

Jutta Herpola

ASIAKASTYYTYVÄISYYS RAVINTOLA BUCCOSSA

Matkailun koulutusohjelma

2013

ASIAKASTYYTYVÄISYYS RAVINTOLA BUCCOSSA

Herpola, Jutta
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Kesäkuu 2013
Ohjaaja: Blomroos, Marja-Leena
Sivumäärä: 37
Liitteitä: 4

Asiasanat: kvantitatiivinen tutkimus, asiakaspalvelu

Opinnäytetyön aiheena oli toteuttaa asiakastyytyväisyyskysely porilaiseen ravintola Buccoon. Kysely toteutettiin kyselylomakkeen avulla. Lomake laadittiin osittain yhdessä Buccoon omistajan kanssa. Opinnäytetyö toteutettiin pääosin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Lomakkeessa oli yksi avoin kysymys, joten opinnäytetyössä paneuduttiin myös laadullisen tutkimuksen tekemiseen.

Ravintola Bucco on porilainen a la carte- ja lounasravintola, joka on toiminut vuodesta 2004. Olen itse työskennellyt siellä, joten ravintolaa oli helppo lähestyä aiheen kanssa. Buccossa ei ole myöskään koskaan aiemmin toteutettu vastaavaa tutkimusta.

Teoreettinen osuus opinnäytetyössä koostuu palvelun laadun ja asiakaspalvelun tutkimisesta ja analysoinnista. Tarkoituksena oli paneutua asiakaspalveluun nimenomaan ravintola-alalla. Tärkeimpänä asiana olivat kuitenkin kyselylomakkeista saatava tieto ja tulokset, jotta Bucco tietää mitä tällä hetkellä tehdään oikein ja mitä voi kehittää. Lisäksi kerrottiin määrällisen tutkimuksen ja itse kyselylomakkeen tekemisestä.

Kyselylomake oli Buccossa marras-joulukuun ajan vuonna 2012. Vastauksia tuli yhteensä 41, joten jäätin hieman tavoitteesta, joka oli 50-60 kyselylomaketta. Tulokset olivat kuitenkin todella yksimielisiä, joten hieman alhainen vastausprosentti ei haitannut. Vastajista 68% oli a la carte asiakkaita ja 27% lounasasiakkaita. Viisi prosenttia vastasi vain palvelua koskeviin kysymyksiin. Avoimen kysymyksen vastauksista saatiin ihan konkreettisia parannusehdotuksia Buccoon. Lisäksi asiakkaat olivat antaneet positiivista palautetta hyvinkin tarkasti, joten avoin kysymys osoittautui hyödylliseksi.

CUSTOMER SATISFACTION IN RESTAURANT BUCCO

Herpola, Jutta

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

June 2013

Supervisor: Blomroos, Marja-Leena

Number of pages: 37

Appendices: 4

Keywords: quantitative research, customer service

The aim of this thesis was to do a customer satisfaction survey in a restaurant in Pori. The restaurant is called Bucco. The survey was made with a questionnaire. The questionnaire was made partly with the owner of Bucco. My thesis was mainly quantitative research. In questionnaire there was one open question, so I studied also a little bit qualitative research also.

The Bucco restaurant is a la carte restaurant, where they serve also lunch. It started on 2004. I have worked there myself, so it was easy to ask to do this thesis there. There has never been done any survey like this, so the timing was also very good.

The theory part in my thesis consists of studying and analyzing quality of service and customer satisfaction. The goal was to concentrate on customer satisfaction mainly in restaurants, but also generally. The most important part of my thesis was of course the results of the survey, so Bucco can use that information when developing the restaurant. After that survey they know what are they doing right now and what kind of things they can develop. Then I also told in my thesis about quantitative research and making a questionnaire in general.

The questionnaire was in Bucco between November and December on 2012. I got 41 answers, which was a little bit less than my goal was to get. My goal was 50-60 answers. Nevertheless the results were so unanimous, so this percent of replies didn't harm the results. 68% of the respondents were a la carte customers and 27% lunch customers. 5% answered only to the questions with relation to service. The one open question was really good, and I got few concrete proposal for improvement in the restaurant. In addition to respondents gave very detailed positive feedback, so the open question was really useful.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	TUTKIMUSONGELMA JA TUTKIMUSMENETELMÄ	6
	2.1 Tutkimusongelma.....	6
	2.2 Tutkimusmenetelmä.....	7
	2.3 Kyselytutkimuksen toteutus.....	7
3	RAVINTOLA BUCCO.....	8
4	ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	11
5	ASIAKASPALVELU JA PALVELUN LAATU.....	12
	5.1 Asiakaspalvelun määritelmä.....	12
	5.2 Asiakkaan ja palvelun näkökulma.....	12
6	ASIAKASPALVELUSTA KÄYTÄNNÖSSÄ RAVINTOLASSA.....	13
	6.1 Ruokaravintola.....	13
	6.2 Tarjoilijan työskentely ja asiakaspalvelu.....	13
	6.3 Asiakas ravintolassa.....	14
7	MÄÄRÄLLISEN TUTKIMUKSEN TEKEMINEN SOVELTAEN TÄHÄN TUTKIMUKSEEN.....	15
	7.1 Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus.....	15
	7.2 Aineiston kerääminen.....	15
	7.3 Kyselylomakkeen tekeminen.....	16
	7.4 Kyselylomake Buccossa.....	17
8	TUTKIMUSTULOKSET.....	18
	8.1 Tiivistelmä tutkimustuloksista.....	18
	8.2 Kotiruokalounas.....	18
	8.3 A la Carte.....	19
	8.3.1 Alkuruoka.....	19
	8.3.2 Pääruoka.....	20
	8.3.3 Jälkiruoka.....	22
	8.4 Palvelu.....	23
9	AVOIN KYSYMYS KYSELYLOMAKKEESSA.....	24
10	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUSTARKASTELU.....	26
	10.1 Validiteetti.....	26
	10.2 Reliabiliteetti.....	27
11	OMA POHDINTA.....	28
	LÄHTEET.....	30
	LIITTEET	
	LIITE 1 KYSELYLOMAKE	
	LIITE 2 AVOIMEN KYSYMYKSEN VASTAUKSET	

LIITE 3 KVANTITATIIVISET TULOKSET, KESKIARVOT, MINIMIT JA
MAKSIMIT

LIITE 4 RUOKALAJIT

1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoitteena oli mitata asiakastyytyväisyyttä ravintola Buccossa. Työssäni toteutin Buccossa kyselylomakkeen, johon asiakkaat saivat vastata kahden kuukauden ajan. Buccossa ei ollut ennen vastaavaa kyselyä toteutettu, joten sen katsottiin olevan ajankohtainen, varsinkin kun kilpailu alalla on kuitenkin vahvaa.

