



Ravintolatilojen muuttaminen lounasasiakkaille sopivaksi

Sara Rodero

2018 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Ravintolatilojen muuttaminen lounasasiak- kaille sopivaksi

Sara Rodero
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Marraskuu

Sara Rodero

Ravintolatilojen muuttaminen lounasasiakkaille sopivaksi

Vuosi 2018 Sivumäärä 37

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ravintolatilojen kehittämistarpeita ja tehdä niiden perusteella kehittämissuositus, jolla saadaan ravintolan tilat lounasasiakkaille sopivammaksi. Ravintolan tilat on osoittautuneet useamman kerran hieman ongelmalliseksi lounasasiakkaille, sillä ravintolan tiloja ei ole suunniteltu tarjoamaan ruokaa buffetin muodossa ja tällä hetkellä kyseisestä syystä, lounastuotteet sijaitsevat eri puolilla salia.

Teoriaosuudessa perehdyttiin ravitsemisalaa yleisellä tasolla, ravintolakonsepteihin ja tilasuunnitteluun. Teoriaosuudessa perehdytään myös asiakastytytyvyyteen ja palvelumuotoiluun. Kilpailija-analyysi tehtiin benchmarkkaamalla kolmen kilpailevan yrityksen lounastuotetta. Opinnäytetyössä tehtiin kvalitatiivinen tutkimus kyselylomakkeen avulla. Kysely toteutettiin paperiversiona ravintola Grin&Gos:n asiakkaille lounasaikana. Lisäksi kolmantena tutkimusmenetelmänä käytettiin havainnointia, joka suoritettiin kolmena eri päivänä ravintola Grin&Gos:ssa.

Benchmarkkaamalla saatiin selville kilpailijoiden toimintatapoja. Havainnoinnin ja kyselylomakkeiden avulla löydettiin ravintolatilojen kehittämistarve ja pystyttiin löytämään siihen ratkaisu. Tulokset vahvistivat, että aiemmin huomioitu ravintolan tilojen kehittämistarve oli todellinen ja tulosten avulla pystyttiin tekemään ravintolalle kehitysehdotus. Havainnoinnin tuloksista tuli esille tilojen ahtaus erityisesti lämpimän linjaston ja kassan edessä. Näihin kohtiin muodostui kaksi erillistä jonoa, joista muodostui lopuksi yksi iso ihmismassa.

Kehitysehdotuksessa muutetaan ravintolan tiloja avarammaksi tilaympäristöksi ja siirretään kaikki lounastuotteet samaan paikkaan yhteen linjastoon. Kehitysehdotuksen avulla ravintola pystyy parantamaan lounasasiakkaiden kokemusta ja kulkemista tiloissa. Ehdotuksessa myös työntekijöiden työskentely ja liikkuminen muuttuisi sujuvammaksi ravintolan tiloissa.

Asiasanat: ruokapalvelut, tilasuunnittelu, kehittäminen, lounas

Sara Rodero

Changing Restaurant Facilities for Catering Lunch Clients

Year	2018	Pages	37
------	------	-------	----

The purpose of the thesis was to examine the needs for the developing restaurant facilities and to make a development suggestion. On the basis of suggestion it will be possible to make restaurant facilities more suitable for lunch clients. The restaurant's facilities have been proven to be problematic for lunch clients, as the restaurant facilities are not designed to provide food in the form of buffets and lunch items are located across the restaurant facility.

The theoretical section covers nutrition in general, restaurant concepts and space planning. The theoretical section also focuses on customer satisfaction and service design. A competitor analysis was conducted by benchmarking the lunch provision of the three competing companies. A qualitative research was carried out through a survey. The survey was implemented as a paper version for restaurant guests at Grin&Gos at lunchtime. In addition, the third method used was observation performed on three different days at the Grin&Gos restaurant.

Benchmarking was used to scrutinize how competitors worked. Observation and questionnaire revealed the need to develop the restaurant facilities. The results confirmed that the earlier development needs of the restaurant premises were real and the results made it possible to make a development proposal for the restaurant. The results of the observations revealed the stalling of the premises especially in front of the hot line and the cashier. Two separate queues were formed at these points, which resulted in one big human mass.

The development proposal changes the restaurant facilities to a more spacious environment and transfers all lunch items to one same location. With this development proposal, the restaurant can improve the experience of the lunch clients. The proposal would also make the work and movement of the employees more smooth on the restaurant premises.

Keywords: food services, space planning, development, lunch

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Ravintola Grin&Gos	6
1.2	Toimeksianto, lähtökohdat, kehittämistarpeet	7
2	Hotelli- ravintola- ja cateringala	7
2.1	Ruokapalvelut	9
2.2	Ravintolakonseptit	9
2.2.1	Pikaruokaravintolat ja kahvilat	10
2.2.2	Henkilöstöravintolat	11
2.2.3	Ruokaravintolat	12
2.3	Tilasuunnittelu ravintolassa	12
2.4	Lounas	15
3	Asiakastyytyväisyys	15
3.1	Asiakaskokemus	17
3.2	Palvelumuotoilu	18
3.3	Palveluprosessi	19
4	Ravintolatilän kehittäminen	20
4.1	Kehittämiskohde	20
4.2	Käytetyt tutkimusmenetelmät	21
4.3	Benchmarking	21
4.4	Havainnointi	26
4.5	Kysely lounasasiakkaille	29
5	Kehitysehdotukset	31
6	Pohdinta	33

1 Johdanto

Opinnäytetyössä tutkitaan ravintola Grin&Gos:n tilojen kehittämismahdollisuuksia. Työssä keskitytään lounastuotteen toimivuuteen ravintolan tiloissa lounasaikana. Opinnäytetyön tavoitteena on löytää kehitysratkaisu ravintolan tiloille, jotta lounasasiakkaiden olisi helpompi käyttää ravintolan lounastuotetta.

Toimeksiantaja ravintola Grin&Gos tarjoaa lounasta noutopöydän muodossa arkisin kello 10.30 - 15.00 aikana. Työskentelin tarjoilijana ravintola Grin&Gos:ssa vuoden 2017- 2018, jonka aikana ravintolan tilojen kehittämiskohde nousi useasti esille. Opinnäytetyössä keskitytään ainoastaan ravintolan lounastuotteen toimitilan kehittämiseen, joten tutkimusmateriaaleista jätetään huomioimatta kokonaan lounastuotteen sisältö ja ravintolan a la carte osuus.

Tutkimusmateriaaleina käytetään benchmarkingia, havainnointia ja asiakaskyselyitä. Edellä mainittujen tutkimusmenetelmien avulla tutkitaan miten kilpailevat yritykset toimivat, tarkastellaan Grin&Gos:n ravintolatilojen todelliset kehittämiskohteet ja saadaan selville asiakastyytyväisyys. Tuloksien avulla ymmärretään lounastuotteen heikkoudet ja vahvuudet, joiden avulla ravintola Grin&Gos pystyy löytämään ratkaisuja ja tekemään parempia sekä tehokkaampia tuloksia.

Opinnäytetyön keskeisemmät käsitteet ovat lounastuote, tilasuunnittelu, palveluprosessi, asiakastyytyväisyys, ruokapalvelut sekä asiakaspalvelu ravintolassa. Aiheet on rajattu ja mietitty palvelemaan tutkimuksen keskeisempiä ja tuloksellisempia tarpeita.

1.1 Ravintola Grin&Gos

Ravintola Grin&Gos sijaitsee Mäntsälän keskustassa keskuskadun päässä. Ravintola on toiminut nykyisellä sijainnillaan maaliskuusta 2017 lähtien. Grin&Gos tarjoaa lounasta klo 10.30-15.00 aikana, jonka jälkeen tarjoilu tapahtuu a la carte-listalta. Grin&Gos on a la carte ravintola, mutta lounastuote on merkittävä osa ravintolan myyntiä. Päivittäin lounaalla käy keskimäärin 100 ruokailijaa, joista suurin osa on yritysasiakkaita. Kasvavan Mäntsälän ansiosta, ympäriltä löytyy mm. jatkuvasti rakennusmaita, joista työntekijät ruokailevat ravintola Grin&Gos:issa.

Ennen Mäntsälän sijaintia ravintola Grin&Gos sijaitsi Espoossa Niittykummussa. Niittykummun tilojen vuokrasopimuksen päätyttyä ja ympärillä tapahtuvan suuren työmaan johdosta, Grin&Gos päätti muuttaa sijaintia ja löysi ravintolalle paikan Mäntsälästä. Asiakaspaikkoja ravintolasta löytyy 120.

Ravintolassa työskentelee yhteensä noin 10 työntekijää, 5 keittiössä ja 5 tarjoilijaa. Ravintolasalin puolella ei kuitenkaan työskentele samaan aikaan kuin yksi työntekijä, paitsi lauantaisin tai muina kiireisinä pyhä/juhlapäivinä. Keittiössä saman aikaisesti työskentelee aina

vähintään kolme työntekijää, pääkokki, apukokki, sekä apuri muissa tehtävissä, kuten lisukkeiden teossa ja astiahuollossa.

1.2 Toimeksianto, lähtökohdat, kehittämistarpeet

Tarjoilija saapuu työvuoroonsa puoli tuntia ennen lounaan alkua ja valmistelee tänä aikana salin valmiiksi lounasta varten. Tarjoilijan tehtäviin kuuluu täyttää vesikannut ja viedä ne pöytiin valmiiksi asiakkaille, keittää kahvit ja tee termoskannuihin, tarkistaa vessojen puhtaus ja avata ravintolan ovet. Keittiön henkilökunta valmistelee lounastarjonnan esille noutopöydään. Kesäaikaan tarjoilijan työtehtäviin kuuluu myös terassin avaaminen.

Lounastuotteen sisällöstä ei ollut vuoden toimimisen jälkeen ilmestynyt suurempia ongelmakohtia, joita täytyisi opinnäytetyössä lähteä tutkimaan, mutta vuoden samojen toimintatapojen jälkeen on hyvä tarkastella kuitenkin asiakastytyväisyys lounastuotetta kohtaan, joka toteutetaan kyselylomakkeen avulla. Sen sijaan kehitystarvetta on osoittanut ravintolatilat lounasaikana, jotka erityisesti joidenkin kohtien ahtautensa vuoksi muodostavat ihmismassan lounastuotteen sujuvuuden kriittiseen kohtaan. Asiakastytyväisyyden lisäksi, toimeksiantona lähdetään siis tutkimaan myös ravintolatiloihin esille tullutta kehityskohdetta.

Grin&Gos:n lounas tarjoillaan noutopöydän muodossa ja se sisältää asiakkaalle rajattoman määrän salaattipöydän, keiton, pizzapöydän, sekä lämpimien ruokien antimia. Lämpimät ruuat sisältävät aina kahta eri liharuokaa ja päivittäin vaihtuvan keiton, kasvikset sekä kaksi eri lisuketta, kuten peruna ja riisi. Juomaksi tarjoillaan vettä ja mehua. Lounasaikana paikalta löytyy yksi tarjoilija, joka rahastaa lounasasiakkaita ja pitää salin puhtaana.

Lounaan hinta on 9,40€, keitto- ja salaattilounas 7,80€, eläkeläisille euron edullisempi ja lapset alle 10 vuotiaat saavat syödä lounaan hintaan 4,70€ ja alle 5 vuotiaat hintaan 3€. Lounas sisältää myös kahvin tai teen ja mahdollisen jälkiruuan. Vesikannut viedään lounaan aikana valmiiksi pöytiin ja mehua asiakas saa salaattipöydällä sijaitsevasta mehupisteeltä. Asiakkaiden ei tarvitse palauttaa astioitaan palautuspisteeseen, vaan tarjoilija korjaa astiat pöydiltä pois suoraan keittiön astiahuoltoon.

Esille tulleet selkeät kehittämiskohteet on huomattu lounaan tarjoilussa sekä aiemmin mainitussa työympäristössä. Näiden perusteella opinnäytetyön kehittämiskohteiksi valikoitui ravintolan tilat ja työssä keskitytään tilojen toimivuuteen, mutta tullaan katsomaan myös lounasasiakkaiden asiakastytyväisyyttä lounastuotetta kohtaan. Opinnäytetyön tulosten avulla pyritään kehittämään ravintolantilojen soveltuvuutta lounasaikana paremmaksi.

2 Hotelli- ravintola- ja cateringala

Kodin ulkopuolella tapahtuva ruokailu on yksi suurin vapaa-ajan tapahtuma. Hyvä ruoka, ystävien näkeminen ja miellyttävä ympäristö luo ihmiselle elämäniloa. Matkustuskulttuurin ja

tehokkaan tiedonvälityksen johdosta, ihmiset ovat oppineet tuntemaan kansainvälistä hotellien ja ravintoloiden toimintaa. Tästä syystä myös suomalaisille kuluttajille on helpompi myydä uusia ideoita. (Walker & Lundberg 2001, 4; Hemmi, Häkkinen & Lahdenkauppi 2008, 9.)

Suomessa majoitus- ja ravintolatoiminta työllistää yhteensä noin 82 600 henkilöä. Ravinoloissa työskentelee yhteensä noin 67 900 henkilöä ja majoituspalveluissa työskentelee noin 14 700 henkilöä. Viime vuosina ravintolapalvelut ovat työllistäneet entistä enemmän ja kasvavan vapaa-aika kulttuurin myötä, se tulee työllistämään ihmisiä myös tulevaisuudessa. Ravintolalaa hallitsee vahvasti vaihtelevat sesongit, jonka takia ravintola-alalla työskentelee paljon myös osa-aikaisia sekä vuokratyöntekijöitä. (Ammattinetti 2018.)

Ravitsemisalan korkean asiakaskeskeisyyden vuoksi pyritään asiakkaiden tarpeisiin vastaamaan erilaisilla liikeideoilla. Ravintoloiden liike- ja toimintaideoissa on määritelty halutut asiakasryhmät, toimintatavat ja tarjottava palvelu. Ravintolat pystytään ryhmittelemään monin eri tavoin, sillä asiakkaita on lounasruokailuun saapuvista työntekijöistä aina romanttista illallista nauttiviin pariskuntiin asti. Ravintoloiden liikeidean kannattavan toiminnan tavoitteena on aina tyytyväinen asiakas. (Ammattinetti 2018.)

