yön yöpyvä nainen sekä viikonloppuisin keskimäärin 2 yötä yöpyvä pariskunta. Varauskirjan tiedon perusteella suosituimmat yöpymiskuukaudet vuonna 2017 olivat kesä-, heinä- ja elokuu. Miehiä oli keskimääräisesti enemmän yöpyjissä niin viikolla- kuin viikonloppuinakin. Taulukossa 1 on koottu yöpyjien määrä, yöpymisen ajan- kohta ja yöpyjän sukupuoli. (Majatalo Juuka Varauskirja 2017.)

| | |
|----------------------------------|----------------|
| | |
| Yöpyjien määrä vuonna 2017 | 374 yöpyjää |
| Yöpymiset viikolla/hlö, (miehet) | 178 hlö, mies |
| Yöpymiset viikonloppu, (miehet) | 45 hlö, mies |
| Yöpymiset viikolla, (naiset) | 91 hlö, nainen |
| Yöpymiset viikonloppu, (naiset) | 38 hlö, nainen |

Taulukko 1: Vuoden 2017 asiakaskunta

Vieraskirjan kommentteista poimittiin ruokapalveluita koskevat kommentit, jotka kaikki liittyivät aamiaiseen. Kaikki aamiaista koskevat kommentit olivat positiivisia, negatiivisia kommentteja ei ollut ollenkaan. Majatalon tämän hetkinen aamiainen sisältää kinkkua, meetwurstia ja juustoa. Vihanneksista kurkkua, paprikaa, vihreää salaattia, suolakurkkua. Leipinä tarjoillaan tummaa ja vaaleaa leipää ja levitteinä margariini ja Oivariini, tuoremehuina omena- ja appelsiinimehu. Lisäksi tarjolla on kananmunaa, jugurttia, kahvia, teetä ja maitoa. Seuraavassa taulukossa on muutamia poimittuja kommentteja aamupalasta.

| Kommentti | Kommentoija |
|--|-------------|
| 4.9.17 Kiitos, hyvästä aamupalasta | Nainen |
| 23.2.17 Kiitos, makoisasta aamupalasta | Yritys |
| 1-2.4.17 Kiitos, runsaasta ja maukkaasta aamupalasta | Pariskunta |
| 10 -12.11.17 Kiitos, hyvästä aamupalasta | Pariskunta |
| 1.8.17 Thanks for amazing breakfast- really good with self service | Ystävät |
| 5-7.7.17 Kiitokset ihanista aamiaisista | Pariskunta |
| 6-10.6.17 Kiitos hyvästä aamiaisesta | Pariskunta |

Taulukko 2: Kommentteja aamupalasta

Vieraskirjan analyysin pohjalta aamiainen on jo tällä hetkellä hyvä ja asiakkaille mieluinen. Myös ennakkotilausmallista oli annettu positiivista kommenttia.

4.2.3 Net Scouting

Internetistä on tullut tärkeä väline hankkia ajankohtaista tietoa. Net Scoutingista onkin tullut tärkeä työkalu tiedon hankintaan. Internetistä löytyy monia laadukkaita ja ajan tasalla olevia kanavia, joista saadaan tietoa esimerkiksi toimintaympäristöstä, hallitsevasta markkinatilanteesta tai alan trendeistä. Internet on kuitenkin pullollaan tietoa, joka ei välttämättä ole totuudenmukaista ja luotettavaan lähteisiin perustuvaa. Net Scouting vaatiikin tekijältään hyvää lähdekritiikkiä. (Moritz 2005, 194.)

Net Scoutingin avulla etsimme ensin tietoa yrityksen näkyvyydestä internetissä, sen kilpailijoista, Juuan alueen aktiviteeteista, palveluista ja nähtävyyksistä sekä tämän hetkistä ruokatrendeistä. Tällä hetkellä Majatalo Juuka löytyy sen omilta internetsivuilta, Facebookista, Yritysrekisteristä, Finderista, Juuan kunnan sivuilta sekä uusimpana myös Tripadvisorista. Yritykselle toisi lisänäkyvyyttä olla esillä myös Booking.com-sivustolla sekä Karjalan alueen suurimmalla matkailusivustolla VisitKarelia.fi. Booking.com on kansainvälinen laaja sivusto, johon kuuluminen toisi uudenlaisen varausmahdollisuuden yöpymiseen varaamiseen. VisitKarelia.fi on taas alueellisesti merkittävä sivusto, jossa olisi kannattavaa markkinoida majataloa ja erityisesti sen tilaustarjoilumahdollisuuksia.

Tutustuimme Juuan alueen aktiviteettien, palveluiden ja käyntikohteiden tarjontaan, koska yritys oli kiinnostunut yhteistyöstä lähialueen yritysten kanssa. Tarkastelimme niiden tarjontaa ja etäisyyksiä majatalosta, jonka perusteella valitsimme potentiaalisimmat yhteistyökumppani ehdotukset majatalolle. Ruokatrendien etsinnässä keskityimme ruokatrendit 2018-tarjontaan suomenkielisiltä sivustoilta. Valitsimme seitsemän näkyvää artikkelia, joista tarkastelimme ennustetuimpia ruokatrendejä vuodelle 2018, joita otimme huomioon uudistetun aamiaismallin ja erityisesti tilaustarjoilupakettien suunnittelussa. (Booking.com & Facebook & Finder & Juuka & VisitKarelia.fi & Tripadvisor & Yritysrekisteri 2018.) Kuvassa 5 on esitelty Juuan alueen mahdollisuuksia. (Juuka & VisitKarelia 2018.)

| | |
|-------------------------------------|--|
| Aktiviteetit | <ul style="list-style-type: none"> •Ahmanhiihto •Erätaito Tero Toivonen •Iso-Karhun erästely ja luontoalue •Koli Freetime |
| Palvelut | <ul style="list-style-type: none"> •Aunen Kukkapiha, Hotelli-ravintola Petra •Kivikylän Herkku, Koli Freetime, Kolinportti •Kotimajoitus Annila, LK-keramiikka Liisa Kokkonen, Neste Kolinportin kahvila, -ravintola, Paalasmaan Camping •Pyhän Profeetta Elian tsasouna, Ratsutalli Revontuli, Savicat, Sinikan Savikamari •Tulikiven Kivikylä, Tulikivi-ravintola, Vikilän taidetalot |
| Käyntikohteita & nähtävyyksiä | <ul style="list-style-type: none"> •Iso-Karhun erästely- ja luontoalue, Juuan Pitäjämuseo, Karulan •Taidepiha, Myllymuseo Juuka •Koli Freetime, Kotimajoitus Annila •Kristuksen Kirkastumisen Tsasouna, Pyhän Profeetta Elian tsasouna, Sinikan Savikamari, Tulikiven Kivikylä •Tuomelan Tupa •Vikilän Taidetalot, Vuokonjärven kesäteatteri |

Kuva 5: Juuan alueen mahdollisuuksia

Tutustuimme kaikkiin edellä mainittuihin palveluihin ja aktiviteetteihin ja valitsimme niistä mielestämme potentiaalisimmat vaihtoehdot majatalolle. Palveluista valitsimme Vikilän käsityömyymälän, Aunen Kukkapihan ja Sinikan Savikamarin. Vikilän käsityömyymälä sijaitsee kävelymatkan päässä ja sen valikoimiin kuuluvat monipuolinen valikoima juukalaisten kädentaitajien töitä. Käsityömyymälän tekstiilejä voisi olla näkyvillä majatalossa ja majatalo suosittelisi käsityömyymälää käyntikohteena asiakkailleen ja päinvastoin. Aunen Kukkapiha tarjoaa laajan valikoiman erilaisia kukkia ja sinne pääsee vierailemaan pientä, 5 € pääsymaksua vastaan. Aunen Kukkapihan kukkia voisi hyödyntää juhlien koristelussa, ruokien ja kakkujen koristeluissa sekä maustamisessa. Sinikan Savikamari on uniikkikeramiikan näyttelymyymälä reilun 5 km päässä ja sen keramiikkaa voisi olla esillä majatalossa ja majatalo suositteli käyntikohtetta asiakkailleen sekä päinvastoin.

Käyntikohteista ja nähtävyyksistä valitsimme Juuan Pitäjämuseon, jossa pääsee tutustumaan alueen historiaan, Pyötikön luostarialueen, joka on historiallisesti merkittävä ortodoksinen käyntikohde sekä Tuomelan Tuvan, jossa pääsee tutustumaan kansanrunouteen. Nämä ovat mielenkiintoisia lähialueen käyntikohteita, joita majatalo voisi suositella asiakkailleen ja vastaavasti käyntikohteet suosittelisivat majoitusvaihtoehdoksi Majatalo Juukaa.