Teoreettisena pohjana ja tutkimukseni tukena tutkin asiakastyytyväisyyttä ja palvelun laatua yrityksissä yleensä. Teoriaosuudessa yritän keskittyä eniten kuitenkin ravintola-alaan. Ravintola-ala on minulle myös tuttu ja helposti lähestyttävä aihe, koska olen sillä alalla työskennellyt. On paljon helpompi tehdä kyselylomaketta ja analysoida tuloksia, kun on itse kokemusta ravintola-alalta sekä kyseisestä ravintolasta, jossa tutkimus tehtiin. Tutkimusmenetelmäni on kvantitatiivinen määrällinen tutkimus, mutta kyselylomakkeessa on myös yksi avoin kysymys, joten tutkimuksessa käsitellään myös laadullista tutkimusentekoa.

Kyselylomakkeen vastauksia analysoin pääosin sanoin, koska koen, että se on tarkempaa. Apuna käytin muutamaa ympyrädiagrammia. Vaikka ruoat olivat monia erilaisia, laatuun lähes kaikki olivat kuitenkin tyytyväisiä. Myös palveluun lähes jokainen oli tyytyväinen.

2 TUTKIMUSONGELMA JA TUTKIMUSMENETELMÄ

2.1 Tutkimusongelma

Tutkimusongelmana on mitata asiakastyytyväisyyttä ravintola Buccossa. Toteutan tutkimuksen kyselylomakkeen avulla, jossa kysyn asiakkaiden tyytyväisyyttä ruokaan ja palveluun. Idea kyseiseen tutkimukseen syntyi lopulta helposti, koska olen työskennellyt Buccossa kesällä 2011 ja 2012. Uskon työskentelyni Buccossa helpottavan tutkimuksen tekoa ja tulosten analysointia, koska henkilökunta ja ravintolan tuotteet ja palvelut ovat minulle tuttuja. Buccon omistaja ja muu henkilökunta lähti helposti mukaan tutkimukseen, koska Buccossa ei ole vastaavaa kyselyä ennen toteutettu.

Tällä hetkellä Buccossa on palautemahdollisuus vain sähköisessä muodossa, joten tutkimus on tarpeellinen, jotta palautteen antaminen olisi asiakkaille vieläkin helpompaa ja sitä tulisi enemmän. Ravintolan henkilökunta saa välitöntä palautetta toki päivittäin, mutta se ei aina ole täysin rehellistä. On hyvin suomalainen tapa sanoa ”kaikki oli hyvää” tarjoilijan kysyessä maistuiako ruoka, mutta joskus todellisuudessa tarjoilijan lähdettyä, pöydässä puhutaan, kuinka pihvi ei ollut oikean kypsyinen ja muuta vastaavaa.

Tavoitteena on saada mahdollisimman tarkka kuva asiakkaiden tämänhetkisestä tyytyväisyydestä. En aio tarkastella asiakasprofiilia, koska tämän tutkimuksen tarkoitus on mitata, mitä asiakkaat ajattelevat, eikä niinkään keitä he ovat. Tulosten avulla Bucco pystyy parantamaan palveluitaan ja asiakkaan ollessa tyytyväinen saadaan asiakas taas palaamaan ravintolaan. On myös tärkeää saada tietää, mitä tällä hetkellä jo tehdään oikein tai hyvin, jotta sellaista ruokaa tai palvelua ei kehitettäisi väärään suuntaan. Tarkoituksena on saada jo Buccossa käyneet asiakkaat palaamaan ravintolaan. Vanhojen asiakkaiden kautta on mahdollista saada myös uusia asiakkaita, kun vanhat kertovat positiivisista kokemuksistaan tuttavilleen.

2.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä on pääasiassa kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus. Laadin kyselylomakkeen, jossa kysyn tyytyväisyyttä ruokaan ja palveluun. Lomakkeen loppuun tulee yksi avoin kysymys, joten tutkimukseen tulee myös hieman kvalitatiivista eli laadullista tutkimustapaa.

Aina avoin kysymys ei tarkoita laadullista tutkimusta. Analysointitapa määrää tutkimusmenetelmän, eikä kysymyksen muoto (Vilkkä 2008, 87). Avoimen kysymyksen analysointi ja tulkinta on aina työläämpää, mutta koen yhden avoimen kysymyksen tarpeelliseksi työssäni. Laadin lomakkeen itse, mutta kysyin siihen mielipiteitä Buccon omistajalta.

Opiskelujeni aikana olen jo opiskellut jonkin verran lomakkeiden tekoa. Jokaisen lomakkeen kohdan tulee olla perusteltu ja turhia kysymyksiä tulee välttää, jotta ei kysyisi mitään vain sen takia että olisi ”kiva tietää” (Vilkkä 2005, 81). Tiedostan myös, että kysymysten muotoiluun ja vastaamisen ohjeisiin tulisi panostaa. Kaikkien kyselyyn vastaajien tulee ymmärtää kysymykset samalla tavalla sekä keskenään että kyselyn laatijan kanssa. Tämän toteutumisen vastuu on aina kyselyn tekijällä. Kyselyn tulee olla myös sopivan pituinen. Tarpeeksi lyhyt, jotta asiakas jaksaa keskittyä sekä tarpeeksi laaja, jotta tarpeeksi kattavan tutkimuksen tekeminen on mahdollista. (Vilkkä 2005, 87-89.)