Hotelli- ja ravintola-ala on vahvasti osa matkailua ja sen tarkoituksena on tuottaa vapaa-aikaan tai työhön liittyviä hotelli-, ravintola-, viihde- ja kokouspalveluja niin kotimaisille kuin ulkomaisillekin asiakkaille. Työhön kuuluu ruuanvalmistuksen lisäksi myös asiakaspalvelu, myyntitehtäviä ja alkoholijuomien sekä muiden juomien anniskelua. Suuren matkustuskulttuurin sekä tehokkaan tiedonvälityksen johdosta asiakkaat ovat oppineet tuntemaan kansainvälistä hotellien ja ravintoloiden toimintaa. Tästä syystä myös suomalaisille kuluttajille on helpompi myydä uusia ideoita. (Hemmi ym. 2008, 9.)

”Hotelli-, ravintola- ja cateringala on vahvasti sidoksissa vallitsevaan taloudelliseen tilanteeseen, rahaan ja vapaa-aikaan, jonka takia ala on herkkä suhdanteille” (Hemmi ym. 2008, 10). Matkailu ja ravintolapalvelut Mara (2016) kertoo internetsivuillaan tulevaisuudessa matkailu ja ravitsemusalalla korostuvan merkittävästi kulttuuriosaaminen, eettisyys, ympäristöosaaminen sekä kestävän kehityksen olevan suuressa merkityksessä.

Mara (2016) jatkaa, että tulevaisuudessa asiakassegmenttien laajentuessa tarvitaan myös hyvää kielitaitoa omaava henkilökunta pysyäkseen kyvykkäänä palvelemaan erilaisia asiakkaita. Asiakassegmenttien laajentuessa, ne tulevat myös muuttumaan ja kuluttajat haluavat entistä enemmän yksilöllisempiä palveluita. Kuluttajien ympäristöarvot muuttuvat ja haluavat eettisesti tuotettua ruokaa, kuten lihaa. Kuluttajien ympäristöarvot ovat myös valintaan vaikuttavia tekijöitä. (Ammattinetti 2016.)

Hemmi ym. (2008, 10) toteavat matkailu- ja ravintola-alalla olevan aina asiakkaita, sillä ihmiset kaipaavat elämäänsä vapaa- aikaa ja elämyksiä. Ala pystyy myös muuntautumaan sekä uusiutumaan asiakkaiden tarpeiden mukaiseksi ja tällä tavoin vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin vallitsevien virtausten mukana. Palvelun merkitys ei tule myöskään koskaan loppumaan, sillä tekniikka ei pysty korvaamaan ihmistä, joka tässä tapauksessa rakentaa asiakkaalle koko asiakaspalvelukokemuksen. Tuotteita ja toimintaympäristöä voidaan muokata loputtomasti, mutta asiakaspalvelu tulee aina olemaan palvelun keskeisin ja merkittävin osa asiakkaiden palvelukokemuksessa. Asiakaspalvelu määrittää palvelun laadun, joka määrittää myös yrityksen menestymisen.

2.1 Ruokapalvelut

Ruokapalvelut käsitteenä tarkoittaa kaikkea kodin ulkopuolella asiakkaille tarjottavasta ruokailusta ja se sisältää ruokatuotteen lisäksi myös siihen liittyvän asiakaspalvelun. Ruokapalvelun voi tarjota useammalla eri tavalla, kuten asiakas voi nauttia ruoan valmistuksen yhteydessä, kotiin tuotuna tai kuljetettuna jakelupisteisiin. Ruokapalvelun näkyvin osa on siihen liittyvä asiakaspalvelu, mutta palveluiden näkymättömin osa on sen suunnitteluvaiheet, toteutus, seuranta ja kehittäminen. (Lampi, Laurila & Pekkala 2012, 9.)

Yleisesti ruokapalveluja tuottavia keittiöitä kutsutaan ammattikeittiöiksi, joista käytetään myös nimitystä suurkeittiö tai suurtalous. Hotellien ja ravintoloiden keittiöt, sekä muiden ravintola-alan yritysten ruokapalveluja tuottavia keittiöitä kutsutaan ammattikeittiöiksi. Toiminta-ajatus sekä liikeidea ohjaavat ruokapalveluiden toimintaa ja määrittävät yrityksen tavoitteet. Liike-idealla yritys määrittelee yrityksen asiakkaat, tarjottavat tuotteet ja palvelut sekä millä tavalla yritys haluaa ne toteuttavan. (Lampi ym. 2012, 10.)

Ruokapalveluita tuottavat keittiöt voidaan ryhmitellä kolmeen eri ryhmään. Julkisen hallinnon keittiöt ovat kuntien hallinnossa olevat päiväkotien ja sairaaloiden keittiöt. Julkisen hallinnon keittiöitä ylläpidetään verovaroin ja ne pyrkivät tuottavuuteen ja kannattavuuteen, mutta eivät tavoittele voittoa. Toinen ruokapalveluiden ryhmittymä ovat henkilöstöravintolat, jotka ovat yrityksen omassa omistuksessa olevia ravintoloita, joita hoitaa kuitenkin ulkopuolinen yritys. Kolmas ryhmittymä on hotelli- ja ravintola-alan yritykset, jotka toimivat liiketaloudellisin periaattein. Näihin kuuluvat myös kahvilat, pikaruokalat sekä ateriapalvelut. (Lampi, ym. 10.)

2.2 Ravintolakonseptit

Ravintolassa asiakkaiden tilaamat ruoka-annokset tuodaan pöytään, ellei kysymyksessä ole itsepalveluperiaate, kuten noutopöytä. Ravintoloissa on useimmiten mahdollisuus tilata ruoka-annokset mukaan ja osa ravintoloista tarjoaa myös kotiinkuljetuksen, jolloin asiakas voi tilata ruoan suoraan kotiin. Ruokaravintoloita ovat sellaisia, joiden palvelu perustuu ruokamyyniin. (Ammattinetti 2018.)

Jokaisen ravintolan konsepti ja liikeidea tulee ilmetä heidän yleiskuvasta ja imagosta. Ravintolan liikeidean ja toiminta-ajatus tulee myös sopia ravintolan sijaintiin, menuun ja sisustukseen. Liike-idean täytyy kuvastua kaikesta, joka yhdistyy ravintolan olemukseen, markkinointiin ja toimivuuteen. Ravintolan julkinen olemus on koko kehys sen toiminta-ajatukselta ja siihen kuuluu mm. sisustus, työvälineet sekä myös rakennus, jossa ravintola sijaitsee. (Walker & Lundberg 2001, 56.)

Ruokaravintoloiden toiminta-ajatus ryhmittelee ravintolat lounas-, erikois-, etnisiin-, seurustelu- ja fine dining -ravintoloihin. Ravintolan liikeidean ja ryhmittäytyminen tulee näkyä siis ravintolan kokonaiskuvasta. Lounasravintolat sijaitsevat yleensä liikekeskuksissa tai muuten yritysten lähetyillä. Lounasta tarjoilee myös erilaiset kahvilat ja pysähdyspaikat. Lounas tarjoillaan tiettyyn kellonaikaan ja se on suunniteltu valmiiksi, jotta asiakkaan on helppo ja nopea ruokailla ruokatuntinsa aikana. (Hemmi ym. 132.)

Erikoisravintolat ovat erikoistuneet selkeästi tiettyyn teemaan, kuten mereneläviin, kasvisruokaan, hampurilaisiin, tai maakohtaiseen keittiöön. Etniset ravintolat sen sijaan ovat erikoistuneet tiettyyn maan, raaka-aineiden ja valmistustapaan. Tällaisia ravintoloita ovat mm. kiinalainen, thaimaalainen tai meksikolainen ravintola. Usein myös ravintolaketjuissa ja ravintolapisteissä järjestetään teemaviikkoja eri maiden keittiöiden tarjonnalla. Suosittuja teemoja ovat mm. espanjalainen, italialainen ja meksikolainen keittiö. (Hemmi, ym. 2008, 132-133.)

Ravintoloista löytyy ravintolan tasokkuuden mukaisesti useita erilaisia toimenkuvia. Ravintolapäällikkö suunnittelee ja organisoii ravintolan toimintaa, sekä vastaa budjetoinnista, markkinoinnista ja liiketoiminnan onnistumisesta. Hovimestari, toiselta nimeltään vuoropäällikkö on salihenkilökunnan esimies, joka vastaanottaa asiakkaat, myy ja suosittelee ruokia ja juomia. Hovimestari huolehtii myös vuorolistoista ja henkilökunnasta. Viinimestari vastaa viini- ja juomalistoista, kouluttaa henkilökuntaa, laatii viinisuositukset ja vastaa viinien tarjonnasta. Tarjoilija vastaa omalta osaltaan ravintolasalista, asiakaspalvelusta ja myyntityöstä. Vahtimestari vastaanottaa asiakkaat ja huolehtii vaatesäilytyksestä sekä asiakkaiden turvallisuudesta. Keittiömestari on keittiön esimies, joka suunnittelee ja laatii ruokalistan ja annokset. Keittiömestari tilaa raaka-aineet ja laatii keittiöhenkilökunnan työvuorolistat. Kokki valmistaa ja viimeistelee ruoka-annokset. (Hemmi, ym. 2008, 73.)

2.2.1 Pikaruokaravintolat ja kahvilat

Pikaruokaravintolan liikeidea on nimensä mukaisesti tuottaa ruokaa nopeasti. Asiakkaan tulisi saada tilauksensa minuutissa, eikä jonottamiseen kuuluisi kuluu paria minuuttia enempää edes ruuhka-aikoihin. Liikeideaan kuuluu ruokailla paikan päällä, mutta myös mahdollisuus ottaa tuote mukaan, tätä kutsutaan take away tuotteeksi. (Hemmi ym. 2008, 59.)

Pikaruokaravintolat ovat saaneet Suomessa alkunsa, kun 1970- ja 1980- luvuilla ravintolaillan päätteeksi kokoonnuttiin aamuyöstä paikalliselle nakkioskille syömään hampurilaisia, makkaraherkkuja tai ranskanperunoita. Suomessa ensimmäinen pikaruokaravintola Carrols perustettiin Helsinkiin vuonna 1975. (Hemmi ym. 2008, 60.)

Maailmanlaajuisissa pikaruokalaketjuissa on helppo asioida myös turistien, sillä ruokalista ja tuotteet ovat samoja ympäri maailman. Asiakas tietää saavansa aina tasalaatuista ja samantyyppisiä tuotteita kuin kotimaassakin. Palvelu ja hinnat pysyvät maasta huolimatta myös suhteellisen samoina. Pikaruokaravintolat ovat maailmanlaajuinen ilmiö, jonka suosio säilyy. (Hemmi ym. 2008, 61-63.)

Kahvilat ovat suosittuja levähdyspaikkoja, joissa tavataan esimerkiksi ystäviä tai virkistäytymään perheen kanssa. Kahviloita sijaitseekin paljon muun yrityksen yhteydessä, kuten kauppakeskusten yhteydessä. Kahviloiden yleisimmät myyntituotteet ovat makeat ja suolaiset leivokset, kahvi sekä usein myös pienet ruoka-annokset. Tasokkaissa kahviloissa tarjoillaan erilaisia kahvi- ja teelaatuja. Leivonnaiset ovat usein myös kahvilan omasta leipomosta tai raakapakasteita ja paikan päällä paistettuja. (Hemmi ym. 2008, 69.)

Kahviloiden ympäristö on miellyttävää ja viihtyisää. Tuotteiden esillepanoon, järjestykseen ja myyvyyteen on kiinnitetty huomiota. Tasokkaimpien kahviloiden palveluihin kuuluu myös pöytätarjoilu ja ne sijaitsevat taajama-alueilla keskeisillä paikoilla, ja usein niillä voi olla myös pitkät perinteet. Suomalaisia vanhimpia kahviloita edustaa Helsingissä vuonna 1852 perustettu Cafe Ekberg ja 1891 perustettu Karl Fazer Cafe. Molemmat edellä mainitut yritykset ovat aloittaneet toimintansa leipomokonditoriana ja laajentaneet myöhemmin toimintaansa. Nykyaikaisuutta edustaa parhaiten ympäri maailmaa levinnyt amerikkalainen Starbucks Coffee -ketju. (Hemmi, ym. 2008, 70-71.)

2.2.2 Henkilöstöravintolat

Henkilöstöruokalot ovat kokeneet muutoksen ankeista työmaaruokaloista täyden palvelun ravintoloiksi. Kilpailu on alalla raakaa säännöllisesti tapahtuvan kilpailutuksen vuoksi. Pikaruokapaikat ja perinteikkäämmät ravintolat käyvät kilpaa samasta asiakaskunnasta (Yle 2017).

Henkilöstöravintolabisneksen kymmenen vuoden taantuman jälkeen ollaan nousemassa takaisin ylös. Vuonna 2008 alalla alkoi mennä huonosti finanssikriisin aikana, kun tuotantoa siirrettiin ulkomaille ja tehtaita jouduttiin sulkemaan. Tehtaiden sulkeminen johti myös suurien työpaikkaravintoloiden sulkemiseen. MaRan tekemistä statistiikoista selviää, että ravintolalan liikevaihdon vuosimuutos, joka oli tammi-helmikuu 2017 lähes kolme prosenttia ja myynti oli plussalla reilun prosentin (ensimmäisellä) vuosineljänneksellä. Ala on saanut nousukauden Suomen talouden elpymisen myötä. Ravintola-ala nojaa vahvasti vientiteollisuuden suhdanteisiin. (Yle 2017.)

Terveyden ja hyvinvointilaitos (Thl 2018) kertoo internetsivuillaan, että noin kolmannes suomalaisista työikäisistä ruokailee päivittäin henkilöstöravintolassa. Henkilöstöravintoloiden tarjoamalla aterioilla on suuri vaikutus työikäisen väestön terveyden ylläpitämiselle. Työaikana tapahtuvassa ruokailussa on keskeistä sen saatavuus ja tarjotun ruoan ravitsemuksellisuus.

Henkilöstöravintoloiden päämääränä on valmistaa ja tarjoilla asiakkaille aina terveellistä, ravitsevaa ja monipuolista ruokaa. Ruokalistat ovat vaihtuvia ja kiertäviä ja sen sisältö on rakennettu puhtaista ja tuoreista raaka-aineista. Lounaalla tarjoillaan erilaisia vaihtoehtoja, jotta ateriat sopivat mahdollisimman monelle, myös erikoisruokavaliota noudattaville. (Hemmi ym. 2008, 114.)

Hemmi ja kumppanit (2008, 110) kertovat henkilöstöravintoloiden olevan suurimmaksi osaksi kuntien ja valtioiden omistuksessa. Henkilöstöravintoloita kutsutaan julkisten laitosten ammattikeittiöitä, kuten koulujen, sairaaloiden ja päiväkotien keittiöitä. ”Ravitsemispalvelut ovat tärkeä osa sairaaloiden, vanhainkotien, palvelutalojen, päiväkotien, koulujen, puolustusvoimien ja työpaikkojen toimintaa.” (Hemmi ym. 2008, 111).