Aktiviteeteista valitsimme Ratsutalli Revontulen, Erätaito Tero Toivosen ja Koli Freetimen. Ratsutallilla pääsee ratsastamaan edullisesti niin yksin kuin ryhmässä ja se sopii vasta-alottelijoille kuin kokeneillekin ratsastajille. Erätaito Tero Toivonen tarjoaa alle 5 km päässä kanoottivuokrausta ja retkiä virkistystoimintana. Koli Freetime tarjoaa ympärivuotisesti aktiviteettejä kuten laskettelua, hiihtoa, melontaa, patikointia sekä kalastusta. Näitä lisäaktiviteettejä

suosittelemalla majatalo toisi asiakkailleen lisäelämyksiä ja vastaavasti aktiviteetti yhteistyökumppanit suosittelisivat majataloa majoitusvaihtoehdoksi tai juhlien pitopaikaksi. Kuva 6 on tuotu esiin potentiaalisimmat yhteistyökumppanit aktiviteeteistä, nähtävyyksistä ja käyntikohteista yritykselle. (Juuka & VisitKarelia 2018.)



Kuva 6: Potentiaaliset yhteistyökumppanit

4.2.4 Kysely

Kysely on suosittu tutkimusmenetelmä ja sen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto suurelta joukolta. Se on tehokas ja nopea menetelmä ja sitä voidaan käyttää monella eri tavalla, kuten sähköpostitse tai postitse lähetettävillä lomakkeilla, puhelimitse tai kasvokkain jolloin haastattelija täyttää lomakkeen haastateltavan puolesta. Menetelmä soveltuu erittäin monenlaisten aiheiden ja ilmiöiden tutkimukseen. Pohjavaatimuksena kyselytutkimukselle on riittävän hyvä tieto aiheesta, jolloin kysymysten laatiminen on helpompaa ja tulokset näin ollen luotettavampia. Kysymysten laatimiseen, vastauksiin vaikuttaviin tekijöihin ja tutkimustulosten luotettavuuteen vaikuttaa paljon kyselyn tapa, jolla se aiotaan toteuttaa. (Ojasalo ym. 2009, 108 - 109.)

Kyselylomakkeen suunnittelu perustuu kehittämistyön tavoitteisiin, jotka tulee olla selvillä ennen lomakkeen laatimista. Lomakkeessa tulee olla vain sellaisia kysymyksiä, joita tarvitaan työn tavoitteiden saavuttamisessa. Sen suunnitteluun kannattaa ryhtyä vasta tietoperustan kokoamisen ja kohteen perehtymisen jälkeen. Lomakkeessa tulee kiinnittää huomiota sen pituuteen ja ulkoasuun. Kysely ei saa olla liian pitkä tai monimutkainen tai se heikentää vas-

tausten määrää ja niiden luotettavuutta. Kysymysten tulee olla helposti ymmärrettäviä, kielellisesti täsmällisiä ja tarkkoja joihin on helppo vastata. Kyselyssä voidaan valita valmiit vastausehdot tai avoimet kysymykset. Tutkimuksellisessa kyselyssä suositeltavampi vaihtoehto on valmiit vastausehdot, jolloin tutkija voi hyödyntää vastauksia helpommin. Ennen lomakkeiden lähettämistä kysely tulisi testata ja luettaa myös muilla tutkijoilla tai alaa tuntevilla henkilöillä ja lomake kannattaisi täyttää myös itse, jolloin siihen voisi tehdä vielä sen vaatimia viimeisiä muutoksia tai tarkennuksia. Kyselytutkimukseen kannattaa liittää myös saate tai saatekirje, jonka avulla vastaajalle selviää mistä on kyse ja haluaako hän osallistua kyselyyn. (Ojasalo ym. 2009, 115 - 118.)

Päätimme luoda kyselyn, jotta saisimme lisää mielipiteitä ja tietoa kehitystyöhöemme ennen ideointivaihetta. Kysely rakennettiin Vehkalammen (2008) Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät- kirjan pohjalta. Aloitimme pohtimalla, mitä tutkitaan ja mistä tutkittava ilmiö koostuu? (Vehkalahti 2008, 20). Kyselyn avulla pyrimme kartoittamaan majatalon asiakaskunnan tarpeita ja toiveita sekä mielipidettä mahdollisista uudistuksista. Kysely haluttiin pitää mahdollisimman selkeänä ja sopivan lyhyenä, jonka myötä saimme tiivistettyä kaiken työn kannalta tärkeän tiedon 11 eri kysymykseen. Kyselyssä käytettiin pääosin suljettuja kysymyksiä, jotta saisimme mahdollisimman tarkkaa ja helpommin analysoitavaa tietoa. Kyselyssä oli mukana vain yksi avoin kysymys. Vastausvaihtoehtoja oli kolme kussakin kysymyksessä ja ne etenivät numerojärjestyksessä pienimmästä suurimpaan.

Kyselyn avulla tutkittiin ihmisten mielipidettä vain ennakkoon tilattavasta aamiaisesta, mielipiteitä ja tottumuksia aamiaisesta ja sen sisällöstä majoituksen yhteydessä. Kyselyssä haluttiin selvittää potentiaalisten asiakkaiden mielipiteitä ja kiinnostusta vegaaniaamiaiseen, ruokaperinteisiin sekä mieltymyksiä tilaustarjoiluja valittaessa. Tutkittava ilmiö koostui ruokatottumuksista ja toimintamalleista, trendeistä sekä perinteistä.

Näiden pohjalta näimme oleelliseksi selvittää taustatietoina kyselyn vastaajan sukupuolen, ikäjakauman ja kuinka usein käyttää majoituspalveluita sekä vaikuttaako aamiaisen saatavuus ja valikoima majoituspaikan valintaan. Tutkimustietona tarvitsimme tietää mielipiteen ennakotilauspalveluaamiaisesta, vegaaniaamiaisesta, paikallisten tuotteiden arvostamisesta, maksuvalmiuden aamiaisen hinnasta, mielipiteen nykyisen aamiaisen sisällöstä sekä tiedon asiakkaan haluamasta aamiaisen sisällöstä. Tarvitsimme myös tiedon, minkä tyyppisen tilaustarjoilupaketin suurin osa vastaajista valitsisi, jotta osaisimme lähteä kehittämään tilaustarjoilupakettia asiakaslähtöisestä näkökulmasta.

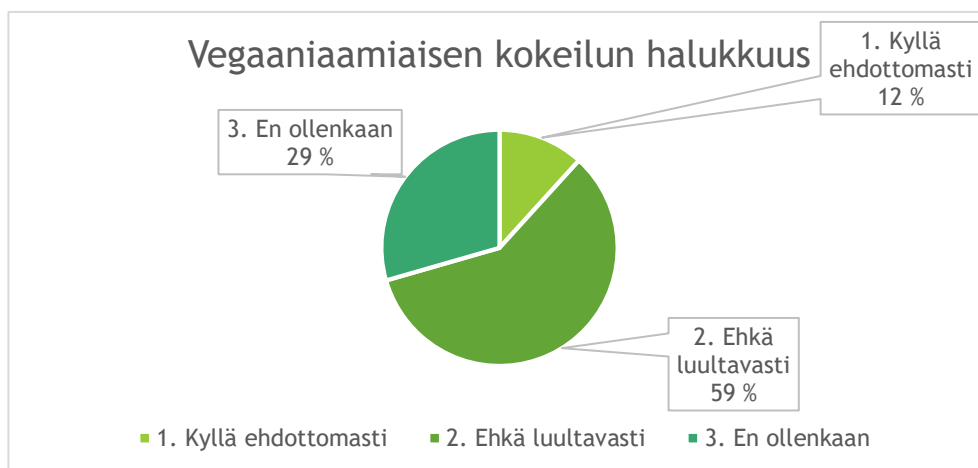
Koska yritys sijaitsi kaukana, emme päässeet vierailemaan sinne paikan päälle ja varauskirjassa oli suurimalta osin merkitty yöpyjistä vain nimi ja puhelinnumero, päätimme kysyä toimeksiantajalta apuja kyselyn jakamiseen. Kysely toimitettiin toimeksiantajalle Google Forms-

muodossa, jotta hänen olisi helppo jakaa sitä sähköisesti yrityskontakteilleen sekä potentiaalisille asiakasryhmille. Kysely toimitettiin majatalolle myös printattuna, jolloin asiakkaat pysyivät halutessaan täyttämään sen yöpymisen yhteydessä kyselyn toteutusaikana.