2.3 Kyselytutkimuksen toteutus

Käytännössä toteutan tutkimuksen niin, että Buccon eteiseen/WC-tilojen läheisyyteen tulee palautelaatikko, kyniä ja vastauslomakkeet. Ihmiset kävelevät väistämättä tämän tilan ohi poistuessaan ravintolasta. Kirjoitan myös erillisen paperin, jossa kerron tekeväni aiheesta opinnäytetyötä. Uskon, että näin saan enemmän vastauksia ja ihmisten motivaatio vastata, on suurempi. Tila on tarpeeksi iso, jotta ihmiset voivat vaivatta jäädä täyttämään lomaketta. Päädyin tällaiseen käytännön ratkaisuun, koska esimerkiksi kyselylomakkeen vieminen pöytiin laskun yhteydessä on mielestäni epäkohteliasta. Buccon muu henkilökunta oli tästä kanssani

samaa mieltä. Ajattelin myös itse mennä muutaman kerran paikalle. Esimerkiksi muutaman kerran lounasaikaan ja muutaman kerran illallisaikaan.

3 RAVINTOLA BUCCO

Ravintola Bucco on toiminut vuodesta 2004. Omistajana toimii tällä hetkellä Jani Lehtinen, joka on tunnettu muun muassa ”Siika hyvä keittokirjasta” ja Mamma Mia televisio-ohjelmasta. Bucco on italialaistyylinen ravintola satakuntalaisella ja porilaisella otteella. Molemmat ominaisuudet näkyvät raaka-aineissa. Esimerkiksi oliiviöljy ja juusto tulevat suoraan Italiasta ja muun muassa sienet, siika ja maitotuotteet lähialueilta. Riista on myös Buccon erikoisuus, joka vaihtuu kuukausittain, jopa viikoittain, kun omistaja käy itse metsästäjänä. Buccossa ruoka tehdään alusta loppuun itse ja lisäaineita ei käytetä ollenkaan. (Buccon www-sivut 2012.)

Laadukkaan ruoan lisäksi Buccon viinitarjonta on laaja ja laadukas. Viinilista on hinta-laatusuhteeltaan yksi Suomen parhaita. Lehtinen on itse vierailut useilla viinitiloilla ja tuo myös itse viinejä maahan. Viinit ovat tarkoin valittuja, ja joukossa on myös todellisia erikoisuuksia. Buccossa toimii tällä hetkellä Vinoteca-niminen viinikellarikabinetti, jonka voi varata tasting- tai kokouskäyttöön. (Buccon www-sivut 2012.)

Bucco on jo monen vuoden näytöillä osoittanut kuuluvansa Suomen parhaimpiin ravintoloihin, vaikka sijaitsee pienessä kaupungissa. Bucco on ollut Suomen TOP-50 ravintoloiden listalla neljä kertaa vuosina 2008, 2009, 2010 ja 2011. Paras sijoitus on 13. vuodelta 2011, Helsingin ulkopuolella kolmas. Tämän valinnan tekevät alan ammattilaiset. Lehtisellä on paljon kansainvälistä kokemusta, erityisesti Italiasta. Myös muunmaalainen keittiö on tullut tutuksi. Tästä osoituksena yhteinen keittokirja Marseillesista kotoisin olevan, mutta Texasissa kokkaavan David Denisin kanssa. Buccon vahvuus on sekä juomissa että ruoissa hinta-laatusuhde, joka esimerkiksi pääkaupunkiseudulla on yleensä vaikea saavuttaa. (Lindgren C 2012).

Lounas tarjotaan tiistaista perjantaihin kello 11-15. Kotiruokalounaalla on aina tarjolla kaksi vaihtoehtoa, jotka ovat samat kaksi päivää. Eli tiistaina ja keskiviikkona ovat samat kaksi kotiruokavaihtoehtoa ja samoin torstaina ja perjantaina. Kotiruokalounas maksaa 10,20 euroa ja siihen kuuluu alkuruoaksi salaatti ja aterian jälkeen kahvi tai tee. Salaatti ja kahvi noudetaan itsepalvelupöydästä, mutta pääruoka tuodaan pöytään. Lounasaikaankin pääruoka valmistetaan aina kerta-annoksena, vasta kun asiakas on tilannut sen. Buccossa lounasruokakin tulee silti nopeasti, joten asiakkaat kerkeävät esimerkiksi työpaikan lounastauolla syödä. Lisäksi lounasaikaan on tarjolla myös lounasmenu, johon kuuluu kolme ruokalajia eli alkuruoka, pääruoka ja jälkiruoka. Nämä ruoat ovat a la carte-ruokia ja on tarkoitettu pidempään lounasruokailuun. Lounasmenun hinta on 32€. Myös lounasmenussa vaihtoehdot ovat samat kaksi päivää. Asiakkaalla on siis mahdollisuus valita menukokonaisuus kahdesta alkuruoasta, kahdesta pääruoasta ja kahdesta jälkiruoasta. (Buccon www-sivut.)