2.2.3 Ruokaravintolat

Ravintolat ovat sellaisia ravitsemispalveluita, joissa tarjoillaan ruokaa omista keittiöistä asiakkaille suoraan pöytiin tai itsepalveluperiaatteella, kuten lounasbuffet. Asiakkaat voivat syödä liikkeen tiloissa tai vaihtoehtoisesti tilata ruuan mukaansa. Ruuan lisäksi ravintoloissa tarjoillaan alkoholittomia sekä alkoholipitoisia juomia. (Tilastokeskus 2018)

Ruokaravintolat on suunniteltu viihtyisäksi ja mukavaksi paikaksi, jonne tullaan viihtymään muiden ihmisten kanssa. Ravintoloiden sisustus ja yksityiskohdat kertovat ravintolan liikeideasta. Ravintolan kokonaisuudella ja sen toimivuudella luodaan asiakkaalle miellyttävä ravintolakokemus. Asiakkaille on erityisen tärkeää saada luotua helppo ravintolaan saapuminen ja miellyttävä ruokailuhetki, jolloin poistuessaan asiakkaalle jää myös miellyttävä kuva kokonaisuudesta. (Hemmi ym. 2008, 138.)

Fine dining -ravintolat ovat tasokkaita ravintoloita, jossa työskentely vaatii henkilökunnalta monipuolista ammattitaitoa. Ravintolakäynti fine dining- ravintolassa on aina kokonaiselämys, jossa jokaisen osa-alueen tulee toimia hyvin, jotta asiakas haluaa palata ravintolaan uudelleen. Mitä tasokkaampi ravintola on, sitä tarkempaa on henkilökunnan osaaminen ja vastuualueiden sisältö. (Hemmi ym. 2008, 140.)

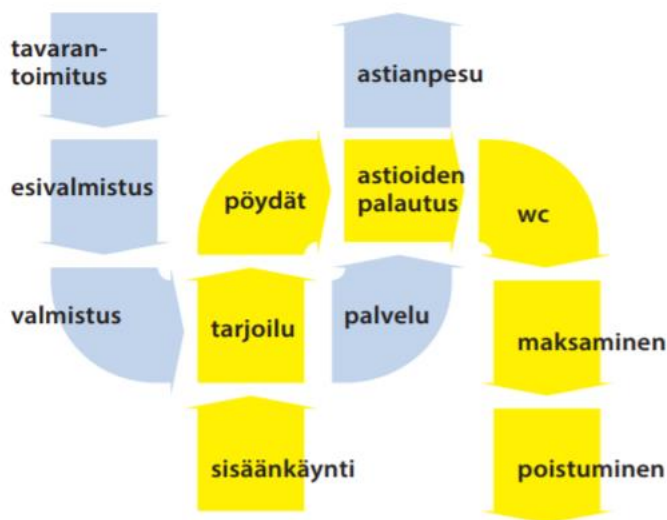
2.3 Tilasuunnittelu ravintolassa

Ravintolatilojen suunnittelulla tuetaan liikeideaa, imagoa, viihtyväisyyttä ja ravintolan toimivuutta. Hyvä tilasuunnittelu takaa, edellä mainittujen asioiden ollessa kunnossa, ravintolalle

asiakasvirtaa, joka tuo ravintolalle taloudellista menestystä. Asiakasvirtaa tuovat tekijät ovat ravintolan sijainti ja saavutettavuus, edullinen kilpailutilanne ja markkinointi. (Aalto Courses)

Ravintolan kokonaisuus, ympäristö mukaan lukien, täytyy olla asiakkaita houkutteleva ja saada asiakkaat astumaan ravintolaan sisään. Sisustus, menu ja tyyli on osa ravintolan konseptia. Siihen kuuluu myös ravintolassa soitettava musiikki ja ilmapiiri. Ilmapiiriä luodaan ravintolan sisustuksessa käytettävillä kylteillä, tauluilla, mainoksilla, väreillä, valaistuksella ja oikeanlaisella musiikilla. (Walker & Lundberg 2001, 56.)

Tilasuunnittelu on yksi tärkeimmistä vaiheista ravintolan perustamisessa. Hyvällä tilasuunnittelulla saavutetaan toimiva ravintolakokonaisuus ja tuetaan liikeidea. Tilasuunnitelmalla pyritään koko ympäristön huomioimiseen, jotta saadaan koneet ja ihmiset toimimaan yhdessä tehokkaasti. Tämän saavuttaakseen kaikissa toimitilasuunniteluissa pyritään välttämään riskikäisliikennettä. Tilasuunnitelmalla on suora vaikutus yrityksen tuotettavuuteen, nimittäin tilasuunnittelulla luodaan yrityksen viihtyvyys, joka taas vaikuttaa myyntiin ja sitä kautta pystytään saamaan koko kapasiteetin käyttöaste korkealle. (Aalto Courses)



Kuva 1. Kulkuvirrat ravitsemisliikkeessä (Aalto Courses)

Huonossa tilasuunnittelussa työskentely ei ole tehokasta ja prosessi hidastuu. Tämä nostaa yrityksen kustannuksia ja laskee tuottoja. Huonossa tilasuunnittelussa yleensä läpimenoajat, välimatkat sekä koordinaatio ja kommunikointi ei toteudu tehokkaasti ja vaikuttaa koko yrityksen tehokkuuteen. (Aalto Courses)

Tyypillisen asiakastila/keittiötila-pinta-alasuhde on 70/30. Ravintolasali, eteis- ja wc-tilat, keittiötilat, sekä varasto ja muut tekniset tilat lasketaan tilasuunnittelussa asiakastiloiksi. Tehokkuuteen vaikutetaan toimivalla keittiöratkaisulla, joka palvelee suuriakin asiakasmääriä,

sillä ravintolatoimen kannattavuuden yksi tärkeimmistä kriteereistä on asiakasmäärä. (Aalto Courses)

Jokaisella ravintolatilalla on kuitenkin suurin sallittu asiakasmäärä, joka määräytyy asiakastilan pinta-alasta, huoneiston uloskäynneistä ja ilmanvaihdosta. Asiakasmäärä lasketaan lähtökohtaisesti asiakaspaikkojen mitoituksen mukaan, joka on 1- 1,5 m²/asiakas ja laskuperusteena on tarjoilutilojen pinta-ala. Pinta-alasta ei kuitenkaan voida suoraan laskea asiakaspaikkalukua, vaan asiakaspaikat sijoitetaan lupapiirustuksiin, joista asiakaspaikat lasketaan, eikä rakennusluvassa ilmoitettua asiakaspaikkamäärää voida muuttaa. (Aalto Courses)

Useimmissa ruokaravintoloissa on suunniteltu pöytäratkaisu sellaiseksi, jotta niihin voivat tulla ruokailemaan suuremmat ja pienemmät seurueet. Ravintoloista löytyy myös pieniä, intiimeitä kahden hengen pöytiä mm. pariskunnille ja pyöreisiin pöytiin mahtuu yhteensä 6-8 henkilöä ruokailemaan. Ravintolasalit on usein jaettu kiinteillä väliseinillä tai erilaisissa kasveilla tai muilla sisustuselementeillä osiin luoden ravintolatilaan looseja. (Hemmi ym. 2008, 138.)

Ravintolalainsäädännön mukaan tilaan liittyviä raja-arvoja ei löydy muita kuin se, että jokaista työntekijää kohden täytyy olla vähintään kymmenen kuutiometriä ilmatilaa. (Työturvallisuuskeskus 2011) Asiakastilojen mitoitusperusteet ovat 4 m³/henkilö ja 1,5 - 1 m²/henkilö. Mitoitusperusteet kuitenkin vaativat, että ilmanvaihto tilassa on riittävä aiotulle henkilömäärälle. Mahdolliset seisomapaikat sisältyvät myös ravintolan kokonaisasiakaspaikkamäärään. Ravintolan asiakaspaikkamäärä määräytyy tilojen hätäpoistumisteiden lukumäärä ja kaistaluku, pinta-ala sekä ilmanvaihto. (Lahden kaupunki 2018.)

Säädäntöjen mukaan asiakkaille tulee kuitenkin taata esteetön pääsy ravintolan asiakastiloihin. Esteettömiä tiloja tarvitsevat pyörätuolia käyttävät ja muut liikkumisesteiset, sekä lastenvaunujen kanssa liikkuvat asiakkaat. Esteetön kulku edellyttää 800 - 850mm leveää vapaata kulkutilaa sisääntuloissa ja 900mm leveitä kulkuväyliä asiakastiloissa. Ravintolasalin, kulkureittien ja ainakin yhden vessan on oltava esteetön liikkumisesteisille. Koko ravintolan ei tarvitse olla täysin esteetön, sillä tärkeämpää on, että asiakkailla on vähintään esteetön pääsy palveluiden äärelle ja että asiakaspaikkoja löytyy myös pyörätuolia käyttäville. (Aalto Courses)

Noutopöytää käytettäessä ruokailijoiden määrä määrää noutopisteen aloituspisteiden määrään. Ruokailijoita ollessa yli 50 kannattaa aloituspisteitä olla kaksi. Aloituspisteeltä asiakas ottaa lautasen ja lähtee keräämään ruokia lautaselleen. Aloituspisteitä ollessa kaksi, noutopöytä pystytään rakentamaan peilikuvaksi tai asiakkaat voivat aloittaa yhdestä päästä molemmin puolin pöytää. Varsinaista kulkusuuntaa ei ole määriteltä, mutta suositeltu kulkusuunta on mennä myötäpäivään, silloin kun noutopöytä on kierrettävä ympäri. (Hemmi ym. 2008, 208.)

2.4 Lounas

Lounas syödään useimmiten keskipäivällä klo 11- 15 välillä ja se on toinen päivän pääaterioista. Lounastottumukset ovat erilaisia eri puolella maailmaa, mutta useimmiten kaikkialla se kuitenkin nautitaan kodin ulkopuolella mm. kesken työ- tai koulupäivää. Suomessa oppivelvollisille tarjotaan ilmainen ateria päivittäin. (Wikipedia 2018.)

Lounas on espanjalaisten tutkijoiden mukaan syötävä noin 5 tuntia aamupalan jälkeen, jolloin ihmisen ateriarytmi pysyy aineenvaihdunnalle optimaalisena. Lounas on tärkeä päivän ateriosta, joka tuo uutta puhtia päivään. Mentäessä lounaalle työpaikan ulkopuolelle, ihminen ottaa pienen virkistymistäuon töistä ja palaa töihin virkistyneempänä. (Soisalo & Voutilainen 2017, 27.)

Lounastuote eroaa ravintolan illallismenusta asiakkaiden erilaisten tarpeiden mukaisesti. Nykypäivänä lounasasiakkailla on noin 45 minuuttia aikaa ruokailuun, johon täytyy sisältyä itse syöminen niin kuin ruuan tilaaminenkin. Tämän vuoksi ravintolan täytyy suunnitella lounasmenu asiakkaille helposti luettavaksi ja keittiölle nopeasti tehtäväksi. (Walker & Lundberg 2001, 196.)

Tyypillinen lounaan hinta on maksimissaan 10 euroa. Iltaisin ravintolaan saapuvilla ruokailijoilla on enemmän aikaa nauttia kokonaisuudesta ja tilaavat tällöin ravintolan illallis- eli päämenusta. Päämenun hinnat ovat korkeampia kuin lounasaikaan tarjoitavat tuotteet. (Walker & Lundberg 2001, 196.)

Lounasajan ruokalista tulee kuvastaa yrityksen liikeideaa ja huomioimaan ravintolan kohderyhmä, jolle ruokalista suunnitellaan. Hyvällä ruokalistasuunnittelijalla on ravintolan asiakasymmärrys hallussaan, jolloin hän osaa huomioida kohderyhmänsä erityistarpeet ruokalistan suunnittelussa. (Haapakorpi 2015, 19.)

3 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyyttä on niin monta erilaista kuin on asiakkaitakin. Asiakastyytyväisyys on laaja käsite, joka sisältää kaikkea yrityksen toiminnossa tapahtuvia asioita. Asiakastyytyväisyys käsittelee hintaa, toimitusaikaa, vaatimuksia ja niihin reagointia, luotettavuutta, ammattitaitoa ja usein myös kaikkea näitä yhdessä. Asiakkaat pitävät edellä mainittuja asioita yrityksen tuotelaatuna: mitä tuote tekee ja miltä se näyttää, sekä minkälainen asenne henkilökunnalla on. Yritys ei pysty välttämättä vaikuttamaan liiketoimintaympäristössä tapahtuviin asioihin, mutta se pystyy vaikuttamaan tuotteensa ominaispiirteisiin ja laatuun. (Asiakastyytyväisyys kaiken perusta 2006.)

Organisaatioiden olemassaolon peruskysymys on asiakkaiden ja heidän tarpeiden ymmärtäminen. Asiakkaiden käsitykset saattavat olla myös epäjohdonmukaisia, sillä kaksi asiakasta

saattavat haluta erilaisia asioita ja kuluttaa samaa tuotetta erilaisella käsityksellä sen laadusta. Nämä erot voivat johtua kummankin asiakkaan erilaisesta odotuksesta liiketoimintaa kohtaan tai ne voivat johtua erilaisesta käsityksistä tuotteesta ja sen laadusta. Täytyy myös muistaa, että asiakkaiden odotuksiin ja tyytyväisyyteen voi vaikuttaa heidän sen hetkinen mielentila ja päivän kulku. (Asiakastyytyväisyys kaiken perusta 2006.)

Asiakkaita tyydyttääkin erilaiset asiat. Toinen asiakas on tyytyväinen luksustason hotellihuoneessa yöpymiseen, joka on konkreettista ominaisuutta, kun toinen asiakas taas voi nauttia korkeatasoisesta palvelusta, joka on abstrakti ominaisuus. Tästä syystä palvelun käytön tulokset ovat toiminnallisia tai psykologisia. Toiminnallinen seuraus on seurauksia käytännöstä. Asiakastyytyväisyyttä voi luoda hotellin keskeinen sijainti sellaiselle ihmiselle, joka haluaa nähdä nähtävyyksiä ja päästä liikkumaan helposti majoituspaikastaan. Psykologisia seurauksia syntyy mm. korkeatasoisen hotellin käyttämisestä majoituskohteena, jolloin yleensä tyytyväisyys on psykologista. Asiakas luo itselleen statuksen majoittumalla korkeanluokan hotellissa ja tyydyttää itsensä arvostamisen tarpeitaan. (Ylikoski 2001, 151.)