4.3 Ennakoi ja ideoi -vaihe

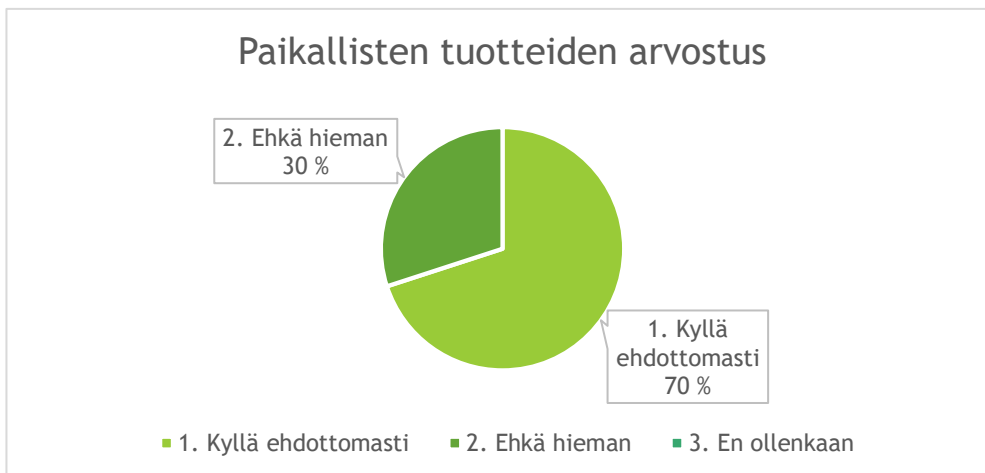
Kun, on hankittu syvälinen toimintaympäristö ja asiakasymmärrys, lähdetään hankitun tiedon ja ymmärryksen pohjalta ideoimaan uusia ratkaisuja. Tämä toinen vaihe on nimeltään Ennakoi ja ideoi -vaihe. Tässä vaiheessa tulee hyödyntää erilaisia muotoilupelejä, ideointityöpajoja sekä muita menetelmiä. Näihin tyypillisesti osallistetaan monenlaisia sidosryhmiä, kuten asiakkaita ja kohdeyrityksen työntekijöitä. Pajoissa ideoidaan esimerkiksi tulevaisuuden asiakasprofiileja sekä luodaan palvelutarinoita eli asiakkaan kuvauksia palvelupolusta. (Ojasalo ym. 2015, 75.)

Aloitimme tämän vaiheen analysoimalla kyselyn tuloksia. Kyselyn tuloksista selvisi, että aamiaisen saatavuus ja valikoima vaikuttavat majoituspaikan valintaan, 35 vastaajasta (57 %) olivat sitä mieltä. Aamiaisen hinta on myös vaikuttava tekijä ja vastaajista vajaa puolet olisivat valmiita maksamaan 5 -10 € ja yli puolet olisi valmiita maksamaan aamiaisesta 10 - 15 €. Kyselyssä selvitettiin myös vegaaniaamiaisen kokeilun halukkuutta, vastaajien mukaan suurin osa olisi ehkä luultavasti valmis kokeilemaan vegaaniaamiaista. Kuvassa 7 on tuotu esiin kyselyyn vastanneiden kokeiluhalukkuus.



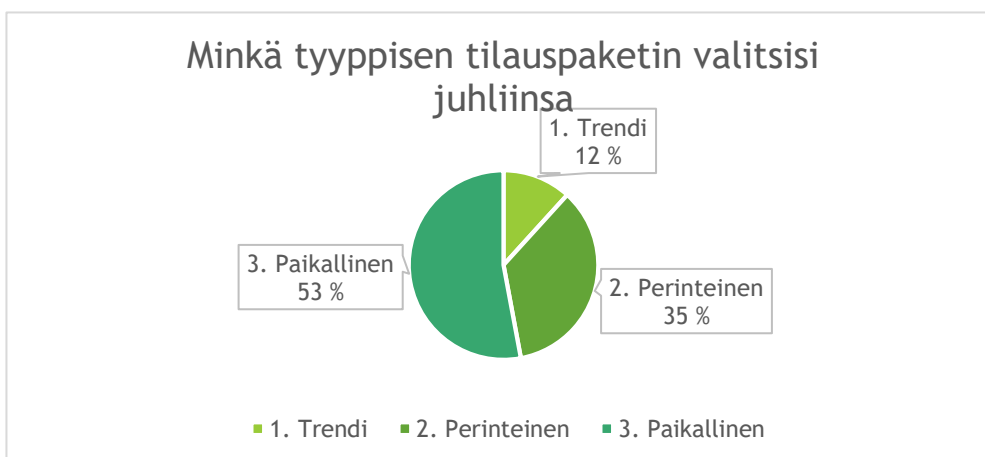
Kuva 7: Vegaaniaamiaisen vastausten jakaumat

Kyselyssä selvitimme myös vastaajien arvostusta paikallisiin tuotteisiin. Kuvassa 8 on tuotu esiin paikallisten tuotteiden arvostus.



Kuva 8: Paikallisten tuotteiden vastausten jakaumat

Selvitimme myös asiakkaiden mieltymyksiä juhlatarjoiluista ja kysyimme, minkä tyyppisen tarjoilupaketin valitsisi juhliinsa. Tilauspakettivaihtoehtoja oli kolme erityyppistä: Trendi- paketti johon sisältyi tyrni-avokado-raakakakku, pesto-pinjansiemen- piirakka, linssisalaatti ja nokkosmojito, Perinteinen paketti johon sisältyi mansikkakermakakku, kinkkupiirakka, vihersalaatti ja kotikalja sekä Paikallinen paketti johon sisältyi marjapiirakka, savustetut muikut, sienisalaatti ja mahlajuoma. Kuva 9 on tuotu esiin minkä tyyppisen paketin vastaaja valitsisi mieluiten.



Kuva 9: Tilauspaketti-tyyppi vastausten mukaan

Kyselyssä yli puolet oli sitä mieltä, että tämänhetkisen aamiaisen sisältö on hyvä. Avoimena kysymyksenä selvitettiin tarkemmin vastaajien mieltymystä aamupalan ja sitä mitä he toivoivat aamupalalla olevan. Kuvassa 10 on esitelty vastaajien toiveita aamiaisen vaihtoehtoihin.

| | | |
|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> •Kahvi, tee, kaakao, appelsiini- ja omenatuoremehut, tuorepuristetut mehut •Tuoreet hedelmät erityisesti avokado, marjat ja vihannekset kuten tomaatti, kurkku ja paprika •Kuivatut hedelmät- ja marjat •Smoothie | <ul style="list-style-type: none"> •Pähkinät, myslit, siemenet ja maustamaton jogurtti •Tuoreet sämpylät, paikallinen tuore leipä, tumma leipä, croissant, karjalanpiirakka •Marmeladi, hunaja, suklaalevite •Pulla, letut, pannari, paahdovanukas, pieni makea piirakka, kaneliässät | <ul style="list-style-type: none"> •Kaurapuuro, raakapuuro, spelttipuuro •Pekoni, munakas, omeletti, paikallinen makkara •Meetwursti, kalkkuna-broilerileikkele, juusto |
|--|---|--|

Kuva 10: Vastaajien toiveita aamiaiselle

4.3.1 Ideointitekniikka 8x8

Kyselyn tulosten ja varaus- sekä vieraskirja analysoinnin jälkeen päätimme käyttää 8x8-menetelmää ideointitekniikkana ideoinnin tueksi. 8x8-menetelmä on ajatuskartan tapainen, johon kirjataan keskelle asia, jota lähdetään kehittämään ja sen ympärille 8 siihen liittyvää syytä, tekijää tai ongelmaa. Nämä ympärille kirjoitetut 8 syytä kirjataan omiin laatikkoihinsa ruudun reunustoille ja niiden ympärille kirjoitetaan taas 8 niistä mieleen tulevaa näkökulmaa. Näin saadaan 64 uutta ideaa ja näkökulmaa kehitystyön ympärille. (Ojasalo ym. 2009. 147 - 148.) Kuva 11 on 8x8 uusia ideoita aamiaiselle kuvattuna ruudukkoon.