Illalla Bucco on avoinna tiistaista perjantaihin kello 17-23 ja lauantaina kello 16-23. Sunnuntaina ja maanantaina Bucco on suljettu. Joskus sunnuntaisin Bucco voi olla avoinna, kuten esimerkiksi äitienpäivänä tai Pori Jazzien aikaan. Lounaan ja a la carte-tarjoilun väliin jää siis pari tuntia, jolloin on aikaa laittaa ravintola taas illalliskuntoon. Buccon a la carte menussa on tarjolla noin kahdeksan alkuruoka-, seitsemän pääruoka- ja viisi jälkiruokavaihtoehtoa. Jälkiruokana voi nauttia myös normaalin kahvin lisäksi jonkun kahdeksasta erikoiskahvista, esimerkiksi Irish Coffeen. Lisäksi Buccon keittiöhenkilökunta on jokaiseen ruokalistaan suunnitellut valmiita menukokonaisuuksia. Nämä menukokonaisuudet vaihtuvat joka kerta, kun lista vaihtuu. Usein niissä on alkuruoka, pääruoka ja jälkiruoka, mutta joskus voi olla myös vaikka kaksi alkuruokaa. Joka kuukausi on myös kuukauden menukokonaisuus. Buccossa voi tilata myös ”Menu Chef:in”, joka on kuuden ruokalajin yllätysillallinen, joka tarjoillaan vain pöytäkunnittain eli jokaisen pöytäseurussa on tilattava Menu Chef. Silloin kokki tulee yleensä esittelemään jokaisen ruokalajin erikseen pöytään. Asiakas ei tiedä siis etukäteen mitä ruokia keittiöstä loihditaan, mutta toki allergioita tai muita samankaltaisia toiveita voidaan kuunnella. (Buccon www-sivut ja henkilökohtainen tiedonanto.)

Bucco toimii myös tilausravintolana erilaisiin tilaisuuksiin, esimerkiksi häihin. Buccosta voi tilata pelkät ruoat valmiina, ja noutaa ne itse, mutta on myös mahdollista saada kokki/kokkeja ja/tai tarjoilijoita juhlapaikalle tekemään ja tarjoilemaan Buccon ruokia.

Buccossa voi järjestää yksityistilaisuuksia, kokouksia tai seminaareja. Buccosta löytyy Audiovisuaalisilla tiloilla varustettu 60 hengen auditorio tai 12 hengen viinikabinetti, josta aikaisemminkin jo kirjoitin. Tarvittaessa voi vuokrata myös koko ravintolan käyttöönsä. Buccon voi vuokrata puoleksi tai kokonaiseksi päiväksi. Kokouspaketti suunnitellaan aina yksilöllisesti tilaajan kanssa, ja siihen kuuluu aina kahvi suolaisen tai makean tarjoilun kanssa. Lisäksi on mahdollista saada kokouksen yhteyteen myös lounas tai illallinen juomineen. (Buccon [www-sivut](#).)

Buccossa järjestetään myös muutaman kerran vuodessa niin kutsuttuja viinitastingeja eli viini-iltoja, joissa Buccon omistaja esittelee erilaisia viinejä ja yleensä tastingiin kuuluu myös kolmen ruokalajin menukokonaisuus. Viinitastingin hinta on noin 75-85 euroa ja sinne mahtuu noin 30 henkilöä. Buccon omistaja tuo itse viinejä maahan ja muutenkin valitsee viinit tarkkaan sekä tietää ja osaa kertoa niistä paljon. Viini-illat ovat Buccossa olleet todella suosittuja, ja ne ovatkin aina ihan täynnä. Viinitastingin voi myös tilata 12:lle hengelle tilaukseusta, mutta niitä järjestetään yleisestikin ja niihin voi vapaasti ilmoittautua. Joskus viini-iltoja järjestetään vain miehille tai naisille, ja tarjolla on myös molemmille sukupuolille tarkoitettuja viini-iltoja. Viini-iltoja vetää Buccon omistaja tai joskus joku muu Buccon viinien maahantuoja, esimerkiksi Pekka ja Arja Rautakallio. (Buccon [www-sivut](#), Buccon Facebook-sivut, henkilökohtainen tiedonanto.)

Buccossa on mahdollista järjestää myös kokkikurssi kavereiden tai vaikka työporukan kesken. Kokkikursseja järjestetään 6-12 hengelle, ja kurssin hintana on 1250 euroa. Hinta sisältää reseptit, esiliinat ja raaka-aineet. Viinit eivät sisälly hintaan. Kurssit järjestetään aina maanantaisin, jolloin muu ravintola on suljettu. (Buccon [www-sivut](#).)

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyys koostuu asiakaspalvelusta, palvelun laadusta ja palveluodotuksista. Pääperiaatteena asiakastyytyväisyydessä on se, miten yritys onnistuu vastaamaan asiakkaan odotuksiin. Parhaassa tapauksessa asiakkaan odotukset jopa ylitetään. Eli tyytyväinen asiakas on sellainen, joka on tyytyväinen saamaansa palvelukokonaisuuteen odotuksiinsa nähden. Mitä suuremmat odotukset asiakkaalla on, sitä vaativamman työn asiakaspalvelijan tarvitsee tehdä, jotta asiakas olisi tyytyväinen. Esimerkiksi kalliin neljän tähden hotellin asiakkaalla on varmasti korkeammat odotukset, kuin halvan nuorisohostellin asiakkaalla. Kuitenkin nuorisohostellin asiakas voi olla tyytyväisempi hostelliin ja palvelukokonaisuuteen, koska hänen odotuksensa kuitenkin täyttyivät. Asiakastyytyväisyys on yritykselle tärkeää ja muun muassa sen avulla pystytään erottumaan muista kilpailevista yrityksistä. Asiakastyytyväisyys on myös jo osana monen yrityksen perusstrategiaa. Asiakkaan tyytyväisyys on tärkeää myös, jotta asiakkaista saadaan uskollisia asiakkaita ja he saattavat tällöin suositella tuotetta, yritystä tai palvelua tuttavilleen ja läheisilleen, jolloin yritys saa ilmaista, mutta vaikuttavaa markkinointia. (e-conomicin [www-sivut](#).) Asiakas on yritykselle tavallaan kuin kutsuttu vieras, jota asiakaspalvelijan tulee arvostaa sekä sanomalla että näyttämällä. Hyvän palvelun jälkeen asiakas on tyytyväinen ja halukas palaamaan yritykseen tulevaisuudessakin. Palvelukokemus, johon asiakas on tyytyväinen, tarkoittaa tunnetta, jolloin asiakas kokee olevansa arvostettu ja tärkeä yritykselle. Asiakkaan tyytyväisyyttä voidaan lisätä erilaisilla lisä- ja oheispalveluilla. (Eräsalo 2011, 14-15.) Palvelun tulee olla asiakkaalle aina erittäin henkilökohtaista. Asiakaspalvelijan on oltava palvelutilanteessa asiakkaalle läsnä ja omistautua kyseiselle palvelutapahtumalle. Kiiressä tämä voi olla hankalaa, ja mitä lyhyempi palvelutilanne sitä vaikeampi on toteuttaa positiivista ja laadukasta palvelukokemusta asiakkaalle. (Eräsalo 2011, 21.)