Jokaisella yrityksellä on oma käsitys siitä mitä asiakkaiden tarpeet ovat ja ovatko he tyytyväisiä. Yleensä yrityksen johdolla ja asiakaspalveluhenkilöillä yrityksessä on erilainen käsitys asiakkaiden tyytyväisyydestä. Asiakkaiden antamien palautteiden johdosta yritykset saavat tietoa asiakkaiden tarpeista, mutta ainoastaan valitukset eivät riitä todella ymmärtämään asiakkaiden tarpeita. (Ylikoski 2001, 155.)

Tuulaniemi (2011, 141) toteaa, että pystyäkseen vastaamaan asiakkaiden toiveisiin ja tarpeisiin on yrityksen ensin ymmärrettävä asiakkaitaan. Yrityksien asiakastyytyväisyyden pohjalla on aina asiakasymmärrys. Tämä on palvelumuotoilun tärkeimpiä vaiheita, sillä tässä vaiheessa yritys keskittyy keräämään ja analysoimaan asiakastietoa. Ymmärtämällä ja tunnistamalla asiakkaiden tarpeita yritys pystyy niihin myös vastaamaan ja menestymään markkinoilla.

Yritykset, jotka haluavat määrällistää asiakastyytyväisyyden yrityksessään, tarvitsevat käyttää erilaisia työkaluja kerätäkseen tietoa ja analysoimaan niitä. Asiakastyytyväisyyden mittarin saamiseksi käytetään tyypillisesti asiakastyytyväisyystutkimuksia. Tutkimustuloksien analysoimisen jälkeen yritykset pystyvät muokata palvelujaan, tuotteitaan ja toimimaan paremmin markkinoilla. Parhaimmat ja laajemmat tulokset yritys pystyy saavuttamaan käyttäessään monia erilaisia työkaluja tuloksien saamiseksi. Useamman asiakastyytyväisyystutkimuksien työkaluja käyttäen yritys saa tarkemmat informaatiot asiakkaistaan ja heidän tarpeistaan, ja pystyy näin ymmärtämään heitä paremmin. (Asiakastyytyväisyys kaiken perusta 2006.)

Asiakastyytyväisyyden ja asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen on suurin päämäärä mihin organisaatiot ovat sitoutuneita. Hyvän asiakastyytyväisyyden toteuttaminen on yritykselle investointi. Prosessit, joita tehdään saavuttaakseen hyvän asiakastyytyväisyyden, ovat pitkiä eivätkä synny yhdessä yössä. Yrityksien tulee panostaa ja käyttää aikaa ymmärtääkseen

asiakkaiden vaatimuksia, kerätäkseen tietoa asiakkaiden tarpeista ja analysoidakseen tuloksia. Toimiessaan näin, yritykset saavat tarvitsemansa tiedot menestyäkseen markkinoilla ja tutkimuksiin käytetyt voimavarat tulee heijastumaan tulevaisuudessa yrityksen tuloihin. Tästä syystä asiakasymmärrystutkimuksien tulisi kuulua jokaisen yrityksen budjettisuunnitteluun. (Asiakastyytyväisyys kaiken perusta 2006.)

Yrityksessä koko henkilöstö on vastuussa asiakastyytyväisyydestä ja jokaisella täytyy olla mahdollisuus vaikuttaa siihen. Henkilökunnan ymmärtäessään roolinsa asiakastyytyväisyysprosessissa sitä paremmin he osaavat toimia tilanteissa. Kokkonen kertoo esimerkin, kun Ritz-Carlton hotelliketju saattaa käyttää jopa 2000 dollaria asiakasvalituksen korjaamiseen, sillä tämä tulee myöhemmässä vaiheessa näkymään plussana tuotoissa. (Asiakastyytyväisyys kaiken perusta 2006.)

Niin kuin aiemmin jo mainittiin, niin asiakastyytyväisyyttä saadaan selville asiakastutkimuksilla. Asiakastyytyväisyyttä pystytään saamaan selville kahdella menetelmällä, laadullisella ja määrällisellä tutkimuksella. Määrällisessä, eli kvantitatiivisessa tutkimuksessa käytetään täsmällisiä ja laskennallisia menetelmiä. Tutkimusmateriaalissa kerätään empiiristä havaintoainestoa. Tämä menetelmä sopii tutkiessa suuria ihmisryhmiä kartoittavia tutkimuksia. Määrällisessä tutkimuksessa käytetään tilastollisia malleja, kun laadullisessa pyritään ymmärtämään tutkimuksen kohdetta. Laadullisessa, eli kvalitatiivisessa tutkimuksessa halutaan selvittää kohteen käytöksen johdattavia vaikutteita. Tässä menetelmässä tutkimustuloksien numeeristen arvioiden sijaan mielipiteillä ja seurausten syillä on suuri arvo. (Tuulaniemi 2011, 142-143.)

3.1 Asiakaskokemus

Henkilökunta on oleellinen osa ruokaravintoloita, sillä he luovat asiakaspalvelukokonaisuuden asiakkaille. Heti sisään tullessaan asiakas luo mielikuvan ravintolasta ja virittäytyy tunnelmaan. Siksi onkin tärkeää ottaa huomioon jokaisen asiakkaan tarpeet, jotta ravintola pystyy tarjoamaan asiakkaalle oikeita vaihtoehtoja oikeaan tilanteeseen. Ruokailutilanteeseen olennaista on alkoholijuomien suosittelu ja lisämyyntimahdollisuus. Henkilökunnan tulee tästä syystä olla koulutautunut ja päivittää tietojansa säännöllisesti näissä taidoissa. (Hemmi ym. 2008, 134)

Yritysassiakkaita tulee palvella tasokkaasti, sillä he yleensä odottavat laadukasta ja huomaavaista palvelua. Palvelun tulee olla joustavaa ja kohteliasta. Yritysassiakkaiden keskustelua ei tulisi keskeyttää ja seurueessa on yleensä emäntä tai isäntä, joka tekee tilaukset ja huolehtii viihtyvyydestä. (Hemmi ym. 2008, 135)

Ravintolan täytyy olla varautunut myös eri ikäisiin lapsiasiakkaisiin, jotka saapuvat ravintolaan vanhempiensa mukana. Ravintolasta täytyy löytyä pienemmät tuolit, korotetut istuinosat

tai vähintään syöttötuolit. Lapsille tulee olla myös pienempiä aterimia ja laseja/mukeja tarjolla, sekä ravintolan mahdollisuuksien mukaan leikinurkkaus tai muuta tekemistä ruokia odotellessa. Henkilökunnan on hyvä huomioida lapsiasiakkaat myös muuten, kuten tuomalla ketsuppia ja lisäservettejä pöytään. (Hemmi ym. 2008, 135.)

Kanta-asiakkaita henkilökunnan tulee huomioida erityisesti, sillä he odottavat, että heidät tunnetaan hyvin ja heidän toiveensa otetaan huomioon ilman selityksiä. Kanta-asiakkaat myös toivovat heidät pidettävän ajan-tasalla ravintolan tapahtumista, tulevista kampanjoista ja ruoka- ja juomalistan uudistuksista. Henkilökunnan on hyvä myös muistaa kanta-asiakkaiden ruokatoiveet ja ruoka-allergiat, sillä kanta-asiakas turhautuu, jos hänen täytyy toistamiseen mainita toiveistansa. (Hemmi ym. 2008, 136.)

3.2 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu auttaa yrityksiä kehittämään asiakaskokemusta. Palvelumuotoilu on yhteinen tapa nähdä ja tehdä toimintatapoja eri osaamisaloilla. Se on prosessi, jolla pystytään kehittämään palveluita ja jonka kautta kehittäjä pystyy syventymään omaa osaamisalaan ja rakentaa oman toimivan palveluympäristön. (Tuulaniemi 2011, 24, 58.)

Käyttäjätystävällisyys on palvelumuotoilun keskeinen piirre, jonka vuoksi palvelumuotoilua suunniteltaessa sen kehittäminen perustuu palvelun käyttäjien, toiminnan, tilanteiden ja tarpeiden sekä toiveiden ymmärtämiseen. Ymmärtämiseen käytetään menetelmiä, joilla saadaan tietoa palvelunkäyttäjien haluista ja tarpeista. Tarpeita ja haluja tarkkaillaan havainnoimalla ja erilaisilla kehittämismenetelmillä heidät osallistetaan uusien ideoiden luomiseen. Kehittämistyön tärkein osa onkin saada palvelun käyttäjät osallistumaan kehittämisprosessin eri vaiheisiin. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 71-72.)

Palveluntuottajan on ymmärrettävä omien tarpeiden lisäksi myös asiakkaan tarpeita, jotta pystytään rakentamaan kumpaakin osapuolta hyödyttävää palvelua. Palvelumuotoilussa on tärkeää ymmärtää, että jokaisen palvelun keskiössä on ihminen, eli palvelun käyttäjä. Ilman asiakasta ei ole palvelua. Palvelussa on olennaista myös asiakaspalvelijat, jotka muodostavat asiakkaan kanssa yhdessä palvelukokemuksen. (Tuulaniemi 2011, 71.)

Palvelutuokiot koostuvat useista kontaktipisteistä. Kontaktipisteissä asiakas on kontaktissa palveluun kaikilla aisteillaan. Parhaimmillaan palveluntuottaja pystyy rakentamaan palvelumuotoilun niin hyvin, että sillä pystytään vaikuttamaan asiakkaan käyttäytymiseen palveluntuottajan hyödyksi. Kyseistä suunnittelua kutsutaan ambient designiksi, jossa hyödynnetään kaikkia aisteja; ääniä, värejä, valoja, tuoksua, makuja ja materiaaleja. (Tuulaniemi 2011, 81.)

Ympäristön vaikutus palvelun onnistumiseen on erittäin suuri, sillä se ohjaa asiakkaiden käyttäytymistä ja vaikuttavat heidän mielialaan. Hyvään ja sujuvaan palveluprosessiin kuuluu

tilojen suunnittelu asiakkaan kannalta toimivaksi. Ravintoloissa näitä ovat esimerkiksi vaunujen kanssa sujuva liikkuminen ja lasten leikkutila niin, että vanhemmat pystyvät heitä samalla valvomaan. Oikein suunnitellut ja tuotetut tilat nostavat palvelukonseptin arvoa. (Tuulaniemi 2011, 82.)

Palvelun tuotantoon kuuluu myös fyysiset esineet, joita asiakas kuluttaa palvelupolullaan. Ravintola-alalla näitä ovat mm. ruokailuvälineet. Lisäksi osa prosessia kuuluu sen toimintatavat. Niillä tarkoitetaan palveluhenkilökunnan ja palveluun kuuluvia sovittuja käyttäytymismalleja. (Tuulaniemi 2011, 83.)

3.3 Palveluprosessi

Palvelumuotoilussa on paljon erilaisia prosessimalleja, mutta kaikille niille yhteistä on tiedonhankinta, ideointi ja prototyyppien luominen, testaus sekä niiden analysointi. Tavalliseen suunnitteluprosessiin eroten palveluprosessissa ideointivaihe tehdään vasta asiakasymmärryksen hankinnan jälkeen. Prosessin alkupäässä keskitytään asiakas- ja toimintaympäristöymmärryksen hankkimiseen, joka vie eniten aikaa koko prosessista ja kannattaa tehdä huolellisesti. Koko kehitysprosessi perustuu asiakkaiden, tilanteiden, tarpeiden, arvojen yms. ymmärtämiseen. (Tuulaniemi 2011, 75-76.)

Ideointivaiheen jälkeen siirrytään kehitysvaiheeseen, jossa palvelu konkretisoidaan erilaisin keinoin. Keinoja voi olla palvelun visulaistaminen piirustuksin, rakentamalla prototyyppijä tai luomalla kokeellisia tilanteita. Kokeellisia malleja pystytään käyttämään konkreettisesti yrityksessä, johon otetaan mukaan työntekijät ja asiakkaat. Tällä tavalla saadaan selville kehittämistyön tulosten ja ideoinnin toimivuus sekä haluttavuus ilman, että käytetään lisää resursseja suunnitteluun. Prosessi loppuu lopulliseen palvelun konseptointiin ja sen käyttöönottamiseen. (Ojasalo ym. 2015, 75-76.)

Tuulaniemi (2011, 76) kertoo, että palvelun prosessia voidaan verrata metaforana teatteriin. Näyttämö on paikka, jossa asiakas näkee ja toimii osana palvelua, mutta ei näe sen kulissein, jossa itse palvelu tuotetaan. Palveluhetki on vain hetki asiakkaan kokemasta palvelusta, sillä palvelu on useista toisiaan seuraavista palveluhetkistä muodostuva prosessi. Palveluhetket ja niihin liittyvät erilaiset kontaktipisteet asiakas kokee palvelupolkuna, johon vaikuttaa asiakkaan omat valinnat sekä suunniteltu palvelun tuotantoprosessi. (Koivisto 2007, 38.)

Palvelu on prosessi, joka kuvaa miten asiakas kulkee ja kokee palveluntuottajan kehittämän palvelun läpi. Se jaetaan eripituisiin osiin, palvelutuokioihin ja palvelun kontaktipisteisiin. Tämä prosessi on palvelukokonaisuuden kuvaus, jossa pystytään kuvaamaan asiakkaan polku vaiheittain ja tätä kautta analysoida sitä sekä päästä siihen käsiksi suunnitteluvaiheessa. Suunnittelun ensimmäinen vaihe onkin määrittellä, mikä osa itse palvelupolkua otetaan suunnittelun kohteeksi. (Tuulaniemi 2011, 76-78.)

Tämän suunnitellun tuotantoprosessin läpi asiakkaat kulkevat muodostaen yksilöllisen reitinsä, koska palveluntuottaja voi tarjota moninaisia tapoja ja kanavia kuluttaa tietty palveluprosessin vaihe. Kuten junalipun ostaminen on mahdollista internetistä tai lipputoimistosta, joista kummastakin muodostuu asiakkaalle oman näköisensä palvelupolku. Palveluja kehittäessä hakeudutaan hahmottamaan yleisimmät eri palvelupolut suunnittelun pohjaksi. (Koivisto 2007, 67.)