| | | | | | | | | |
|---|---|--|-----------------------------------|--|--|---|---|---|
| smoothie kauden aineista toiveen mukaan | erikoispuurot | puuro | kahvi, tee, maito | leipä (tumma, vaalea), + levite (margarini, oljariini) | kinkku, meesturisti | kahvi/ haudutettu tee soija/kaura/kookosjuomat | raakapuuro (esim. kaurasta, kookoksesta, marjoista) | itsetehty granola |
| omeletti | lisävaihtoehdot (oikealla 3 ruutua mitä tällä hetkellä saliaamiaisella saatavissa) | karjalan piirakoita, croissantteja | jogurtti | vanhan aamiaisen vaihtoehdot | Juusto | kasvikset ja tuoreyrtit kauden mukaan (kurkku, tomaatti, paprika, avokado) +(härkäpapuhumus) | vegaanille | siemensekoitus (auringonkukka, pellavaruuhe, kurpitsansiemen) |
| letut | kuivatut marjat ja hedelmät | keksejä, jotakin kakkua. | keitetty kananmuna | tuoremuhi (omena ja appelsiini) | tomaatti, kurkku, paprika, vihreä salaatti, suolakurkku | itseleivotut kauratattarisämpylät | marjat, hedelmät | vihersmoothie /smoothie kauden aineksista |
| kahvi kookosmaidolla | letut, pannari, pieni makea | raakapuuro marjoilla | lisävaihtoehdot | vanhan aamiaisen vaihtoehdot | vegaanille | juustot (Edam, Oltermanni) | leikkeleet (kinkku, meesturisti) | appelsiini ja omenamehu |
| pähkinöitä, myslää | asiakkaiden toiveet | hedelmät erityisesti avokado | asiakkaiden toiveet | Uusi aamiainen | perinteitä arvostavalle | kasvikset (kurkku, tomaatti, paprika, suolakurkku) | perinteitä arvostavalle | jugurtti |
| kalkkuna-, broilerinleikkele ja kalaa | munakas, omeletti | kaurapuuro, spelttipuuro | runsaammin ja kalliimmin (15-20€) | edullisesti (5-10€) | paikallisuutta arvostavalle | suodatin kahvi ja pussitee | kaurapuuro | ruisleipä |
| marjat | runsaammin kasviksia, yrttejä ja hedelmiä | karjalanpiirakat ja munavoi sekä tuoreleipää | kahvi (suodatin/pannu) pussitee | itseleivottu leipä (ruis, kaura, tattari) | raaka ja perinteinen puuro | kasvikset ja hedelmät kauden mukaan | karjalanpiirakat | munavoi |
| erikoisteet ja kahvit, kaura, soija, kookosjuomat | runsaammin ja kalliimmin (15-20 €) | itsetehty granola ja siemensekoitus | juusto | edullisesti | kasvikset, tuoreyrtit ja hedelmät kauden mukaan (omena, kurkku, tomaatti, paprika) | lohta | paikallisuutta arvostavalle | ruisleipä |
| smoothie kauden mukaan | lohi | marjapiirakka ja vaniljakastike (kaneliässä) | valmiit appelsiini-omenamehut | kinkku | jugurtti | pannukahvi | marjapiirakka/ rinkelä | kaurakiisseli |

Kuva 11: 8x8 Ideoita

Taulukkoon sijoitettiin Majatalon tämän hetkisen aamiaisen vaihtoehdot, kyselyn tuloksista esiin nousseet vaihtoehdot, paikallisuutta arvostavien toiveita, vegaanille suunnattuja vaihtoehtoja ja nykyajan trendejä. Ideoinnissa otettiin myös huomioon aamiaisen hinta, jotka koottiin erillisiksi vaihtoehtoiksi edullisemman ja kalliimman aamiaisen vaihtoehdot taulukkoon.

4.3.2 Ideointia 8x8 -taulukon ja ruokatrendien 2018 pohjalta

Uudistetun aamiaismallin sekä tilaustarjoilujen tuotekehityksessä otettiin huomioon yrityksen pääasiakasryhmät. Yrityksen pääasiakasryhminä viikolla olivat keskimäärin useamman yön yöpyvä mies ja viikonloppuisin yöpyvä pariskunta, jonka tiedon pohjalta päätimme lähteä kehittämään suppeampaa aamiaismallia viikolle ja vastaavasti viikonlopuille runsaampaa brunssityylistä aamiaista. Molemmissa aamiaismalleissa huomioitiin trendejä, perinteitä, asiakkaiden toiveita ja toimeksiantajan toiveita vegaaniaamiaisesta. Tilaustarjoilupakettien kehityksessä ja ideoinnissa huomioitiin pakettien helppo muunneltavuus vuodenaikojen, tilaisuuden luonteen sekä erikoisruokavalioiden mukaan. Näiden pohjalta päätimme luoda kaksi erilaista pa-

kettia, joiden avulla yritys voisi markkinoida tilaustarjoilujaan. Yrityksen tilaustarjoilupaketin suunnittelussa otettiin myös huomioon keittiön kapasiteetti ja henkilökunnan ammattitaito sekä paikalliset ruokaperinteet ja ruokatrendit 2018.

8x8 -taulukossa tuli runsaasti hyviä ideoita, joiden pohjalta päätimme lähteä kehittämään aamiaismallia. Kyselyn tuloksista ilmeni, että suurin osa vastaajista olisi valmis maksamaan aamiaisesta 5 - 10 € joten päätimme, että majatalo tarjoaisi viikolla ennakkotilauksella edullisempaa uudistettua aamiaista 10 € hintaan. 10 €:n hintainen aamiainen koostuisi puurosta tai vaihtoehtoisesti raakapuurosta, tuoreista itsetehdyistä sämpylöistä, ruisleivästä, perusleivitteiden voin ja margariinin lisäksi valikoimassa olisi myös itsetehtyä härkäpapu-hummusta, kasviksista tarjolla olisivat ainakin kurkku, tomaatti ja paprika, hedelmistä omena tai joku muu yksi vaihtoehto kauden mukaan, yrttiä tai yrttejä olisi tarjolla myös kauden mukaisesti, yhtä kinkkua, juustoa ja jogurttia, gluteenittomia kaurakeksejä tai manteliässiä, appelsiini- ja omenamehua, suodatinkahvia ja vihreä teetä. Kahviin olisi mahdollista saada laktoositonta maitoa, soijamaitoa tai kaurajuomaa.

Yritys oli kiinnostunut lisävalikoimalistasta, jolloin se voisi tarjota perusvalikoiman lisäksi myös muita vaihtoehtoja asiakkaille. Lisävalikoimallista vaihtoehtoisissa huomioitiin asiakkailta tulleita toiveita aamiaiselle sekä paikallisten tuotteiden tarjoamista. Lisävalikoimallista olisi tilattavissa smoothie, jota voisi vaihdella kauden valikoiman mukaan sekä valmistaa kaikille sopivaksi. Listalta olisi tilattavissa myös omeletti, perinteinen kaurakiisseli ja letut.

Yrityksen kehittymisen ja kannattavuuden lisäämiseksi sen kannattaisi tarjota ja markkinoida kunnan asukkaille viikonloppuisin tarjolla olevaa runsaampaa brunssiaamiaista. Brunssiaamiainen olisi saatavilla 15 € hintaan ja siihen sisältyisi viikkoamiaisvalikoiman lisäksi: perinteisiä karjalanpiirakoita ja munavoita tai vaihtoehtoisesti vatruscoita tai sultsinoita, itsetehtyä kaura-granolaa kuivatuuilla lähialueen marjoilla, kesäaikaan tuoreita marjoja ja muina aikoina pakastesulatettuja, suolakurkkua, avokadoa, meetwurstia, lohta, marjapiirakkaa ja vaniljakastiketta, kaneliässiä ja perus vihreän teen lisäksi saatavilla olisi myös Roibos- sekä mustaa teetä.

4.4 Mallinna ja arvioi -vaihe

Ideointi vaiheen jälkeen tyypillisesti palvelumuotoilussa korostuu kehitettävän palvelun nopea testaus ja mallinnus. Mallinna ja arvioi -vaiheessa palvelua konkretisoidaan erilaisin keinoin visualisoimalla, kuten sarjakuvina asiakkaiden palvelupolkuja, rakentamalla palvelusta prototyyppisiä tai luomalla kokeellisia tilanteita. Tämän vaiheen avulla voidaan saada, nopeasti selville ollaanko kehittämässä toimivaa palvelua, haluttua palvelua ja voidaan tarvittaessa suunnata kehittämistyötä uudelleen. (Ojasalo ym. 2015, 76.)

Ideoinnin ja kyselyn tulosten analysoinnin jälkeen yhdistelimme potentiaalisia ideoita, jonka pohjalla vaikuttivat tutkitut ruokatrendit. Yhdistetyistä ideoista syntyi majatalolle uudistettu aamiaismalli viikolle ja viikonlopulle. Aamiaismallien lisäksi suunnittelimme toimeksiantajan toivoman lisävalikoimalistan, josta se voisi tarjota lisävaihtoehtoja aamiaiselle. Tilaustarjoilu-paketteja luotiin kaksi erityyppistä, jotka on kuvattu visuaalisilla menu ehdotuksilla.

4.4.1 Aamiaisehdotukset ja lisävalikoimalista

Viikolla tarjottava aamiainen olisi edullisempi ja suppeampi valikoimaltaan. Aamiaisen saisi ennakkotilauksella 10 € hintaan ja siihen sisältyisi: perinteinen puuro tai vaihtoehtoisesti raa-
kapuuro, molemmat on mahdollista valmistaa gluteenittomana esimerkiksi. kaurasta tai tatarista, jugurtti, ruisleipä ja gluteenittomat itseleivotut sämpylät esimerkiksi. kaura, porkkana tai tattarisämpylöitä, juusto, kinkku, levitteet: voi, kasvismargariini ja itsetehty härkäpapu-
hummus, joka on gluteeniton ja sopii myös vegaaneille sekä kasviksina kurkku, paprika ja tomaatti, yhtä hedelmäajia kauden mukaan esimerkiksi. omenat syksyllä, gluteenittomat kaurakeksit tai manteliässät, suodatinkahvi ja haudutettu vihreä tee, appelsiini- ja omenamehua, laktoositonta maitoa, soija- ja kaurajuomaa.