5 ASIAKASPALVELU JA PALVELUN LAATU

5.1 Asiakaspalvelun määritelmä

Lähes jokaisella alalla tarvitaan nykyään asiakaspalvelua. Tämä koetaankin erittäin tavoiteltavaksi arvoksi. Palvelua tehdään nimenomaan asiakasta varten. Yleisesti ajatellaan asiakaspalvelun olevan kaupankäynnin yhteydessä tapahtuvaa asiakkaan ja asiakaspalvelijan välistä kanssakäymistä. Mutta myös kirjastot, poliisit ja opetus pyrkivät antamaan palvelua vallankäytön sijaan, mutta Suomessa tämä ei ole täysin vielä toteutunut. Tärkeää palvelun ajattelemisessa on se, että sitä ei pysty varastoimaan. Se luodaan asiakkaan kanssa yhdessä palvelutilanteena. Joskus palvelu on kertaluontoinen tapahtuma, joskus samaa palvelua jatketaan pienissä osissa pidemmän aikaa. Asiakaspalvelu lähtee aina asiakkaan mielipiteestä. Kyse on asiakkaan tarpeiden ja odotusten täyttämisestä. (Rissanen, 2005, 17-18).

5.2 Asiakkaan ja palvelun näkökulma

Lähtökohta on, että asiakas ei suoraan halua ostaa tuotteita ja palveluja, vaan niiden tuottamia hyötyjä. Tämän hyödyn saamiseksi tarvitaan palvelua. Tehtaat tai valmistajat eivät pysty yksin vakuuttamaan ostajaa, vaan he tarvitsevat avukseen henkilökohtaisen palvelun ja kokemuksen, ja sen pitää olla positiivinen. Asiakkaat hakevat arvoa jokapäiväiseen elämäänsä, ja tämän arvon saamiseksi he etsivät ulkopuolista tukea joltain palvelun alalta. Tätä kutsutaan asiakkaan arvontuottamisprosessiksi (esim. kotitalouden puhtaanapito). Laadukas tuote ei riitä takaamaan asiakkaan etsimää arvoa, vaan myös palvelun pitää toimia. Esimerkiksi ravintolassa ei riitä, että ruoka on hyvänmakuista, jos tarjoilija epäonnistuu palvelussa. Palvelun näkökulmasta pelkkä henkilökohtainen ja selkeä palvelu ei riitä tuottamaan yritykselle tarvittavaa lisäarvoa. Tarvitaan niin kutsuttuja laskutettavia tai laskuttamattomia piilopalveluja. Nykyaikaisessa kilpailussa monella yrityksellä saattaa olla laadultaan ja hinnaltaan samankaltainen ydintuote. Tässä tapauksessa on tuotettava lisäarvoa muilla lisäpalveluilla ja voitettava siten asiakas puolelleen. Joskus yritykset laskevat hintojaan, mutta tämä ei missään nimessä ole pysyvä etu, koska asiakas vaihtaa yritystä heti, kun jossain on vielä halvempi hinta. Lisäksi tarvittava tuotto toiminnan kehittämiseen jää saamatta. (Grönroos, 2009, 25-26).

6 ASIAKASPALVELUSTA KÄYTÄNNÖSSÄ RAVINTOLASSA

6.1 Ruokaravintola

Ruokaravintoloita on paljon erilaisia, esimerkiksi lounas-, seurustelu-, fine dining ja etninen ravintola (Hemmi, Häkkinen & Lahdenkauppi 2008, 132). Ravintola Bucco toimii lounasravintolana arkipäivisin ja iltaisin se on fine dining-ravintola. Lounasravintolalla tarkoitetaan ravintolaa, josta ruoan saa yleensä kohtuu nopeasti, jotta ihminen kerkeää syömään noin puolen tunnin ja tunnin välillä (Hemmi ym. 2008, 132). Fine dining- ravintolalla tarkoitetaan ravintolaa, jossa asiakkaat arvostavat enemmän laatua kuin määrää, ja tyypillistä on, että niin sisustus, ruokien esillelaitto ja palvelu on huippuluokkaa. Tämä näkyy yleensä myös hinnassa, mutta tällaisen ravintolan valitsee asiakkaat, jotka ovat valmiita maksamaan siitä. (Hemmi ym. 2008, 133.)

6.2 Tarjoilijan työskentely ja asiakaspalvelu

Sen lisäksi, että ulkoiset asiat (mm. sisustus, esillelaitto, pöytäliinat, kattaus) ja ruoan laatu ovat ravintolassa kunnossa, on tarjoilijan palvelutyöskentely todella tärkeää varsinkin tasokkaammissa paikoissa. Ensinnäkin tarjoilijan on tunnettava ruoka- ja juomalista läpikotaisin. On osattava suositella ruokia ja tunnettava mitä mikäkin annos sisältää. Listojen on oltava puhtaat ja ehjät. (Hemmi ym. 2008, 142.) Buccossa tarjoilija tuo ja avaa listan asiakkaan tullessa, mutta joskus listat voivat olla pöydässä valmiina. Tarjoilijan on tärkeää maistella itsekin ruokia, viinejä ja juomia, jotta pystyy suosittelemaan asiakkaalle oikeita yhdistelmiä.