4 Ravintolatilán kehittáminen

Erilaisia menetelmiá on hyvä tuntea ja osata käyttää tutkimustyötä tehdessá. Yrityksien kannattavuuden parantamiseen ja kasvuun edellyttää yritykseltá jatkuvaa kehittámistyötä. Kehittámistyö motivoi henkilökuntaa, auttaa yritystá ymmärtámään asiakkaiden mieltymyksiá ja tulevaisuuden muutoksien ennakoimista. Kehittámistyö myös tehostaa yrityksen toimintaa ja prosessia sekä auttaa ratkaisemaan yrityksessá ilmenneitä ongelmia. (Ojasalo ym. 2015, 11-12.)

Ojasalo ja kumppaneiden (2015, 13) mukaan parhaiten menestyvät yritykset ovat sellaisia, jotka tekevät jatkuvaa kehittámistyötä ja pysyvät näin kehityksen mukana. Menestyvä yritys kykenee arvioimaan tulevaisuuden kehitysnäkymiá ja osaa varautua niihin, sekä toteuttaa pitkäaikaisemmat tavoitteensa tulevaisuuden tilanteista riippumatta. Nykymaailman on nopeasti kehittyvä ja muuttuva ympáristö, jossa yritykset tarvitsevat uutta ajattelutapaa jatkuvasti. Kilpailu kiristyy, uusia palveluita syntyy ja muutosnopeus kasvaa. Tästä syystä yritysten on osattava ennakoimaan ja vastaamaan muuttuvaan kysyntään.

Tutkimuksellinen kehittámistyö saa alkunsa tutkimuskohteen kehittámistarpeista ja halusta tehdä niihin muutoksia. ”Tutkimukselliseen kehittámistyöhön kuuluu siis yleensä käytännön ongelmien ratkaisuja ja uusien ideoiden, käytántöjen, tuotteiden tai palvelujen tuottamista ja toteuttamista. Sen tarkoituksena on tyypillisesti luonnostella, kehitellä ja ottaa käyttöön ratkaisuja” (Ojasalo ym. 2015, 13).

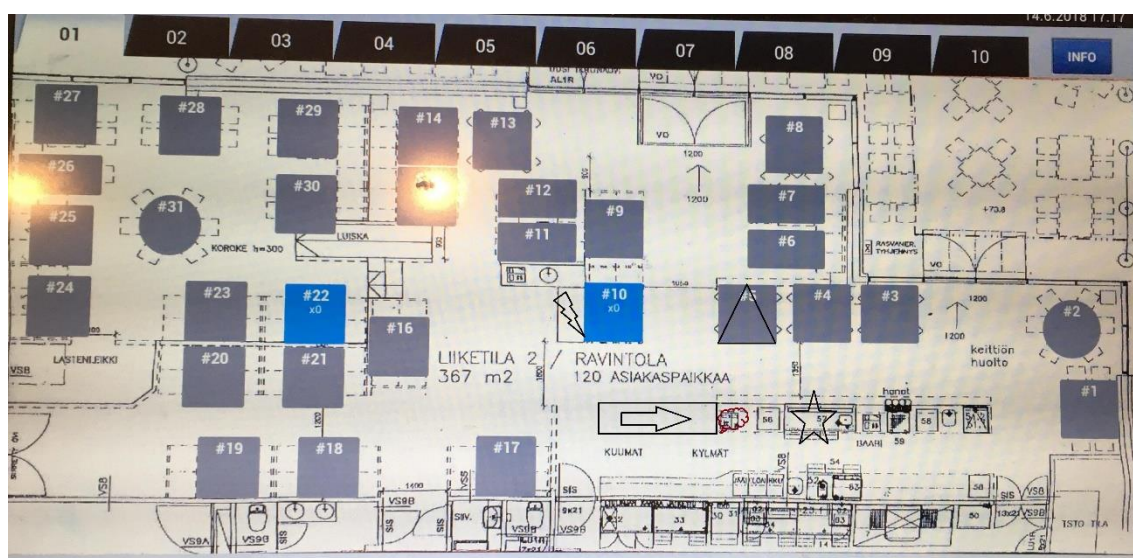
Yritykset tekevät usein virheen uskoessaan tuntevansa asiakkaidensa tarpeet täydellisesti, tuotteiden ja palveluiden olevan kunnossa, kanta-asiakkaiden pysyvän samoina ja olevan tyytyväisiä ja kaiken pysyvän samalla tavalla kuin aina ennenkin. Uskoessaan tähän ja myöhemmin ongelmien tulevan vastaan, on jo liian myöhäistä yrityksellä tehdä muutoksia, sillä toinen yritys on jo usein selvinnyt tilanteesta ennakoimalla tulevan tilanteen. (Ojasalo ym. 2015, 21.)

4.1 Kehittámiskohde

Grin&Gos:n ravintolatalita on osoittautunut olevan kehitystarpeessa. Ravintolaa ei ole varsinaisesti suunniteltu lounasravintolaksi, ainakaan tarjoilemaan lounasta noutopöydän muodossa, jonka vuoksi lounastarjoilu ei ole asiakkaiden kannalta paras mahdollinen. Lounastuotteiden

sijaitseminen eri paikoissa hankaloittaa asiakkaan polkua, mutta myös työllistää tarjoilijaa kiireisenä aikana ohjastamaan uusia asiakkaita lounastuotteen käytössä ja muistuttamaan jälkiruuan ja kahvin sijainnista.

Lämpimien ruokien piste (kuvio 1) sijaitsee suoraan kassan vieressä. Asiakkaiden maksettua lounaan he useimmiten aloittavat ruuan ottamisen ennen pöydän valitsemista. Tämä aiheuttaa ruuhkan ja tungoksen lämpimien ruokien pisteellä, eikä asiakkaat pääse ahtaan tilan vuoksi kassalta etenemään mihinkään suuntaan. Salaattipöydän ja lämpimien pisteen aloitus- piste yhdistyvät toisiinsa metrin päässä, jossa ruuhka ja jonot yhdistyvät kiireisenä aikana.



Kuvio 1. Lounastuotteen sijainnit (Rodero 2018)

Kuvio 1 havainnollistaa lounastuotteiden sijainnit. Nuoli osoittaa lämpimän linjaston paikan, salama salaattipöydän, kolmio jälkiruuan ja tähti kahvin ja teen paikan.

4.2 Käytetyt tutkimusmenetelmät

Tätä opinnäytetyötä palveleviksi tutkimusmenetelmiksi valittiin kolme erilaista menetelmää tuottamaan toimeksiantajalle mahdollisimman parhaat tulokset. Menetelmät olivat benchmarking, jossa tutkitaan ja vertaillaan kilpailijoita, havainnoinnissa katsottiin tilannetta omassa yrityksessä ja kolmannessa menetelmässä kyseltiin asiakkaiden mielipiteitä kyselylomakkeiden muodossa.

4.3 Benchmarking

Benchmarking tarkoittaa oman toiminnan vertaamista vastaavaan toimintaan, usein parhaaseen vastaavaan käytäntöön. Tämä menetelmä on todettu toimivaksi, kun halutaan vertailla tietoa ja taitoa esimerkiksi muualla toimivista samankaltaisista tuotteista, prosesseista tai

työmenetelmistä. Perusidea on toisilta oppiminen ja oppimisen soveltaminen omaan toimintaan. (Hotanen, Laine & Pietiläinen 2001, 6.)

Vaikka benchmarkingin perusidea on vertailu, ei tarkoitus kuitenkaan ole jäljitellä tai kopioida muiden toimintaa. Jäljittelyn sijaan tavoitteena on oppia toisten onnistuneista ratkaisuista, ja soveltaa opittua oman yrityksen toimintaan sekä työkuulttuuriin soveltuvaksi. Benchmarking on sekä oppimis- että kehittämismenetelmä, joka antaa tietoa aineksia erilaisista ympäristöistä. Menetelmän hyödyntäminen mahdollistaa opitun soveltamisen käytäntöön, jonka ansiosta se nähdään mielekkäänä kehittämismenetelmänä. (Hotanen ym. 2001, 7-8.)

Opinnäytetyötä varten benchmarkauksen kohteiksi on valittu ravintola Grin&Gos:n kolme suurinta kilpailijaa lähialueelta, Yritys A, Yritys B sekä Yritys C. Valitut kohderavintolat tarjoilevat lounaan noutopöydästä, lukuun ottamatta yritys A:ta, jolta löytyy erikseen lounasajalle laadittu lounasmenu. Benchmarkauksessa tutkittiin miten kilpailevat yritykset tarjoavat lounastuotteensa, miten he sitä mainostavat ja miten asiakkaat siellä toimivat.

Yritys A

Opinnäytetyöhön valituista ravintoloista Yritys A on alueen kahvilaksi luokiteltu ravintola, mutta sen listoilta löytyy myös ruokaa. Yritys A:n lounastuote tarjoillaan arkisin kello 10-14 välisenä aikana lounaslistalta, joka sisältää 8 erihintaista vaihtoehtoa. Yritys A:ssa ei siis tarjoilla lounasta noutopöydästä, joka tekee siitä erilaisen lounaspaikan Mäntsälässä. Lounasaikaan pystyy tilaamaan myös tuotteita normaalista ruokalistasta, mutta lounastilaukset menevät jonon kärkeen. Menu-tuote on lista ainoastaan lounaalla tarjottavista annoksista lounashintaan. Valittu lounastuote sisältää myös aina veden, leivän ja kahvin tai teen.

Yritys A:ssa ensikertalaisena asioivana on hieman hankalaa ymmärtää lounastuotteen toimivuutta sen menusta lähtien. Kassajonon päästä löytyy lounaslista ja koska lounastilaus tehdään kassalta, on asiakkaan jätävä seisomaan jonon päähän lukemaan lounaslistaa tai kysyttävä kassalta apua, mikä aiheuttaa pitkän jonon. Tämä tilanne on asiakkaalle hieman ahdistava ja jopa voi käännäyttää hänet kokonaan pois.

Lounaslista (kuva 2) voi ensikatsomalta näyttää erittäin sekavalta, sillä se sisältää hyvin paljon tekstiä. Lounasmenu on kaksipuoleinen A4, josta toiselta puolelta löytyy ohjeita lounaskäytännöstä sekä 13 valinnaista täytettä, 6 leipävaihtoehtoa ja 10 salaattikastikevaihtoehtoa, joista asiakas voi valita mieleisensä tuotteet annoksiinsa. Lounaslistaa tekee hieman sekavaksi myös se, että osa tekstistä on eri väristä. Esimerkkinä voidaan ottaa esille tuote 5 Lämmin maalaissalaatti valinnaisella täytteellä, jonka alla lukee normaalilla mustalla fontilla sen sisältävän salaatti, tuore pinaatti, sipuli, paprika, kesäkurpitsa, ja tämän jälkeen fontin väri muuttuu oranssiksi seuraavien raaka-aineiden kohdalla; pekoni, pasta, krutonki. Asiakkaalle tämä tuottaa hämmennystä, kun ei ole vielä kääntänyt menulistaa ja nähnyt toisella puolella

olevaa ohjetta. Tekstin pystyy ymmärtämään kahdella tavalla, joko se tarkoittaa, että oranssilla värjätyistä raaka-aineista asiakas voi valita valinnaisen täytteen tai hän voi valita täytteen jonkun edellä mainittujen raaka-aineen tilalle.

LOUNAS ARKISIN 10-14	
Huom! Kääntöpuolella tärkeää tietoa lounaskäytännöstä!	
1. Perinteinen Kana-fetasalaatti (VL MU)	9,50
salaatti, tomaatti, kurkku, kana, paprika, pasta, feta, mandariini, sipuli	
2. Perinteinen Kana-parmesansalaatti (VL)	9,70
salaatti, tomaatti, kurkku, kana, paprika, pähkinä, parmesan, pasta, ananas, sipuli	
3. Perinteinen Savulohisalaatti (MA MU)	9,80
salaatti, tomaatti, kurkku, lämminsavulohi, riisi, mandariini, kidneypapu, paahdettu sipuli, sipuli	
4. Caesarsalaatti valinnaisella täytteellä (VL)	9,70
- perinteinen: salaatti, tomaatti, krutonki, parmesan - tulistunut: salaatti, kidneypapu, nacho, parmesan, jalapeno, paahdettu sipuli	
5. Lämmin maalaissalaatti valinnaisella täytteellä (MA MU)	11,50
salaatti, tuore pinaatti, sipuli, paprika, kesäkurpitsa, pekoni, pasta, krutonki	
6. Uunipottu valinnaisella täytteellä (LA MU GL)	9,30
peruna, tuorejuustotäyte, salaatti, tomaatti, kurkku, sipuli	
7. Pasta kahdella valinnaisella täytteellä (VL MU)	10,30
pasta, pastakastike, parmesan	
8. Wokki valinnaisella täytteellä (MA GL)	9,90
nuudeli, wokikastike, paprika, sipuli, kesäkurpitsa, pähkinä, lime	
Kaikkiin lounasannoksiin sisältyy kääntöpuolen listasta valittu leipä	
MA - maidoton LA - laktoositon VL - vähälaktoosinen GL - gluteeniton MU - ei sisällä kananmunaa	
Tarkemmat erityisvalitiedot ja allergenit saat kysymällä henkilökunnaltamme	
Lounasannokset saat Menu-tuotteita nopeammin. Lounasannoksen ostajalle kahvi tai tee ilmaiseksi.	
Myös mukaan!	

Kuva 2. Yritys A:n lounasmenu (Rodero 2018)

Asiakkaan tehtyä tilauksensa, asiakkaalle annetaan pöytänumero ja tarjotin, johon asiakas saa tiskiltä ottaa aterimet, lasin ja valitun juomansa juomahanasta kassan vierestä. Asiakas voi vapaasti valita pöydän, johon istuutua. Annoksen valmistuttua, tarjoilija tuo sen asiakkaalle pöytään ja vie vuoronumeron mukanaan pois.

Alueelta löytyy astiapalautuskärry, johon asiakkaat voivat viedä tarjottimensa astioineen lähtiessään pöydistä pois. Tarkkailtuani asiakkaiden toimintaa yritys A:ssa huomasin kuitenkin vain muutaman palauttavan tarjottimensa kyseiseen kärryyn. Varmaa ei tietenkään ole, onko kaikki asiakkaat huomionnut nurkassa olevan astioille tarkoitetun kärryn vai haluaako asiakkaat jättää tietoisesti astiansa pöytiin tarjoilijan hoidettavaksi.