Viikonloppuisin olisi tarjolla runsaampi, brunssimainen aamiainen, joka olisi tarjolla buffet tyypisesti. Aamiainen olisi hinnaltaan 15 € ja siihen sisältyisi viikolla tarjottavan perusaamiaisen lisäksi: karjalanpiirakat ja munavoi, vatruskoita tai sultsinoita, itsetehtyä kaura-granolaa kuivatulla marjoilla, esimerkiksi puolukka, mustikka tai karpalo, kesäaikaan tuoreita marjoja, muuten pakaste sulatettuja, suolakurkkua, avokadoa, meetwurstia, lohta, marjapiirakkaa ja vaniljakastiketta, kaneliässiä, suodatinkahvia, haudutettua vihreää teetä sekä lisävalikoimissa olisi myös Roibos- ja musta tee.

Lisätilauksesta olisi mahdollista tilata lisävalikoimalistasta: smoothie 4 €, joka valmistetaan kauden kasviksista, marjoista, hedelmistä tai yrteistä, perinteinen kaurakiisseli 2 €, munakas 3 €, letut 3 €. Nämä kaikki olisi mahdollista valmistaa laktoosittomasti, maidottomasti, gluteenittomasti ja kaikki muut paitsi munakas sopisivat myös vegaanille.

4.4.2 Tilaustarjoilupaketti Karjalainen kasvismenu

Tilaustarjoilupakettiin kuuluu: härkäpapusalaatti, sieniyrttipiirakka, kerroskaurakeksit ja mustikka- valkosuklaaraakakakku. Kuvassa 12, Karjalainen kasvismenuuehdotus.



Kuva 12: Karjalainen kasvismenuuehdotus

Paketti on vegaanille sopiva ja myös gluteeniton, laktoositon, maidoton sekä sen saa valmistettua myös pähkinättömänä. Raakakakkupohjaa on helppo muunnella eri pähkinöillä, siemenillä, kookoshiutaleilla tai kaurajauhoilla tarpeen mukaan. Peruspohjaan kuuluu viikunaa tai taatelia, valitsemiaan pähkinöitä tai siemeniä, kookosöljyä ja vaniljaa. Valkosuklaatäytteen voi tehdä cashewpähkinöistä, hunajasta tai agavesta, kaakaovoista, sitruunan mehusta, kookosöljystä ja vedestä tai kookosmaidosta. Mustikkatäyte sisältää esiliotettuja cashewpähkinöitä, mustikoita, kaakaovoita, kookosöljyä, kookossokeria, vettä tai kookosmaitoa sekä hie-man sitruunankuorta ja vaniljaa. (Maria Kotitalouskriisi 2017.) Täytteinä sekä koristeina on helppo hyödyntää myös muita kauden marjoja kuten alueelle tyypillistä puolukkaa, tyrniä ja lakkaa sekä hedelmiä kuten omenaa. Kakun koristelussa käytetään syötäviä kukkia ja marjoja saatavuuden mukaan.

Kerroskaurakeksit ovat vegaanin yhdistelmä Herrasväen pikkuleivistä ja perinteisistä kaurakekseistä. Ne ovat juhlavia ja helposti muunneltavissa olevia vaihtoehtoa. Kaurakeksejä on kutsuttu ”sota-ajan kahvileiväksi” ja niiden perinteistä reseptiä Sallinen (2002, 128) on helppo muuntaa gluteenittomaksi ja vegaaniversioksi. Gluteenittomasta kaurasta saa tehtyä herkullisia keksejä, jotka voi pellillä painaa haluttuun muotoon muotin avulla ja täyttää itse tehdyllä marmeladilla, kuten vadelma, mansikka, mustikka tai omena. Kaurakeksien väliin laitettavaa marmeladia voi vaihdella asiakkaan toiveiden mukaisesti.

Härkäpapusalaatti on täyteläinen ja loistava lähiruokavaihtoehto, jonka lisukkeita on helppo muunnella kauden ja asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Peruspohjaan kuuluu lehtisalaatti, kurkku, kesäkurpitsa, punajuuri, aurinkokuivattu tomaatti sekä härkäpavut liotettuna kauden yrteistä tehdyssä öljyssä. Sieniyrttipiirakassa hyödynnetään kauden sieniä, esimerkiksi tatit, rouskut, kantareellit tuoreena tai kuivatettuina sekä yrtejä kauden mukaan. Piirakan täytteessä käytetään riisiä, sieniä, yrtejä ja gluteenitonta kaurakermaa sekä pohja tehdään gluteenittomista jauhoista.

Kasvismenupakettia voisi muuttaa myös ruokaisemmaksi esimerkiksi piranalla eli perinteisellä kasvispuurolla sekä muilla kasviksista ja juureksista tehdyillä uuniruoilla. Makeina vaihtoehtoina yritys voisi hyödyntää erilaisia alueelle tyypillisiä marjapiirakoita.

4.4.3 Tilaustarjoilupaketti Karjalainen juhlamenu

Tilaustarjoilupakettiin kuuluu: Marja-kermakakku, kaneliässät, savulohisalaatti ja sipuli-lihapiirakka joka tunnetaan myös nimellä ”isoisän piirakka”. Kuvassa 13, Karjalainen juhlamenuehdotus.



Kuva 13: Karjalainen juhlamenuehdotus

Kakun pohja on perinteinen sokerikakkupohja ja täytteenä käytetään marjahilloa, kermaa sekä marjoja kuten mustikoita, vadelmia, mansikoita, lakkaa tai tyrniä. Koristelussa hyödynnetään marjoja, syötäviä kukkia tai mintunlehtiä. Kaneliässäät valmistetaan perinteisellä reseptillä, ne voidaan kuitenkin tehdä myös gluteenittomana versiona. Kaneliässää on valmistettu merkkipäivien kunniaksi ja erityisesti kesän juhliin. (Sallinen 2002, 119.) Savulohisalaatin peruspohjaan kuuluu lehti- ja jääsalaattia, kurkkua, kirsikkatomaatteja, tilliä, perunoita, punasipulia, kananmuna ja savustettua lohta. Isoisän piirakkapohja on kuoritaikinapohjainen vesi, kananmuna, vehnä jauho, suola, hiiva, öljy, voi tai margariini. Täytteenä on sipulia, siankylkeä viipaleina ja suolaa sekä voitelemiseen käytetään kananmuna. Piirakan voi valmistaa pellillä, jolloin sitä saadaan tarvittaessa isoja määriä ja kuoritaikina on mahdollista tehdä myös gluteenittomana. Isoisän piirakka on ollut perinteinen juhlapyhien tai merkkipäivien piirakka. (Sallinen 2002, 104.)

Menuehdotusten lisäksi yritys voisi tarjota tilaustarjoiluissa myös ruokaisampia vaihtoehtoja tilaisuuden mukaan. Ruokaisampia vaihtoehtoja voisivat olla esimerkiksi erilaiset perinteiset vaihtoehdot, kuten kala-, riistaruoat ja erilaiset uuniruokat kuten kiusaukset.

4.5 Konseptoi ja vaikuta -vaihe ja BMC Majatalo Juuka

Palvelumuotoilun prosessi päättyy lopulliseen palvelun konseptointiin ja sen saamiseen käytäntöön, tämä on konseptoi ja vaikuta -vaihe. Konseptoinnin välineenä voi hyödyntää muun muassa liiketoimintamallityökalua Business Model Canvasia. Päätimme hyödyntää Business Model Canvasia kuvaamaan yrityksen tämänhetkistä toimintaa sekä kehittämäämme uutta liiketoimintamallia.

Business Model Canvas -mallia käytetään liiketoimintamallin analysointiin ja innovointiin. Mallin on kehittänyt Osterwald ja Pigneur vuonna 2010. Keskeisiä etuja ovat sen helppokäyttöisyys ja kattavuus. Perusajatuksena on hahmotella yhdelle arkille yhdeksästä palasta muodostuva liiketoimintamalli. Siinä kuvataan ja perustellaan kuinka yritys tuottaa sekä välittää asiakkailleen arvoa. Sen avulla voi myös nopeasti luoda useita erilaisia liiketoimintamalleja, usein vaihtoehtoisten mallien luominen voi synnyttää uusia ideoita. (Ojasalo ym. 2014, 184.)

Perehdyimme Majatalo Juuan tämänhetkiseen liiketoimintamalliin Business Model Canvasin pohjalta. Kysyimme lisätietoa tämänhetkisestä toiminnasta toimeksiantajalta ja saimme seuraavanlaista tietoa yrityksen toiminnasta.