Tarjoilijan on oltava aina kohtelias ja hyvätapainen. Asiakkaalla tulee olla rauhallinen olo, joten hänelle täytyy antaa myös tilaa ja yksityisyyttä. Kaikki asiakkaalle tuotavat ruoat ja juomat tulee tarjoilla pöytään juuri oikeaan aikaan, ei välttämättä heti kiireessä ja nopeasti, vaan jouhevasti. Esimerkiksi lounasaikaan

ruoan oletetaan tulevan hieman nopeammin, mutta ei illallistakaan voi liian kauaa odottaa. Kun asiakas tekee pöytävarauksen, tai saapuu suoraan ravintolaan, hänet tulee alusta asti huomioida perusteellisesti ja ystävällisesti. (Hemmi ym. 2008, 143.) Kyselylomakkeessani kysyin juuri tämän takia myös esimerkiksi puhelimesta saadusta palvelusta, joka usein tarkoittaa pöytävarausten tekemistä tai informaation kysymistä. Asiakas saa ensikosketuksen ravintolaan ja on mielenkiintoista tietää miten tämä palvelu koetaan Buccossa.

6.3 Asiakas ravintolassa

Ravintolassa on paljon erilaisia asiakkaita, ja heillä kaikilla on erilaiset tarpeet. Erilaisia asiakasmääritelmiä on muun muassa yritysasiakkaat, lapset, kansainväliset asiakkaat ja kanta-asiakkaat. Kaikilla heillä on kuitenkin tarve ja halu saada hyvää ruokaa ja hyvää palvelua ravintolaan tullessaan.

Yritysasiakkaille tyypillistä on, että joukossa on isäntä tai emäntä, joka saattaa päättää tilauksen, tai sitten kaikki tilaavat itse. Yritysasiakkaat yleensä haluvat erittäin tasokasta palvelua. Pöydässä saattaa olla menossa samalla palaveri tai muu tapaaminen, joten heidän keskusteluaan ei sovi häiritä tai keskeyttää. Lapsilla saattaa olla erityistarpeita esimerkiksi ruokailuvälineiden, tuolin tai annoskoon kanssa. Kansainväliset asiakkaat saattavat haluta tietää laajemmin ruokalajeista tai alkuperästä, jolloin tarjoilijan on mahdollisuuksien mukana pyrittävä tai yritettävä aina löytämään vastaukset heille. Kansainvälisiä asiakkaita kannattaa lähtökohtaisesti myös teititellä, eikä kulttuurieroista tai -tavoista saa tehdä ihmetystä tai ongelmaa. Kanta-asiakas käy ravintolassa usein, ja hän olettaa, että hänet ja hänen toiveensa muistetaan ja huomioidaan. Esimerkiksi joka päivä syömässä käyvä asiakas ei halua, että hänen tarvitsee joka päivä kertoa allergiastaan, vaan hyvään palveluun kuuluu, että tällaisen asiakkaan tarpeet muistetaan. (Hemmi ym. 2008, 135-136.)

7 MÄÄRÄLLISEN TUTKIMUKSEN TEKEMINEN SOVELTAEN TÄHÄN TUTKIMUKSEEN

7.1 Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus

Määrällisessä tutkimuksessa lasketaan konkreettisesti määriä. Ennen kvantitatiivista tutkimusta on aina tehty ensin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, josta teoria on syntynyt. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä kulkee teorian kautta käytäntöön, kun taas kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä kulkee käytännön kautta teoriaan. Toisin sanoen määrällisessä tutkimuksessa on kyse deduktiosta, mikä tarkoittaa että tutkimus kulkee yleisestä asiasta yksityiseen. Laadullisessa menetelmässä kyse on päinvastaisesta ilmiöstä eli induktiosta, jossa kuljetaan taas yksityisestä yleiseen asiaan. (Kananen 2012, 27 ja 31.) Tässä opinnäytetyössä minun oli siis ensin luettava ja tutkittava teoriaa asiakaspalvelusta ja esimerkiksi kyselylomakkeen laatimisesta, ennen kuin toteutin kyselyn käytännössä ja pystyin analysoimaan ja ymmärtämään tuloksia.

7.2 Aineiston kerääminen

Vaihtoehtoina tutkimusaineiston keräämiseen voi olla kyselylomake, järjestelmällinen havainnointi ja valmiiden rekisterien ja tilastojen käyttö tutkimuskohteena kaikki ihmisen tuottamat kuva- ja tekstiaineistot. Kyselylomake on näistä yleisin, ja sen myös minä valitsin omaan tutkimukseeni. Minun tutkimuksessani on kyse vakioidusta kyselylomakkeesta, mikä tarkoittaa että kysyin kaikilta samat asiat samalla tavalla. Kyselylomake oli omalla kohdallani paras vaihtoehto sen takia, että kyselyyn vastaajat ovat kohtuullisen laaja joukko ja vaikka kyselyssä ei ole esimerkiksi omaa elämää koskevia arkaluontoisia kysymyksiä, ovat vastaukset kuitenkin luottamuksellisia, eikä ole tarkoitus että minä tai kukaan muukaan tietää kuka vastasi mitäkin. Suurimpana riskinä aineiston saamiseksi pidän liian pientä vastausprosenttia. Se on yleisin riski aina määrällistä tutkimusta tehdessä. Tässä tutkimuksessa en aio tehdä puhelinsoittoja tai Internetin välityksellä ottaa yhteyttä Buccossa käyneisiin asiakkaisiin. Luotto on siis paikan päällä olevissa kyselylomakkeissa. Uskon kuitenkin kuuden viikon riittävän oikein hyvin saadakseni tarvittavan määrän vastauksia. Lisäksi puhelin- ja internetkyselyistä voi tulla

luottamuksellisia ongelmia ja anonyyminä säilyminen voi olla hankalampaa. (Vilkkä, 2005, 73-75).

7.3 Kyselylomakkeen tekeminen

Aluksi pitää varmistaa, että tutkittavaa asiaa pystyy mittaamaan. Sen jälkeen kyselylomakkeen jokainen kohta pitää perustella, miksi sitä kysytään ja mihin sillä haetaan vastauksia. Tästä puhuin jo hieman 2.2 kappaleessa. Pitää ottaa selvää aiemmista samantyyppisistä tutkimuksista sekä jo valmiina olevasta kirjallisuudesta. Kyselylomake pitää aina testata jollakin ymmärryksen testaamiseksi. Kaikkien tulee ymmärtää asiat samalla tavalla, jotta on vastattu samaan kysymykseen ja tuloksia pystyy analysoimaan ja vertailemaan. (Vilkkä, 2005, 88).