Yritys A:n lounastuotteesta ei löydy mainintaa ravintolan ulkopuolelta, eikä ravintolan sisältä tule ilmi lounasajan menusta tai kellonajasta, ellei asiakas huomaa ottaa käteensä tiskin päädyssä olevaa lounasmenuta. Lounastuotteiden hinta on 9,30€ - 11,50€ väliltä, joka on samoissa hinnoissa muiden tutkittavien kohderavintoloiden lounashintojen kanssa. Ainoa ero yritys A:n ja tämän opinnäytetyön kohderavintoloiden lounastuotteella on se, ettei yritys A:ssa

tarjoilla lounastuotetta noutopöydästä. Yritys A:n lounastuotteiden annokset ovat kuitenkin hyvin runsaita.

Yritys B

Yritys B toimii ruokaravintolan lisäksi iltaisin myös yökerhona. Yritys A tarjoaa lounaan noutopöydästä klo 10.30-14 välisenä aikana. Lounastuotteeseen kuuluu salaattipöytä, leivät, lämmin ruoka, keitto, jälkiruoka, sekä juomaksi vaihtoehtoista löytyy maito, vesi, kotikalja sekä mehu. Lounaaseen sisältyy myös kahvi tai tee. Yritys B on opinnäytetyön kohderavintoloista ainoa, joka tarjoilee jälkiruuan jokaisella lounaalla.

Noutopöytä on pitkä linjasto tilan toisella seinustalla ja linjasto alkaa leipä-, juoma- ja keittopisteestä. Tämän jälkeen asiakas voi ottaa ruokalautasen ja aloittaa salaattitarjonnasta. Linjasto jatkuu lämpimiin ruokiin, jonka jälkeen asiakas siirtyy valitsemaansa pöytään ruokailemaan. Tarjottimia ei ravintolasta löydy ollenkaan, joten asiakas joutuu kantamaan joko useampaa lautasta kerralla tai käydä useamman kerran linjastossa hakemassa tuotteita. Aterimet sijaitsevat valmiina pöydissä servietteihin käärittynä.

Juomapiste löytyy linjaston ensimmäisestä pöydästä leipien ja keiton luota, mutta maitoa asiakas saa tarjoilijalta pyydettäessä. Juomapisteeltä löytyy vesi, mehu sekä kotikalja. Kahvi ja teepiste on linjaston vastapäätä toisella seinustalla, mistä löytyy myös jälkiruuat. Jälkiruokapöydästä löytyy kolme eri jälkiruokavaihtoehtoa.

Lounasaikaan asiakas pystyy tekemään myös tilauksen keittiöstä. Lounasaikana vaihtoehtoina menusta löytyy päivän leike, päivän pihvi sekä päivän pizza. Päivän tuotteet vaihtuvat päivittäin ja vaihtoehdot asiakas saa kysymällä ravintolasta. Päivän tuotteilla on eri hinnat lounastuotteen kanssa; päivän leike 10,80€, päivän pihvi 12€ ja päivän pizza 8,50€.

Ruokailtuaan asiakas jättää astiat pöytään, josta tarjoilija siivoaa ne pois. Lounaan aikana yritys B:ssä työskentelee yhteensä 3-4 työntekijää, joista kaksi keittiön puolella ja kaksi salin puolella. Asiakaspajakoja yritys B:stä löytyy 70 ja noin 20 lisäpaikkaa sijaitsee ulkona terassilla. Lounasaikana asiakkaita käy ruokailemassa keskimäärin 100 asiakasta.

Ulkoa löytyy myös terassiin kiinnitettynä Yritys B:n suuri mainos lounastuotteesta, mutta mainoksesta ei tule ilmi ajankohtaa tai hintaa. Hieman kauempana ravintolasta, tien lähetyviltä löytyy mainostaulu, jossa lukee myös lounastuotteen hinta sekä ajankohta. Rakennuksen ulkoseinällä on noin 4m x 4m kokoinen mainoskangas, jossa mainitaan myös ravintolan lounastuote ja sen ajankohta. Ulkomainoksien lisäksi yritys B mainostaa ahkerasti tarjontaansa lehdissä, kuten Mäntsälän uutisissa.

Yritys C

Yritys C tarjoilee lounaallaan kotiruokatyypistä ruokaa ja runsaan salaattipöydän. Lounas sisältää salaattipöydän ja lämpimän ruuan lisäksi myös keiton, leipää sekä perjantaisin jälkiruuan. Lounas sisältää ruokajuomaksi vettä, mehua, kotikaljaa, maitoa sekä muista kohderavintoloista poiketen myös kivennäisvettä. Lounas tarjoillaan buffetin muodossa.

Lämpimistä ruuista löytyy aina kaksi eri lihavaihtoehtoa ja kaksi eri lisukevaihtoehtoa, sekä lämmin keitto. Keitto vaihtelee päivittäin kasvis- ja lihakeiton väliltä. Lounaan aikana keittiöstä pystyy tilaamaan päivän leikkeen 10,50€ hintaan. Päivän leike vaihtelee päivittäin.

Normaali lounaan hinta on 9,30€, keittolounas 8€, salaattilounas 7,30€ ja eläkeläiskortilla saa 1€ alennuksen valitsemastaan lounastuotteesta. Jokainen lounas sisältää salaattipöydän, leivän, juoman sekä mahdollisen jälkiruuan.

Yritys C:ssä työskentelee lounasaikaan vähintään kaksi työntekijää, yksi keittiössä ja yksi salin puolella. Asiakas maksaa kassalle lounaan, jonka jälkeen linjasto alkaa suoraan keittopisteestä. Tässä kohtaa sijaitsee keiton lisäksi syvät lautaset sekä lusikat. Keittopisteen jälkeen sijaitsee tarjottimet ja isot sekä pienet lautaset. Tämän jälkeen aloitetaan linjasto salaattipöydällä, joka on rakennettu raaka-aineet omiin astioihin, kuten kurkku, tomaatti, salaatti, raejuusto ovat kaikki omissa astioissaan, eikä yhtään ”valmissalaattia” ole asiakkaalle valmistettu.

Linjaston seuraavalta pisteeltä löytyy juomat sekä voi, ja niiden yläpuolelta asiakas voi ottaa lasin ja leivät. Linjastoa edetessään asiakas saapuu lämpimien ruokien pisteelle ja niiden yläpuolella sijaitsee aterimien paikka. Aterimien sijainti sattuu jäämään huomioimatta usealta asiakkaalta ja asiakas saapuu takaisin noutamaan aterimet vietyään tarjottimen pöytään ja huomattuaan puuttuvat välineet. Kahvi, tee, keksit ja mahdollinen jälkiruoka sijaitsee erillisellä pöydällä linjaston lähetyvillä. Ruokailtuaan asiakkaat jättävät tarjottimen astioineen pöydälle, josta tarjoilija siivoaa ne pois keittiöön.

Yritys C:n asiakkaat ovat vakiintuneita asiakkaita vuosien aikana ja suurin osa asiakkaista ovat työntekijöitä Mäntsälän alueen työmailta. Yritys C on vakiinnuttanut asiakkaansa sen suurien ajoneuvojen parkkeerausmahdollisuudella. Nimittäin tämä lounaspaikka on opinnäytetyön kohderavintoloista ainoa, jolla on suuret parkkipaikkamahdollisuudet suurille ajoneuvoille, joita tulee eri työmailta.

Yritys C mainostaa lounastuotteitaan ahkerasti erilaisissa Mäntsälän sanomalehdissä ja heiltä löytyy suuri mainos rakennuksen ulkoseinustalta. Ulkomainoksesta tulee ilmi lounastuotteen hinta ja ajankohta. Tien reunasta löytyy mainoskyltti, jossa kerrotaan seuraavasta risteyksestä pääsevän lounaalle ja lounaan hinta.

Yhteenvetona kolmen kilpailevan yrityksen lounastoiminnasta voidaan tuoda esille ainakin se, että kaikilla kolmella yrityksellä on oma liikeidea, jotka eroavat toisistaan. Vaikka kaikki yritykset tarjoavat saman lounastuotteen, on heillä silti kaikilla erilainen ympäristö ja oma imago liiketoiminnalleen. Jokaiselle opinnäytetyössä esille tulleille ravintolalle löytyy oma asiakaskuntansa juuri erilaisten liikeideoittensa vuoksi.

Benchmarking toi hyvin esille sen, miten toimeksiantajan olisi hyvä toimia lounastuotteen kanssa. Lounastuotteen sisältö on ehdottomasti hyvä olla selkeästi esillä asiakkaille niin, että sitä pystyy ymmärtämään, eikä se ole liian monimutkainen. Päivän lounastuotteen sisältö on hyvä olla esille myös niin, että asiakas pystyy näkemään ja lukemaan sen jo jonottaessa kas-salle. Tällä tavalla toimeksiantaja pystyy nopeuttamaan jonojen kulkua ja estämään suurien ihmismassojen muodostumista.

Lounastuotteiden on hyvä olla sellaisissa paikoissa, joista ei syntyisi ristikkäisliikennettä asiakkaiden, sekä työntekijöiden kesken. Lounastuotteet on hyvä sijoittaa niin, että ne ovat asiakkaan kulkureitin varrella kaikki loogisesti, kuten alkaen salaatista, jatkuen lämpimiin ruokiin ja lopuksi kahvin ja teen, sekä jälkiruoan olevan sellaisessa paikassa, josta asiakkaat pystyvät noutamaan ne sekaantumatta pääruokalinjaston jonoon. Linjastojen ollessa kunnossa niin, että kaikki tuotteet ovat sijoitettu järkevästi asiakkaiden ja työntekijöiden kulkusuuntien mukaan, helpottaa ja nopeuttaa se koko lounastuotteen sujuvuutta.

4.4 Havainnointi

Havainnointi on välttämätön perusmenetelmä. Väitetään jopa, että kaikki tieteellinen tieto perustuu todellisuudesta tehtyihin havaintoihin. Sitä käytetään tarkkailtaessa sekä käyttäytymistä ja kielellisiä ilmaisuja. Havainnointi sopii käytettäväksi silloin kun tutkittavalla on mahdollisesti kielellisiä vaikeuksia. Havainnoinnilla voidaan tavoittaa sellaisia käyttäytymismuotoja, joista tutkittavat eivät halua kertoa. Esimerkiksi kasvatusmenetelmiä tutkittaessa havainnoinnilla päästään paremmin selville perheen valtasuhteista, kuin kyselemällä niistä eri perheenjäseniltä. Laboratorio-oloissa tapahtuva havainnoinnin haittoina on kuitenkin, että tutkittavat alkavat käyttäytymään keinotekoisesti. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 35-36.)

Havainnointi on erittäin vaativaa ja edellyttää tekijältä hyvää koulutusta. Ellei havainnoinnissa käytetä videokameraa voi tiedon- ja tapahtumatulva olla niin suuri, että eri piirteiden rekisteröinti voi olla hankalaa. Havainnoinnissa tapahtumat ovat ainutkertaisia, kun taas haastattelussa ne voidaan tehdä uudestaan, jos jokin jäi epäselväksi. (Hirsjärvi & Hurme 2014, 37 - 40.)

Havainnointi opinnäytetyötä varten suoritettiin Grin&Gos:issa perjantaina 15.6.2018, tiistaina 19.6.2018 ja torstaina 21.6.2018. Havainnoinnissa seurattiin asiakkaiden asiakaspolkua sekä

käyttäytymistä ravintolan tiloissa lounasaikana. Havainnoinnissa pyrittiin hahmottamaan ravintolan tilojen toimivuus lounasaikana ja löytämään sen tarpeellisin kehityskohde.

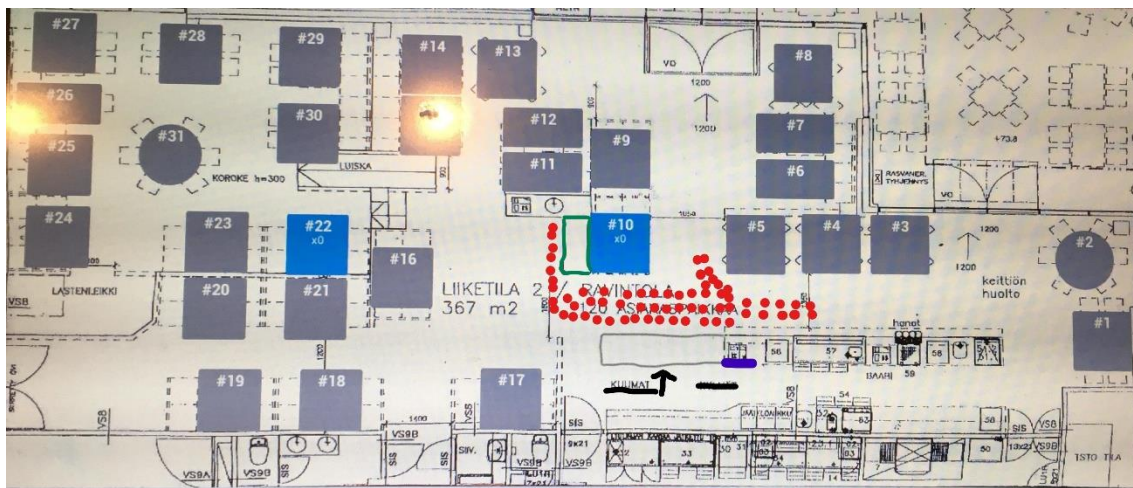
Ensimmäisenä päivänä havainnoinnin kohteena oli seitsemän noin 20 - 45 vuotiasta asiakasta. Toisena päivänä kohteena oli myös seitsemän asiakasta iältään noin 20- 55 vuotiaita. Kolmantena päivänä kohteena oli yhdeksän noin 20 - 70 vuotiasta asiakasta. Kaikkien havainnointikohteiden kohdalla havainnointiin heidän käyttäytymistä kassalla, heidän siirtymistä maksettuaan ja liikkumista ravintolan tiloissa.

Havainnoinnista nousi vahvasti esille tilan kehitystarpeet lounastarjoilulle ja sen tuomat haasteet asiakkaille sekä työntekijöille. Kassan sijainti lämpimän linjaston loppupäässä aiheuttaa sen, että asiakas maksettuaan lounaan siirtyy asiakas askeleen sivulle ja aloittaa ruokien ottamisen täten linjaston väärästä päästä. Tästä aiheutuu lämpimän linjaston ja kassajonon sekaantuminen toisiinsa, joka taas aiheuttaa tungosta jo valmiiksi ahtaalla alueella.

Tungos ahtaassa tilassa vaikeuttaa asiakkaiden ja työntekijöiden kulkemisen pöytien ja keittiön välillä. Tämän kulkureitin ollessa täynnä linjastolle ja kassalle odottavista asiakkaista, joutuvat muut asiakkaat sekä työntekijät kiertämään ravintolan toiselta puolelta päästääkseen ruokapöytään tai keittiöön.