1. Yrityksen asiakasryhminä ovat yritys- ja yksittäisasiakkaat, joista yritysasiakkaat ovat yritykselle tärkeimpiä. Yritysasiakkaat yöpyvät yleensä useamman yön ja maksavat laskun varmasti.
2. Arvolupauksena yritys lupaa yöpymisen puhtaassa ja siistissä huoneessa, aamiaista ja hyvän palvelun. Hyvää palvelua on myös se, että asiakas tulee ”omalla ajallaan” eli saa avaimen lockerosta.
3. Jakelukanavina yritys käyttää sen omia nettisivuja, Facebook-sivustoa, ABC-portaalia, alueellista puhelinluetteloita sekä löytää myös numerotiedustelusta, mainontaa muun muassa Lions Club, eläkeläisjärjestön lehti, Etelä-Suomen Juuka-seura ry ja lisäksi joissakin muissa nettissä olevilla sivustoilla.
4. Asiakassuhteita yritys hoitaa henkilökohtaisesti kontaktoimalla asiakkaita sähköpostitse tai puhelimitse sekä Facebookin avulla.
5. Tulovirrat koostuvat majoituksesta ja lisäpalveluista. Toimeksiantaja vastaa yrityksen palveluiden hinnoittelusta.
6. Avainresursseina yritys tarvitsee hyvän asiakaspalveluhenkisen henkilöstön, siistit, puhtaat ja viihtyisät tilat.

7. Keskeisinä toimintoina yritys tarvitsee arvolupauksen toimittamiseen hyvän henkilöstön, luvattun aamiaisen ja muut lisäpalvelut

8. Keskeisinä kumppaneina yrityksellä on tällä hetkellä yritys, jolta tilataan leivonnaisia, yritys x, joka hoitaa Jätehuollon, K-Kauppa, josta tilataan elintarvikkeita, Pesula, joka hoitaa pesulapalvelut, yritys x, joka hoitaa lumityöt, sähkötyöt hoitaa yritys x, pienet kiinteistöhoito- ja korjaustyöt hoitaa yritys x.

9. Kustannusrakenne koostuu liiketoiminnasta syntyvistä olennaisimmista kustannuksista, joita ovat: kiinteistön ostoon otettu lainanhoitokulu, palkat ja sivukulut, sähkö eli lämmityskulut, pesulakulut, vakuutusmaksut, vesi, kiinteistöhoitokulut eli korjaus, jätehuolto, lumityöt ja elintarvikehankinnat. Yrityksen keskeisempiä toimintoja ovat lainanhoitokulut, palkat ja sivukulut ja sähkö. (Pääskyvuori 2018.)

Kuva 14, Majatalo Juuan uusi liiketoimintamalli Business Model Canvasin mukaan.

| | | | | |
|--|---|--|--|---|
| <p>8. Keskeiset Kumppanit</p> <p><i>Vanhojen yhteistyökumppanien lisäksi tiivistä uusien potentiaalisten yhteistyökumppanien kanssa</i></p> | <p>7. Keskeiset toiminnot</p> <p><i>Hyvä, osaava henkilökunta, luvattun mukainen aamiainen & muut palvelut</i></p> | <p>2. Arvolupaus</p> <p><i>Laadukas yöpyminen uniikeissa huoneissa</i></p> <p><i>Monipuolinen ja paikallinen trendi aamiainen</i></p> <p><i>Herkulliset menut juhliin</i></p> | <p>4. Asiakassuhteet</p> <p><i>Yhteistyön tiivistäminen potentiaalisten yhteistyökumppanien kanssa. Luotettava henkilökunta</i></p> | <p>1. Yrityksen asiakasryhmät</p> <p><i>Yritysasiakkaat & yksittäisasiakkaat</i></p> |
| <p>9. Kustannusrakenne</p> <p><i>Liiketoiminnasta syntyvät oleellisemmat kulut</i></p> | | <p>5. Tulovirta</p> <p><i>Majoitus ja uudistetut lisäpalvelut</i></p> | | |

Kuva 14: BMC Majatalo Juuka

1. Yrityksen asiakasryhminä ovat tulevaisuudessakin yritys- ja yksittäisasiakkaat, joista yritysasiakkaat ovat yritykselle tärkeimpiä. Yritys saa uutta asiakaskuntaa kunnan asukkaista uuden viikonloppu aamiaismallin johdosta sekä lisää kokous-, ja juhla-asiakkaita uudistettujen tilaustarjoulupakettien johdosta.

2. Arvolupauksena yritys lupaa edelleen yöpymisen puhtaassa ja siistissä huoneessa, joissa on esillä paikallista keramiikkaa ja käsitöitä sekä aamiaista, joka sopii myös vegaaneille. Lisäksi se tarjoaa ainutlaatuisia tilaustarjoiluja hyvällä palvelulla.
3. Jakelukanavina yritys käyttää edelleen sen omia nettisivuja, Facebook-sivustoa, Tripadvisor, ABC-portaalia, alueellista puhelinluetteloa, mainontaa muun muassa Lions Club, eläkeläisjärjestön lehdessä, Etelä-Suomen Juuka-seura ry:ssä ja lisäksi VisitKarelia.fi ja Booking.com sivustoja. Yritys tuo esiin uusia yhteistyökumppaneitaan vastaanotossa olevan esitelykansion avulla ja yhteistyökumppaneista voi olla mainintaa myös sen omilla internetsivuilla ja Facebookissa.
4. Asiakassuhteita yritys hoitaa henkilökohtaisesti kontaktoimalla asiakkaita sähköpostitse, puhelimitse sähköisten sivustojen kautta ja paikan päällä.
5. Tulovirrat koostuvat majoituksesta ja lisäpalveluista kuten viikonloppuaamiaisesta ja tilaustarjoiluiden järjestämisestä.
6. Avainresursseina yritys tarvitsee hyvän asiakaspalveluhenkisen ja osaavan henkilöstön, siistin ja viihtyisän miljöön, kanta-asiakassuhteiden ylläpidon ja uusien asiakkaiden hankinta.
7. Keskeisinä toimintoina yritys tarvitsee arvolupauksen toimittamiseen hyvän henkilöstön, luvattun aamiaisen ja muut lisäpalvelut
8. Keskeisinä kumppaneina yritys jatkaa vanhojen kumppaneiden kanssa ja yrityksen uusina potentiaalisina yhteistyökumppaneina on VisitKarelia.fi, Booking.com, Aunen Kukkapiha, Sini-kan Savikamari, Vikilän Käsityömyymälä, Erätaito Tero Toivonen, Ratsutalli Revontuli, Koli Freetime, Juuan Pitäjänmuseum, Pyötikön luostari ja Tuomelan Tupa.
9. Kustannusrakenne koostuu liiketoiminnasta syntyvistä olennaisimmista kustannuksista, joita ovat: kiinteistön ostoon otettu lainanhoitokulu, palkat ja sivukulut, sähkö eli lämmityskulut, pesulakulut, vakuutusmaksut, vesi, kiinteistönhoitokulut eli korjaus, jätehuolto, lumityöt ja elintarvikehankinnat. Yrityksen keskeisempiä toimintoja ovat lainanhoitokulut, palkat ja sivukulut ja sähkö.

5 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Majatalo Juuan ruokapalveluja palvelumuotoilun menetelmin. Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda yritykselle uudistettu aamiaismalli, tilaustarjoilupaketti sekä uusittu liiketoimintamalli, joita yritys voi hyödyntää tulevaisuudessa. Tutkimuksen tuloksena työn tarkoitus saavutettiin ja tuloksena syntyi uusi aamiaismalli viikoille tarjottavaksi, runsaampi brunssityylinen aamiaismalli viikonlopuille, kaksi erityyppistä tilaustarjoilupakettia, joita on helppo muunnella vuodenaikojen ja asiakkaiden toiveiden mukaisesti sekä uusittu liiketoimintamalli, jossa on ehdotettu uudet potentiaaliset yhteistyökumppanit yritykselle.

Tutkimuksen alussa toimeksiantajan haastattelussa kävi ilmi, että yritys tarvitsisi konkreettisia uudistuksia sen aamiaiseen, jossa tulisi kehittää erityisesti vegaaneille sopivia vaihtoehtoja. Haastattelussa ilmeni myös, että yrityksellä ei ole käytössään selkeää mallia tai hinnoittoa tilaustarjoilujen tarjoamisessa, joten toimeksiantaja toivoi myös näihin selkeitä ehdotuksia ja uudistuksia, joissa tulisi huomioida erikoisruokavaliot, keittiön kapasiteetti ja ajan ruokatrendit. Toimeksiantaja kertoi haastattelussa myös, että yritykselle ei ole juurikaan yhteistyökumppaneita, mutta se olisi kiinnostunut tekemään yhteistyötä lähialueen yritysten kanssa. Koska yrityksellä ei ollut selkeitä kokous-tilaustarjoilupaketteja, halusimme yrityksen kiinnittävän huomiota liikeidean kehittämiseen eli tarkennusta siihen mitä tarjotaan ja kenelle. Näiden pohjalta näimme oleelliseksi syventyä tarkemmin tuotekehityksen menestymisen osatekijöihin, alueellisiin ruokaperinteisiin, ruokamatkailun trendeihin sekä näkyvimpiin ruokatrendeihin 2018. Valittujen tutkimusmenetelmien avulla saimme tarvittavaa tietoa kehitystyön etenemisen ja onnistumisen kannalta. Toimeksiantajan haastattelu oli välttämätön valinta, jotta saimme toimeksiantajan näkökulman työhön ja totuudenmukaista tietoa yrityksen tämänhetkisestä toiminnasta.