Lomakkeessa voi olla monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä tai sekamuotoisia kysymyksiä. Monivalintakysymyksessä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. (Vilkkä, 2005, 86). Omassa tutkimuksessani kyselylomake on yhtä kysymystä lukuunottamatta tällainen. Avoimessa kysymyksessä ei rajata vastausvaihtoehtoja. Sekamuotoisessa kysymyksessä on annettu osa vaihtoehtoista, mutta voi olla esimerkiksi kohta ”joku muu, mikä?”, jos ei ole varmuudella tiedossa kaikkia mahdollisia vastausvaihtoehtoja. (Vilkkä, 2005, 86). Vaikka omassa kyselylomakkeessani on kohta ”Mitä söitte?”, vastaajalla on vaihtoehdot, koska he ovat syöneet Buccon listalta jotakin, vaikka en koko listaa kirjoita kyselylomakkeeseen. Lista on vieressä kyllä nähtävissä, jos ei vaikka muista enää.

Kyselylomakkeessa on oltava myös selkeä ja johdonmukainen järjestys. Samaa aihetta käsittelevät kysymykset tulisi olla perätysten, ja myös on hyvä erotella pikkutarkat ja yleiset kysymykset. Ei ole hyvä, että joka toinen kysymys on vähän tarkempi ja eri asiasta tai että lopuksi palataan samaan aiheeseen kuin ensimmäisessä kysymyksessä. Tällainen vaikeuttaa huomattavasti kyselyyn vastaamista. Pitää huolehtia, että yhdessä kysymyksessä kysytään vain yhtä asiaa, jotta vastauksia pystyy luotettavasti analysoimaan. (Vilkkä, 2005, 87-88).

7.4 Kyselylomake Buccossa

Kyselylomakkeessani on viisi numeroitua kohtaa ja lopussa yksi avoin kysymys. Kyselylomakkeeni on työssäni LIITE 1. Kaksi ensimmäistä kysymystä käsittelevät ruokaa ja kohdat 3,4 ja 5 palvelua. Avoin kysymys on tarkoitettu vapaamuotoiseen palautteenantoon. Ensimmäisessä ja toisessa kohdassa annetaan arvio ruoalle ja kerrotaan myös mitä ruokaa asiakas söi. Ensimmäinen kysymys on tarkoitettu lounasasiakkaille ja toinen illallisasiakkaille. Kohdassa kaksi asiakkaan tuli vastata kolmeen alakysymykseen (alkuruoka, pääruoka, jälkiruoka).

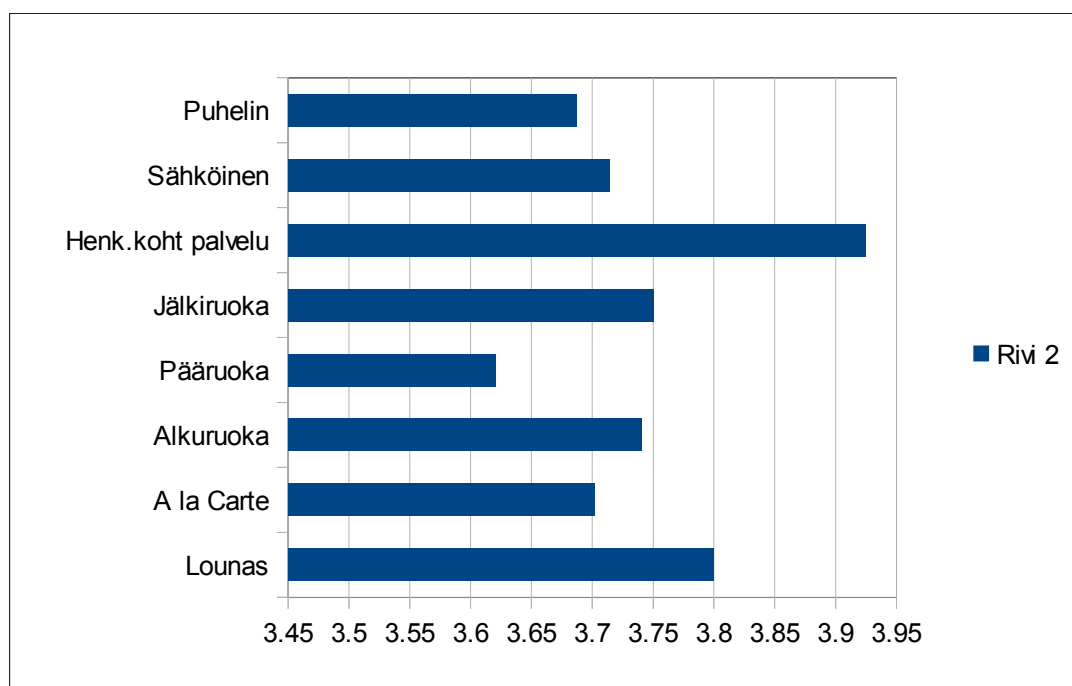
Jokaisessa numeroidussa kysymyksessä on neljä vaihtoehtoa: erittäin tyytyväinen, tyytyväinen, tyytymätön tai erittäin tyytymätön. Yritin pohtia erilaisia sanoja, jotta tyyty-alku ei toistuisi jokaisessa kohdassa, mutta koin kuitenkin lopulta tämän selkeämmäksi. Jos käyttäisin täysin eri sanaa, jokainen ihminen saattaisi käsittää erilaisen sanan eri tavalla ja näin se voisi vaikuttaa vastaukseen. Valitsin neljä vaihtoehtoa kysymyksiin, jotta vastaajan on kallistuttava positiiviselle tai negatiiviselle puolelle. Mikäli olisin jättänyt keskimmäisen vaihtoehdon, esimerkiksi en osaa sanoa, se ei olisi antanut minkäänlaista tietoa tai palautetta minulle. Kyselylomakkeessa on neuvottu, että jos ei ole käyttänyt kyseistä palvelua, sellaiset kohdat voi jättää tyhjiksi.