Ongelmaa aiheuttaa myös se, että salaattilinjaston aloituspuoli on lämpimän linjaston aloituspuolen kanssa vastakkain. Kumpaakin linjastoon syntyessä jonoa, jonot yhdistyvät toisiinsa tai ihmiset kerääntyvät linjastojen lähetyville massoiksi, jolloin kapea kulkureitti tukkeentuu. Tämä aiheuttaa myös kassan luona ruuhkaa, sillä jo maksaneet asiakkaat jäävät odottamaan linjastolle pääsyä ja koko kassan ja linjastoiden alueelle syntyy suuri ihmismassa.

Kuvio 2 havainnollistaa kassan ja linjaston luona syntyvän ruuhkan asiakkaiden jonottaessa kassalle, lämpimiin ruokiin ja salaattipöytään.

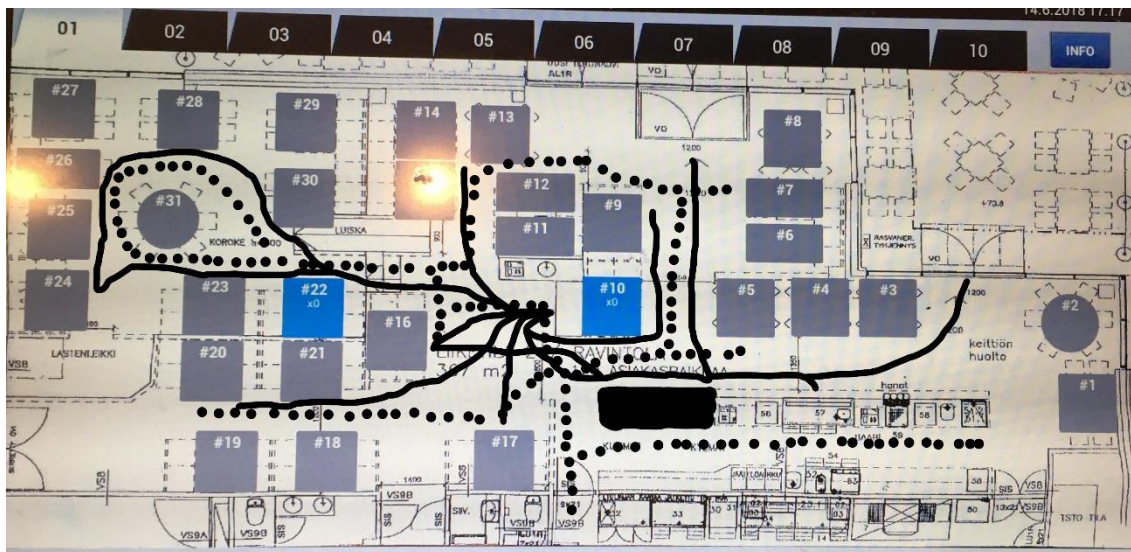


Kuvio 2. Grin&Gos ruuhka-alue (Rodero 2018)

Havainnoinnin kohteista suurin osa aloittivat suoraan lämpimistä ruuista, kun pienempi osa aloittivat suoraan salaattipöydästä ja vähiten asiakkaista kävivät ensin valitsemassa pöydän ja jättämässä sinne takkinsa tai muut tavaransa. Havainnoinnissa esille tuli asiakkaiden aloittavan heti ottamaan ruokaa maksettuaan, joka tuottaa alueelle ruuhkaa, mutta oikeanlaisessa ympäristöllä tämä ei tuottaisi ongelmaa.

Havainnoinnissa esille nousi myös asiakkaiden tietämättömyys lounaan sisällöstä. Tämä tosin voi johtua siitä, että asiakkaat olivat vain ensimmäistä kertaa lounastamassa ravintola Grin&Gos:ssa tai ohjeistusta voisi olla enemmän. Tällä hetkellä lounaan sisällöstä kertoo ainoastaan A4 kokoiset lounaslistat ulko-ovissa sekä kassan luona. Ulkona oleva suuri kyltti kertoo lounaasta ainoastaan sen hinnan, päivät ja kellonajan. Lounaasta löytyy tietoa myös internet-sivuilta, mutta kassan luona voisi olla isompi kyltti lounaan tiedoista, jotta jonottajat näkisivät ja pystyvät miettimään asiaa valmiiksi jonottaessaan.

Havainnoinnissa seurattiin myös asiakkaiden ja työntekijöiden kulkureittejä, joka seuraava kuva havainnollistaa. Kuvio 3:sta pystytään havainnollistamaan asiakkaan ja työntekijän kohtauspisteet ja ongelmakohdat. Tästä havaintokuvasta tulee esille myös aiemmin todettu ongelma linjastojen välissä olevasta kapean käytävän tukkiintumisesta.



Kuvio 3. Työntekijöiden ja asiakkaiden reitit (Rodero 2018)

Kuvio 3 hahmottaa lounasajan ruuhkaisimman paikan, joka sijoittuu kyseiseen ravintolan ahtaimpaan ja kapeimpaan kohtaan. Suurin liikenne ravintolassa tapahtuu ravintolan kapeimmassa kohdassa, minne lämpimät ruuat ovat sijoitettu. Sen lisäksi, että siinä sijaitsee lämpimien ruokien linjasto, johon asiakkaat jonottavat, sijaitsee siinä myös kassa mihin muodostuu kiireisenä aikana jonoa ovelle asti. Työntekijän reitit on merkitty karttaan pisteillä ja asiakkaiden reitit viivoilla.

Keittiön työntekijät pystyvät kuitenkin hoitamaan lämpimät ruuat toiselta puolelta linjastoa, jonne asiakkaat eivät pääse. Näin vältetään tapaturmilta, joita voisi sattua kuumien astioiden kanssa. Keittiön työntekijät hoitavat myös salaattipöydän tarjonnan, joten ajoittain siinä kohtaa törmätään ongelmiin ruuhka-aikana. Suurimmat ongelmat tulevat esille tarjoilijan kulkiessa ravintolan tiloissa siivoamassa pöytiä, tai viedessään keittiöstä tilattuja annoksia pöytiin. Ruuhkan syntyessä kulkuväylälle tarjoilijan on hankala pystyä liikkumaan takaisin keittiöön, ellei hän kierrä ravintolan toiselta puolelta päästäkseen sinne.

4.5 Kysely lounasasiakkaille

Kyselytutkimus on menetelmä, jolla pystytään keräämään ja tarkastelemaan tietoa yhteiskunnan ilmiöstä, ihmisten toiminnasta, mielipiteistä ja arvoista. Kyselytutkimuksessa haastattelija kysyy kysymyksiä haastateltavalta lomakkeen kautta. Kyselylomake on mittausväline, joka soveltuu monenlaisiin tiedusteluihin, kyselyihin, testeihin ja mittauksiin. (Vehkalahti 2014, 11,)

Kyselyitä pystytään tekemään myös haastatteluna, jolloin lomake muistuttaa kyselylomaketta, mutta erona on, että haastattelija kysyy kysymykset ja kirjoittaa vastaukset ylös. Vehkalahtien (2014, 12) mielestä kysely ja haastattelu eivät eroa toisistaan ja voidaan puhua

kummastakin termistä kyselytutkimuksena. Esille tulee myös, että mittarit ja menetelmät yhdistävät kaikkia kyselytutkimuksia.

Kyselytutkimus tehdään kyselylomakkeella, jonka tuloksista mittaus tapahtuu. Kyselylomakkeen täyttäjää, eli haastateltava kohde, vastaa kysymyksiin, jonka jälkeen tuloksiin ei voida tehdä enää muutoksia. Tästä syystä haastattelijan on suunniteltava lomake huolellisesti, sillä koko tutkimuksen onnistuminen riippuu lomakkeesta. Tutkimustuloksien ratkaiseva tekijä on kyselylomakkeiden kysymykset, joten ratkaisevaa on se, kysytäänkö siinä sisällöllisesti oikeita kysymyksiä. (Vehkalahti 2014, 13.)

Kyselylomakkeet on jaettu asiakkaille lounasaikana ravintola Grin&Gos:ssa 25. ja 26.7.2018. Kyselylomake suunniteltiin yksinkertaiseksi ja sen päämääränä oli saada yleiskuva ravintolan asiakaskunnasta ja heidän mielipiteistä lounastuotetta kohtaan. Kyselyn avulla haluttiin selvittää, kuinka monta asiakasta oli jo aikaisemmin lounastanut ravintolassa ja kuinka monta uutta asiakasta ravintolaan oli saapunut. Päätaavoite oli selvittää, olivatko asiakkaat tyytyväisiä ravintolan lounastuotteeseen.

Kyselylomakkeessa oli neljä kysymystä, joihin pystyi viimeistä kysymystä lukuun ottamatta vastaamaan kyllä tai ei. Viimeinen kysymys oli avoin kysymys. Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin asiakkaan sukupuoli, toisessa oliko asiakas aikaisemmin lounastanut ravintolassa ja kolmannessa kysyttiin asiakkaan tyytyväisyys lounastuotteesta. Neljännessä kysymyksessä kysyttiin, toivoiko asiakas muutoksia tai lisättävää lounastuotteeseen, johon asiakas sai vastata vapaasti.

Kyselyyn vastanneita oli yksitoista kappaletta, joista seitsemän kirjoitti vapaata sanaa. Asiakkaiden vapaa sana oli arvokasta opinnäytetyölle, sillä asiakkaiden mielipiteitä ja toiveita kuuntelemalla pystytään kehittämään Grin&Gos:n lounastuotetta. Vastaavanlaista kyselyä ei ole tehty aikaisemmin ravintolan olemassaolon aikana.

Kyselyyn vastanneista seitsemän henkilöä olivat miehiä ja neljä vastanneista olivat naisia, yhden kyselyyn vastanneista tekivät pariskunta yhdessä. Kahdeksan kyselyyn vastanneista olivat lounastaneet ravintola Grin&Gos:ssa aikaisemmin ja yhdeksän vastannutta kertoivat olevansa tyytyväisiä lounastuotteeseen. Yksi vastanneista ei vastannut mitään tyytyväisyyskysymykseen ja yksi kyllä- vastanneista oli kirjoittanut viereen suluissa olevansa lounastuotteeseen tyytyväinen vaihtelevasti.

Asiakastyytyväisyysvastauksia analysoidessa ilmeni asiakkaiden olevan tyytyväisiä lounaalla tarjottaviin ruokiin, lukuun ottamatta muutamaa kommenttia pihvien kuivuudesta ja eineruokien käytön vähentämisestä ja sesonkituotteinen lisäämisestä. Salaattipöydän tarjontaan toivottiin enemmän vaihtelevuutta ja yksi kyselyyn vastanneista kirjoitti toivovansa tuoreempaa salaattia.

Kolme vastanneista kertoi pizzojen olevan hyviä ja kiva lisä lounaaseen. Yhteen kyselyyn on vastattu lounastuotteen tason parantuneen ravintolan alkuajoista ja joskus sattuvan sellaisia päiviä, jolloin tarjonta lounastuotteella on ollut huonoa. Kuitenkin asiakastyytyväisyysvastausten yleinen tunnelma on positiivinen, eikä yksikään palaute ollut täysin negatiivinen.

5 Kehitysehdotukset

Opinnäytetyön tulokset osoittavat ravintola Grin&Gos:n lounastuotteen olevan sisällöltään onnistunut, eikä asiakkaiden palautteissa havaittu suurempia kehittämisen tarpeita siltä osin. Havainnointi ja työskentely ravintolassa kuitenkin osoittivat tilan tuomat ongelmat lounastuotteen sujuvuuteen. Ongelmia tuottivat lounaalla tarjottavien tuotteiden hajanaisuus ravintolan tiloissa sekä kassan sijainti.

Lämpimät ruuat, salaattipöytä, jälkiruokapöytä sekä kahvipöydän ollessa kaikki eri paikoissa, tuottavat ravintolassa ruuhkaa tietyillä alueilla, ihmettelyä sekä lisätyötä tarjoilijalle. Opinnäytetyössä havaittiin sisääntulon, kassan ja lämpimien ruokien pöydän olevan toisistaan katsoen huonosti sijoitettu, eikä asiakaspolkua ajatellen.

Lounaalle saapuva ravintolan uusi asiakas ei yleensä tiedä miten toimia lounastuotteen kanssa. Useimmiten asiakas jää kassalle kyselemään lounaan sisällöstä ja toimintatavasta, joka tuottaa ruuhkaa ja tungosta ahtaalla alueella. Toinen tapa uudella asiakkaalla on maksun jälkeen jäädä ihmettelemään tilannetta samalle kyseiselle ahtaalle alueelle. Lounastuotteiden heikko sijoittelu tuottaa alueella ongelmia myös vakioasiakkaiden kanssa, jotka maksun jälkeen useimmiten aloittavat lämpimän linjaston väärältä puolelta, sillä se sijaitsee kassan vieressä.

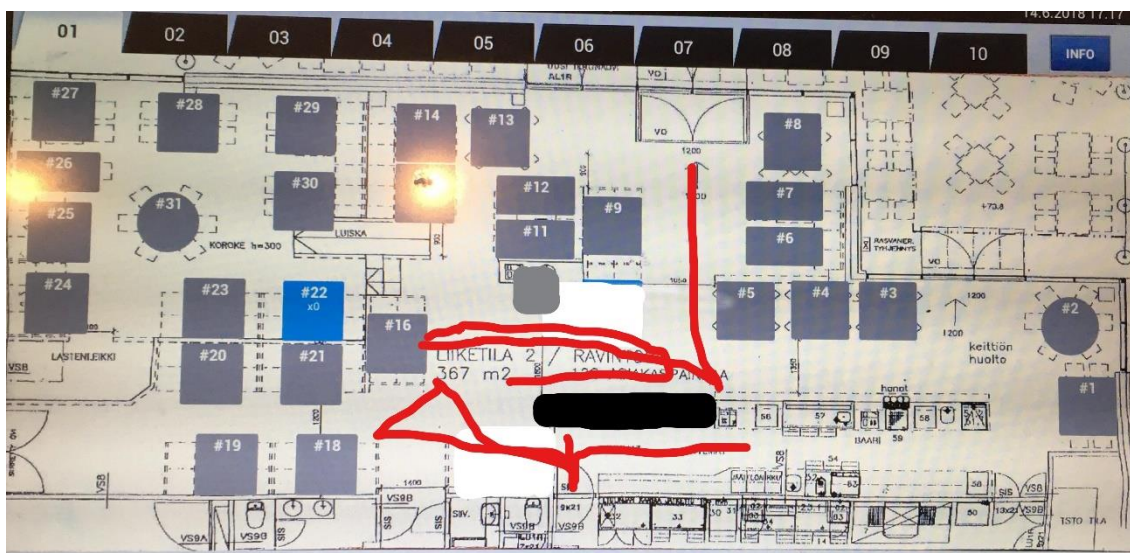
Asiakkaille on luontaista ja helppo siirtyä lounaan maksettua jatkamaan asiakaspolkuaan viereistä alkavaan lämpimään linjastoon, vaikka linjaston tarkoitus on aloittaa juuri toiselta puolelta. Loppujen lopuksi kumpikin tapa tuottaa tungosta alueella ja kassalle jonottajien kesken. Kassan ja lämpimän linjaston olisi hyvä olla erikseen, jolloin kassalle jonottajien ja lämpimään linjastoon jonottajien jonot eivät menisi keskenään ”sekaisin”.