Varaus ja vieraskirjat olivat tärkeää käydä tarkasti läpi, jotta saimme selville yrityksen suurimmat asiakasryhmät ja asiakkaiden mielipiteen yrityksen toiminnasta sekä sen palveluista. Net Scouting menetelmän avulla perehdyimme ajankohtaisiin ruokatrendeihin, yrityksen kilpailijoihin sekä tutustuimme yrityksen lähialueen palveluihin, aktiviteetteihin ja käyntikohteisiin. Lähialueen palvelut, käyntikohteet ja nähtävyydet käytiin tarkasti läpi, jotta osasimme valita yritykselle oikeat, potentiaalisimmat yhteistyökumppanit niiden joukosta. Yhteistyökumppanien valintaan vaikuttivat niiden etäisyys majatalosta ja niiden tarjoamat palvelut sekä hyötysuhde yritykselle. Halusimme korostaa perinteitä, paikallisuutta ja alueen tarjoamia palveluita yhteistyökumppanien avulla. Näiden yhteistyökumppanien lisäksi valitsimme näkyvyyden ja kannattavuuden lisäämiseksi VisitKarelia.fi ja Booking.com-sivustoille kuuluminen. Kysely oli toteutettava lomakekyselyn lisäksi myös verkkokyselynä, jotta saimme enemmän vastauksia potentiaalisilta asiakkailta majatalon hiljaisen yöpymisajankohdan vuoksi.

Haasteina oli, ettemme itse päässeet konkreettisesti majataloon paikan päälle jakamaan kyselyä, mutta asia ratkaistiin toimeksiantajan avulla ja majatalon työntekijät jakoivat sitä yöpyville asiakkaille kyselyn ajankohtana.

8x8-ideointimenetelmä oli mielestämme sopiva vaihtoehto kyselyn tulosten ja ideoinnin yhdistämiseksi. Tämän menetelmän avulla saimme runsaasti ideoita, joiden pohjalta loimme kaksi eri aamiaismallia, viikolle ja viikonlopulle sekä toimeksiantajan toivoman lisävalikoimalistan. Tilaustarjoilupakettien suunnittelussa päädyimme suunnittelemaan kaksi erillistä pakettia, joita olisi helppo muunnella vuodenaikojen ja asiakkaiden tarpeiden mukaan. Molempien pakettien suunnittelussa huomioitiin paikallisia ruokaperinteitä sekä ruokatrendejä 2018.

Koska yritys oli kiinnostunut laajentamaan yhteistyötä lähialueen yritysten kanssa, koimme Osterwaldin Business Model Canvasin sopivaksi vaihtoehdoksi uudistetun liiketoimintamallin esittämiseen. Mallin avulla oli helppo havainnoillistaa yrityksen tämänhetkinen liiketoimintamalli ja tuoda esiin kehittämämme uusi malli yritykselle.

Kehittämistyössä käytetty palvelumuotoilun nelivaiheinen malli oli mielestämme hyvä vaihtoehto toiminnallisen osuuden kuvaamiseen ja asiakaslähtöisen kehitystyön onnistumiseen. Työ rajattiin aamiaisen ja tilaustarjoilupaketin suunnitteluun sekä liiketoimintamallin kehitysehdotukseen. Kehitystyön ulkopuolelle jäivät yrityksen markkinointi, ruokapalveluiden tarkempi reseptiikka ja hinnoittelu. Jatkokehityksenä suosittelemme yritykselle keskittymistä sen markkinointiin, näkyvyyteen ja erityisesti sen omien kotisivujen visuaalisuuteen. Kokonaisuutena kehitystyönaihe oli mielenkiintoinen molemmille tekijöille ja uskomme työntekemisestä olevan hyötyä mahdollisten palveluinnovaatioiden kehittämisessä myös tulevaisuudessa.

Lähteet

Painetut

Adamsson, K., Havas, K. 2017. Vieraanvaraisuusala muutoksessa. Näkemyksiä hotelli-, ravintola- ja matkailualasta. Helsinki: Haaga- Helia ammattikorkeakoulu.

Brännare, R., Kairamo, H., Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. 4. painos. WSOY.

Hiltunen, E. 2017. Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa. Trendit ja ilmiöt. Juva: Bookwell.

Jutila, T. 2001. Menestyvä aamiaismajoituspalvelu. Pieksänmäki: RT-Print.

Liikala, J. 1996. Ruokapalvelujen markkinointi. Keuruu: Otava.

Löytänä, J & Korteso, K.2011. Asiakaskokemus. Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum

Manninen, J. 1998. Ruokapalvelujen markkinointi. Helsinki: Otava.

Ojasalo, K, Moilanen, T ja Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyönmenetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY.

Ojasalo, K. Moilanen, T. ja Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyönmenetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: WSOY.

Mertanen, E. 2012. Ruokapalveluja kehittämässä. Tampere: Juvenes Print.

Moritz, S. 2005. Service Design: Practical access to an evolving field. Köln: Köln International School of Design.

Mäkelä, J., Palojoki, P., Sillanpää, M. & Söderström, W. 2003. Ruisleivästä pestoon: Näkökulmia muuttuvaan ruokakulttuuriin. Porvoo: Bookwell Oy.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2015. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. 4. painos. Vantaa: Hansaprint Oy.

Sallinen, P. 2002. Karjalainen keittokirja. 2. painos Helsinki: Tammi.

Stenroos, M. 1999. Carelia a la Carte. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.

Sähköiset

Facebook 2018. Majatalo Juuka. Viitattu 10.3.2018.

<https://www.facebook.com/majatalojuuka/>

Finder 2018. Viitattu 1.2.2018.

<https://www.finder.fi/Majoituspalveluja/Majatalo+Juuka/Juuka/yhteystiedot/3117731>

Google Maps 2018. Place. Viitattu 4.4.2018.

<https://www.google.fi/maps/place/Majatalo+Juuka>.

Haapala, V. 2017. MTV Lifestyle Makuja. Näitkö syömme seuraavat 12 kuukautta? Vuoden 2018 ruokatrendit listattiin. Viitattu 10.4.2018.

<https://www.mtv.fi/lifestyle/makuja/artikkeli/naitako-syomme-seuraavat-12-kuukautta-vuoden-2018-ruokatrendit-listattiin/6710930#gs.hbKWk10>

Heikkilä, A. 2017. Stara. Vuoden 2018 ruokatrendit paljastettiin- näin ruokavalio muuttuu. Viitattu 10.4.2018.

<https://www.stara.fi/2017/12/31/vuoden-2018-ruokatrendit-paljastettiin-nain-ruokavalio-muuttuu/>

Hietalahti, N. 2018. Food strategist. Kuudes Helsinki. Ruokatrendit 2018. järvikalaa, cocktailleja ja hyvän omatunnon valmisruokaa. Viitattu 10.4.2018.

<https://medium.com/kuudes/ruokatrendit-2018-jarvikalaa-cocktaileja-ja-hyvan-omantunnon-valmisruokaa-fb9661934e86>

Juuka 2018. Hotellit ja majatalot. Viitattu 1.2.2018.

<http://www.juuka.fi/fi/matkailu/majoitus/majatalot/>

Koivisto, S. 2018. Meillä kotona. Maku. Vuoden 2018 kiinnostavimmat ruokatrendit: kotisirkkoja, syötäviä kukkia ja hapankaalin näyttävä paluu! Viitattu 10.4.2018.

<https://www.meillakotona.fi/artikkelit/vuoden-2018-kiinnostavimmat-ruokatrendit-kotisirkkoja-syotavia-kukkia-ja-hapankaalin-nayttava-paluu>

Lumo Lifestyle 2018. Ruokatrendit 2018. Viitattu 10.4.2018.

<http://lumolifestyle.blogspot.fi/2018/01/ruokatrendit-2018.html>

Lähteenmäki, P. 2018. Talouselämä Lifestyle. Trendit 2018. Ruoka 2018: Mikä on tämän vuoden kuumin ruokatrendi? Viitattu 10.4.2018.

<https://www.talouselama.fi/uutiset/ruoka-2018-mika-on-taman-vuoden-kuumin-ruoka-trendi/ade0808b-2108-35a1-96be-0208991eda6b>

Majatalo Juuka 2018. Viitattu 26.1.2018.

<http://www.majatalojuuka.fi/>

<http://www.majatalojuuka.fi/fi/huoneet>

<http://www.majatalojuuka.fi/info>

<http://www.majatalojuuka.fi/fi/palvelut>

Maria Kotitalouskriisi blogi 2017. Kaksplus blogit. Viitattu 5.5.2018.

<https://www.kaksplus.fi/blogit/kotitalouskriisi/mustikka-valkosuklaa-raakakakku-terveellisempi-kakku-lasten-synttäreille/>

Moilanen, M. 2018. Jotain maukasta- ruokablogi. Vuosi vihertää - ruokatrendit 2018. Viitattu 10.4.2018. <http://www.jotainmaukasta.fi/2018/01/02/ruokatrendit-2018/>

Puukarin pysäkki 2018. Viitattu 17.2.2018.

<https://www.puukarinpysakki.com/majoitus>

<https://www.puukarinpysakki.com/suomeksi>

Suomen Yritysrekisteri 2018. Viitattu 16.2.2018.

<https://suomenyritysrekisteri.fi/yrityshaku-tarkennettu/>

<https://suomenyritysrekisteri.fi/yrityshaku-tarkennettu/pohjois-karjala/>

<https://suomenyritysrekisteri.fi/yritykset/syrjavaaran+majatalo/4736613/>

VisitKarelia 2018. Viitattu 16.2.2018.

a) aktiviteetit

<http://www.visitkarelia.fi/fi/Matkailu/Majoitus/Maailamajoitus,-BB-ja-majatalot/Liperi,-Outokumpu,-Polvijarvi,-Juuka-ja-Kontiolahti#category=activities&initialsearch=true&sorting=Name&area=Juuka&acctype=null&adults>

b) käyntikohteet ja nähtävyydet

<http://www.visitkarelia.fi/fi/Matkailu/Majoitus/Maailamajoitus,-BB-ja-majatalot/Liperi,-Outokumpu,-Polvijarvi,-Juuka-ja-Kontiolahti#category=sights&initialsearch=true&sorting=Name&area=Juuka>

c) majoitusvaihtoehdot

<http://www.visitkarelia.fi/fi/Matkailu/Majoitus/Maailamajoitus,-BB-ja-majatalot/Liperi,-Outokumpu,-Polvijarvi,-Juuka-ja-Kontiolahti#category=accomodation&initialsearch=true&area=Juuka,Kontiolahti,Liperi,Outokumpu,Polvij%C3%A4rvi&acctype=Maailamajoitus&adults=2&arrival=17.02.2018&departure=24.02.2018&sorting=Name>

C) palvelut

<http://www.visitkarelia.fi/fi/Matkailu/Majoitus/Maailamajoitus,-BB-ja-majatalot/Liperi,-Outokumpu,-Polvijarvi,-Juuka-ja-Kontiolahti#category=services&initialsearch=true&sorting=Name&area=Juuka>

Julkaisemattomat

Pääskylvuori, M. 2018. Toimeksiantajan haastattelu. 7.3. ja 17.4. 2018. Majatalo Juuka. Helsinki.

Taulukot

Taulukko 1: Vuoden 2017 asiakaskunta

Taulukko 2: Kommentteja aamupalasta

Kuvat

| | |
|---|----|
| Kuva 1: Majatalo Juuan sijainti kartalla | 7 |
| Kuva 2: Majatalo Juuan liikeidean kuvaus | 9 |
| Kuva 3: Menestymisen kolme osatekijää..... | 11 |
| Kuva 4: Palvelumuotoilun prosessi | 18 |
| Kuva 5: Juuan alueen mahdollisuuksia | 23 |
| Kuva 6: Potentiaaliset yhteistyökumppanit | 24 |
| Kuva 7: Vegaaniaamiaisen vastausten jakaumat | 26 |
| Kuva 8: Paikallisten tuotteiden vastausten jakaumat | 27 |
| Kuva 9: Tilauspaketti-tyyppi vastausten mukaan | 27 |
| Kuva 10: Vastaajien toiveita aamiaiselle | 28 |
| Kuva 11: 8x8 Ideoita..... | 29 |
| Kuva 12: Karjalainen kasvismenuehdotus | 32 |
| Kuva 13: Karjalainen juhlamenuehdotus | 34 |
| Kuva 14: BMC Majatalo Juuka..... | 36 |

Liitteet

| | |
|--|----|
| Liite 1: Haastattelukysymykset..... | 47 |
| Liite 2: Lisähaastattelukysymykset | 48 |
| Liite 3: Kysely | 48 |

Liite 1: Haastattelukysymykset

1. Mikä on yrityksen tämänhetkinen henkilöstömäärä sekä toimenkuvat?
2. Minkälainen on henkilöstönkeittiöpuolen ammattitaito, onnistuuko kaikilta tarjoiluiden valmistaminen sekä mahdolliset erikoistilaukset?
3. Mitä tällä hetkellä tarjottava aamiainen sisältää? Onko aamiaiseen saatavilla lisätuotteita? Jos on niin mitä ja mihin hintaan?
4. Mitä yritys tarjoaa kokouksissa, juhlissa ja tilaisuuksissa?

Millä periaatteella ja vaikuttavatko asiakkaan toiveet?
5. Mitkä ovat olleet isoimmat ja tärkeimmät juhlatilaukset?
6. Miten hyvin erikoisruokavalioita huomioidaan? (gluteeniton, laktoositon, vegaaninen ym.)
7. Mikä on suurin menekkituote?
8. Onko olemassa yhteistyökumppaneita tai sopimuksia? Jos on niin keiden kanssa?
9. Olisiko yritys kiinnostunut laajentamaan yhteistyötä lähialueiden yritysten kanssa?
10. Mitkä ovat yrityksen asiakassegmentit?
11. Onko asiakkailla tehty mielipide/ asiakastyytyväisyyskyselyitä?
12. Minkä tyylistä muutosta yritys toivoo ruokatuotteilleen?

Liite 2: Lisähaastattelukysymykset

1. Teillä on sekä yritys, että yksittäisasiakkaita, ketkä ovat teille "tärkeimpiä" asiakkaita?
2. Mitä tärkeimmät asiakkaat teiltä haluavat?
3. Mitä kanavia käytätte asiakkaiden tavoittamiseen?
4. Mistä asiakkaat ovat valmiita maksamaan ja kuinka paljon?
5. Kuinka hinnoittelette tuotteet ja palvelut? Mistä tulovirta koostuu?
6. Mitkä ovat kriittisimmät resurssit, joita tarvitsette arvolupauksen toimittamiseen?
7. Kerroit, että teillä ei juuri ole yhteistyökumppaneita, mutta kerroit että kuitenkin välillä tilaatte leivonnaisia martoilta tms. Saisimmeko tietoon tarkemman nimen/paikan mistä tilaatte? Kuka hoitaa jätehuollon ym.? Elintarvikkeiden toimittaja? Onko muita toimijoita, kenen kanssa sopimuksia/yhteistyötä?
8. Mistä syntyy liiketoiminnan olennaisimmat kustannukset? Ja mitkä niistä ovat keskeisimpiä toimintoja ja kalleimpia?

Liite 3: Kysely

1. Sukupuoli
2. Ikä
3. Kuinka usein käytät majoituspalveluita?

Kerran vuodessa tai harvemmin

2-3 kertaa vuodessa

Kerran kuussa tai useammin

4. Vaikuttaako aamiaisen saatavuus ja valikoima majoituspaikan valintaan?

Ei vaikuta ollenkaan

Vaikuttaa hieman

Vaikuttaa paljon

5. Mikäli aamiainen on saatavilla vain ennakkotilauksesta, tilaisitko aamiaisen?

Kyllä

Ehkä

En

6. Paljonko olisit valmis maksamaan aamiaisesta?

5-10 €

10-15 €

15-20 €

7. Olisitko halukas kokeilemaan vegaaniaamiaista?

Kyllä ehdottomasti

Ehkä luultavasti

En ollenkaan

8. Arvostatko aamiaisen valikoimassa paikallisia tuotteita?

Kyllä ehdottomasti

Ehkä hieman

En ollenkaan

9. Mitä mieltä olet aamiaisesta, joka sisältää: kinkkua, meetwurstia, juustoa, tomaattia, kurkkua, paprikaa, vihreää salaattia, suolakurkkua, leipää tumma & vaalea, levitteet margariini & oivariini, tuoremehua omena & appelsiini, keitettyä kananmunaa, jogurttia, kahvia, teetä ja maitoa?

Erinomainen

Hyvä

Tyydyttävä

10. Mitä haluamasi aamiainen sisältäisi?

11. Minkä tyyppisen tarjoilupaketin valitsisit juhliisi?

Trendi: Tyrni-avokado raakakakku, Pesto-pinjansiemen piirakka, Linssisalaatti, Nokkosmojito

Perinteinen: Mansikka-kermakakku, Kinkkupiirakka, Vihersalatti, Kotikalja

Paikallinen: Marjapiirakka, Savustetut muikut, Sienisalaatti, Mahlajuoma