Havainnoinnin tuotokset osoittivat asiakkaiden kävelevän ravintolassa edes takaisin noutamassa ruokaa lautasilleen. Useamman asiakkaan kohdalla heijastui ihmettely ja hieman epälooginen ruokien hakemisjärjestys. Juuri edellä mainittu aiheuttaa asiakkaiden kävelemisen ristiin ja ruuhkan jo ennestään ahtaassa tilassa lämpimän linjaston edessä.

Tuloksista nähdään, ettei ravintolan nykyiset tilat ole käytännölliset lounastuotteen tarjoilemiseen buffetin muodossa. Lämmin linjasto ja kassa sijaitsevat liian lähellä toisiaan, jonka lisäksi tilakin on ahdas. Salaattipöydän aloitus puoli on samalla puolella kuin lämpimän linjaston aloituspuoli ja ne ovat liian lähellä toisiaan. Linjastojen välimatka toisistaan on ainoastaan noin 1,5 metriä.

Tilanteen ratkaisisi mm. purkamalla ensimmäinen pöytä keittiöstä vasemmalle katsottuna ja siirtämällä salaattipöytä lämpimän linjaston jatkeeksi. Tällä tavalla linjastoa pystyttäisiin täyttämään suoraan keittiöstä astumatta ns. salin puolelle asiakkaiden sekaan. Tällä tavalla myös asiakkaat pystyisivät kulkemaan koko linjaston läpi ja saada niin salaatin ja lämpimän ruuan samalla jonottamisella.

Tällä ratkaisulla ainoaksi ongelmaksi jää edelleen linjaston päättyminen kassan luokse, jossa jonot kohtaavat. Tässä kohtaan ongelman ratkaisisi siirtää kassan paikkaa, mutta toisaalta kassan on hyvä olla pääovia vastapäätä. Siirtämättä kassaa, tilaa pystyisi avartamaan purkamalla myös näin tyhjäksi jäänyttä salaattipaikkaa ja yhden loosin linjaston edestä. Alla oleva kuva kuvastaa tilaa sellaisenaan mitä se voisi olla tekemällä edellä mainitut muutokset.



Kuvio 4. Salikartta muutosehdotuksen jälkeen

Kuvio 4 havainnollistaa puretut pöydät (salaattipöytä ja kaksi pöytää) ja miten lämmin linjasto on jatkettu pidemmäksi, jolloin samalle linjastolle mahtuisi myös salaattipöytä. Entiselle salaattipöydän tilalle mahtuu muutoksen myötä kahden hengen pöytä. Mahdollisesti siihen saattaisi mahtua myös 4 hengen pöytä. Viivat kuvastavat asiakkaan ja työntekijöiden uusia reittejä salissa.

Muutosehdotuksen mukaisesti tehty uusi tilaratkaisu mahdollistaisi avarampaan tilaan linjaston edessä ja minimoisi ruuhkan ja tungoksen muodostumista. Asiakkaat pääsisivät linjaston läpikäytyä kääntymään ja jatkamaan matkaa takaisin pöytänsä kiertämättä ravintolan toiselta puolelta. Työntekijät pystyisivät tällä ratkaisulla täydentämään linjastoja menemättä asiakkaiden sekaan.

Tämä on kuitenkin vain yksi monista mahdollisista tilaratkaisuista. Tämä ratkaisu olisi vähiten muutoksia ja purkamista kaipaava järjestely, mutta silti suuria tuloksia tuottava. Purkamalla

kaksi mainittua pöytää saadaan tilaan avaruutta ja linjasto yhtenäiseksi toimivammaksi ratkaisuksi. Ratkaisu auttaisi asiakkaita kulkemaan asiakaspolkunsa helpommin ja tietoisemmin. Tällä muutoksella asiakkaat ymmärtäisivät mistä linjaston päästä kuuluu aloittaa, eivätkä aloittaisi kassan luota lounaan maksettuaan. Tämä niin sanotusti pakottaisi asiakkaat kävelemään kassan luota pois ja aloittamaan linjaston kylmältä puolelta tai mahdollisesti valitsemaan ensin pöydän ja sitten siirtymään linjastoon.

Asiakkaiden siirtyminen kokonaan pois kassan alueelta helpottaisi tilan ruuhkaisuutta paljon. Jäljelle jää vielä toki linjaston päättyminen kassan luokse ja ellei kassaa siirretä pois, niin jot tulevat edelleen yhdistymään. Tällä kertaan kuitenkin linjastossa kulkevat pystyvät kääntymään takaisin päin ja kulkemaan linjaston jonon ohi ilman tungosta, sillä tila olisi avara ja mahdollistaa esteettömän liikkumisen.

Koska ratkaisuja on monia toimivan lounastuotteen takaamiseksi, voi ravintola päättää tekekö pienemmän muutoksen parantaakseen lounastuotteen sujuvuutta vai haluaako tehdä suuremman muutoksen asian suhteen ja saada täysin erilaisen tilaympäristön lounaalle. Pienemmällä, opinnäytetyön esimerkillä, ravintola pystyy kuitenkin jo takaamaan paremman asiakaspolun ja lounastuotteen, joten jos ravintolalla ei ole tulevaisuuden suunnitelmissa tehdä suurempia remontteja, voidaan tällä pienellä muutoksella parantaa huomattua ongelmakohtaa jo huomattavasti.

6 Pohdinta

Opinnäytetyön prosessi on ollut pitkä ja haastava. Opinnäytetyö on valmistunut hitaasti vuoden 2018 aikana, mutta ollut hyvin opettavainen prosessi. Aloittaessani kirjoittamaan ja tutki- maan opinnäytetyötäni sekä sen aihetta, en ollut varma minkälainen valmis työ tulisi ole- maan. Koko prosessi on ollut minulle uutta, vaikka opintojeni erilaiset kurssit ovat valmista- neet minua tähän koko 3,5 vuoden ajan. Tässä vaiheessa opinnäytetyötäni ymmärrän oppi- mani paremmin ja miten olen osannut hyödyntää niitä tässä työssä.

Alkuvaikeuksien jälkeen opinnäytetyön kirjoittaminen lähti sujumaan paremmin löydettyäni aiheen ja ymmärrettyäni paremmin minkälaisesta prosessista on kyse. Onnekseni opinnäyte- työni aihe löytyi läheltä, omasta työstäni, eikä minun tarvinnut stressata mistä tulisin löytä- mään toimeksiantajan sekä aiheen. Tämä oli merkittävä osa koko prosessia.

Opinnäytetyö lähti etenemään sujuvasti alkukankeuden väistyttyä ja työn todellisen ymmärtä- misen jälkeen. Tekstiä muodostui sujuvasti, vaikka teorian tiedon kirjoittaminen tuotti ajoit- taen hankaluuksia. Teorian tiedon kirjoittaminen oli ehdottomasti työn haastavin osuus, mutta sen valmistuttua pääsin aloittamaan tutkimustyön ja vapaan kirjoittamisen, jolloin prosessi lähti kunnolla käyntiin.

Tutkimusmenetelmien käyttö oli minulle tuttua opintoihini kuuluvien erilaisten kurssien tehtävääntöjen myötä, joten niiden käyttö itsenäisesti tuntui itsevarmalta ja hyvältä. Tutkimusmenetelmien käyttäminen ja kirjoittaminen oli opinnäytetyön mielenkiintoisin vaihe. Pääsin tutkimaan kilpailevien ravintoloiden toimintatapoja ja havainnoimaan toimeksiantajan asiakkaiden asiakaskäyttäytymistä. Jälkikäteen ymmärrettynä kyselylomakkeiden toteutus olisi voinut kuitenkin olla sisällöltään laajempi ja tuottaa tällöin myös parempia tuloksia opinnäytetyötä varten.

Opinnäytetyön tavoitteet oli tutkia lounastuotteessa ilmenneitä kehittämistarpeita ja löytää niille ratkaisuja. Kehittämistarve ymmärrettiin, asiakaspalautetta saatiin kerättyä ja havainnoinnin myötä muutosehdotukset löydettiin. Tutkimuksen tavoitteet siis saavutettiin ja muutosehdotusten myötä toimeksiantaja pystyy tekemään asiakkailleen entistä palvelevamman lounastuotteen.

Toimeksiantajan kommentit opinnäytetyöstä olivat positiivisia ja ne osoittivat opinnäytetyön onnistuneen tavoitteissaan. Toimeksiantaja kertoi kehittämiskohteen kehitystarpeiden olleen tiedossa ja muutossuunnitelmia olleen mielessä jo pidemmän aikaan. Opinnäytetyö kuitenkin nosti kehittämiskohteen hienosti esille mm. kuvien muodossa ja niiden, sekä muiden tulosten perusteella toimeksiantaja pystyy tekemään lounastuotteessa muutoksia. Opinnäytetyön muutosehdotus oli toimeksiantajan mukaan täysin mahdollinen ja hyvä ehdotus. Toimeksiantaja piti erityisesti asiakaskyselyiden palautteista, jotka olivatkin melkein kaikki positiivisia palautteita. Tästä ravintola Grin&Gos:n on hyvä jatkaa jo hyvin menestynyttä polkuaan entistä parempana.

Lähteet

Painetut

Hemmi, M., Häkkinen, U. & Lahdenkauppi, M. 2008. Asiakaspalvelua ravintolassa. WSOY.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2015. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus

Hotanen, J., Laine, R. O. & Pietiläinen, S. 2001. Benchmarking-opas: Opi hyviltä esikuvilta. Otamedia, Espoo.

Kanji, Gopal K. & Gorst, Jonathan K. 2005. Customer satisfaction in service industries. Customer satisfaction and Organizational strategy. Wisdom House Publication.

Koivisto, M. 2007. Mitä on palvelumuotoilu? Muotoilun hyödyntäminen palvelujen suunnittelussa. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.

Kortelainen, M.J., & Kyrö, J. 2015. Myynnin ammattilaisena. Otavan kirjapaino Oy.

Lampi, R., Laurila, A. & Pekkala, M-L. 2009. Ruokapalvelut työnä. Helsinki. WSOY.

Mertanen, E. 2010. Ruokapalveluja kehittämässä. Tampereen Yliopistopaino Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. Sanoma pro Oy.

Soisalo, S. & Voutilainen, E. 2017. Ruokarytmi. Painettu EU:ssa. Tammi.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum Media Oy.

Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Oy Finn Lectura Ab.

Walker, John R & Lundberg, Donald E. 2001. The Restaurant: From concept to operation. John Wiley Inc.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas?. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Sähköiset

Aalto yliopisto. 2018. Luento 8. Luettu 12.7.2018

https://mycourses.aalto.fi/pluginfile.php/618393/mod_resource/content/1/Luento%2008%20-%20pruju.pdf

Aalto yliopisto. 2018. Ravintolat ja kahvilat. Luettu 28.11.2018

https://mycourses.aalto.fi/pluginfile.php/575244/mod_folder/content/0/ravintola%20kahviola%20rt%20%2094%2011164.pdf?forcedownload=1

Ammattinetti. 2018. Ravitsemisala. Luettu 16.6.2018.

http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/23/10_ammattiala

Haapakorpi, Oona. 2015. Ruokalistan suunnittelujärjestys. Luettu 28.11.2018

<https://www.slideshare.net/OonaHaapakorpi/ruokalistan-suunnittelujrjestys>

Kokko, Olavi. 2018. Asiakastyytyväisyyden kaiken perusta. Luettu 20.6.2018

<http://www.qk-karjalainen.fi/fi/artikkelit/asiakastyytyvaeisyys-kaiken-perusta/>

Lahden kaupunki. 2016. Ravintolaa ja muita ravitsemisliikkeitä koskevia ohjeita. Luettu 7.11.2018

<http://lahdenvuosi.fi/filebank/647-13-Ravintolaohjeet.pdf>

Logistiikan maailma. 2018. Mitä on logistiikka. Luettu 12.7.2018.

<http://www.logistiikanmaailma.fi/aineistot/logistiikkaa-lukiolaisille/mita-on-logistiikka/>

Mara. 2018. Matkailu ja ravintola-ala toimialana. Luettu 5.7.2018

<https://mara.fi/toimiala/matkailu-ja-ravintola-ala-lyhyesti>

Terveystieteiden tutkimuskeskus. 2017. Työpaikkaruokailu. Luettu 17.6.2018

<https://thl.fi/fi/web/elintavat-ja-ravitsemus/ravitsemus/ruokapalvelut/tyopaikkaruokailu>

Tilastokeskus. 2008. Toimialaluokitus. Luettu 25.11.2018

<https://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/5610.html>

Työturvallisuuskeskus. 2011. Hotellin ja ravintolan työturvallisuus. Luettu 18.6.2018

https://ttk.fi/files/5618/Hotellin_ja_ravintola_tyoturvallisuus.pdf

Wikipedia. 2018. Lounas (ateria). Luettu 20.7.2018

[https://fi.wikipedia.org/wiki/Lounas_\(ateria\)](https://fi.wikipedia.org/wiki/Lounas_(ateria))

Yle Uutiset. 2017. Työpaikkaravintoloissa näkyy vihdoinkin valo: "Yksilöllisyys isoin ruokaan liittyvä megatrendi, johon vastattava". Luettu 16.6.2018

<https://yle.fi/uutiset/3-9734672>

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake	38
-----------------------------	----

Liite 1: Kyselylomake



Ravintola Grin&Gos asiakastyytyväisyyskysely

1. Sukupuoli

Nainen__

Mies__

2. Oletko aikaisemmin lounastanut ravintola Grin&Gos:ssa?

Kyllä__

En__

3. Oletko ollut tyytyväinen lounastuotteeseen?

Kyllä__

En__

4. Mitä muutoksia/lisää toivoisit lounastuotteeseen?