Palveluosiossa yritän selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä henkilökohtaiseen-, puhelin- ja sähköiseen palveluun. Henkilökohtaisella palvelulla tarkoitan tarjoilijan ja/tai kokin ja asiakkaan välistä kanssakäymistä. Buccossa käy välillä myös kokki pöydässä tarjoilemassa ja esittelemässä ruokia, joten laitoin myös sen kyselyyn. Puhelinpalvelulla tarkoitan puhelimitse tehtyjä tiedusteluja tai varauksia. Sähköinen palvelu koskee sähköisiä varauksia, sähköpostipalvelua ja Buccon nettisivuja. Avoimessa kysymyksessä vastaaja voi jättää vapaata palautetta lyhyesti. Kyselylomake oli Buccossa viisi viikkoa marras-joulukuun aikana. Vastaajien kesken ei arvottu mitään, koska yksityisyys haluttiin säilyttää. Mikäli arvontaan osallistuminen olisi tapahtunut erillisellä lapulla, houkutus osallistua pelkkään arvontaan oli liian suuri.

8 TUTKIMUSTULOKSET

8.1 Tiivistelmä tutkimustuloksista

Kyselylomakkeita oli jaossa 100 kappaletta ja tavoitteeni oli saada noin 50-60 vastausta. Vastauslomakkeita palautettiin 41, joista yksi oli tyhjä, joten se automaattisesti hylättiin. Vastausprosentiksi saadaan näin 41%, kun 100 kappaletta oli jaossa. Vastaajista 27% oli lounasasiakkaita ja 68% illallis/a la carte-asiakkaita. Viisi prosenttia ei vastannut ruokaan koskeviin kysymyksiin ollenkaan, vaan he vastasivat vain palveluosiioon. Tulokset olivat kuitenkin sen verran yksimielisiä, että vastausprosentti riittää tutkimukseeni. Kyselylomakkeessa vastaajalla oli neljä vaihtoehtoa, joista 4 on paras ja 1 huonoin.

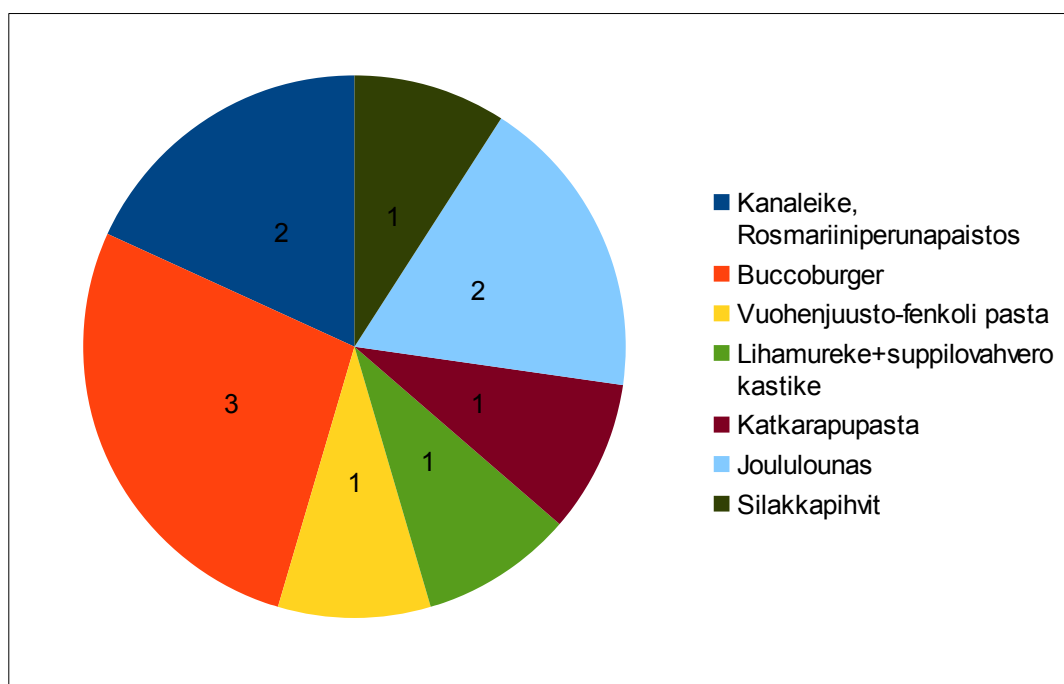


Kuva 1. Kaikkien kyselylomakkeiden kohtien keskiarvot.

8.2 Kotiruokalounas

Lounasruokaosioon vastanneita oli yhteensä 15, joista kolme vastaajaa antoi vastauksen 3 eli tyytyväinen ja 12 vastaajaa vastasi kohtaan 4 eli erittäin tyytyväinen. Kotiruokan arvosanaksi muodostui 3,8. Jokainen vastaaja oli joko tyytyväinen tai

erittäin tyytyväinen. Vapaa sana -osiossa kiitosta tuli useasti hinta-laatusuhteesta. Vastaajat olivat syöneet kaikkiaan seitsemää erilaista lounasta. Kuvasta 2 näkee jakauman mitä ruokia syötiin ja kuinka paljon. Kaikki vastaajat eivät vastanneet kohtaan ”mitä söitte?”, joten tästä syystä kuvassa näkyy vain 11 erilaista ruokaa. Silakkapihvit ja jouluruoka saivat kumpikin yhdessä vastauslomakkeessa arvosanan 3, muuten kaikki vastaajat olivat erittäin tyytyväisiä eli antoivat arvosanan 4. Kuvasta näkee, että suosituin kotiruokalounas oli Buccoburger. Kanaleike rosmariiniperunapaistoksella sekä joululounas olivat toiseksi suosituimpia.



Kuva 2. Kyselyyn vastanneiden nauttimat kotiruokalounaat.

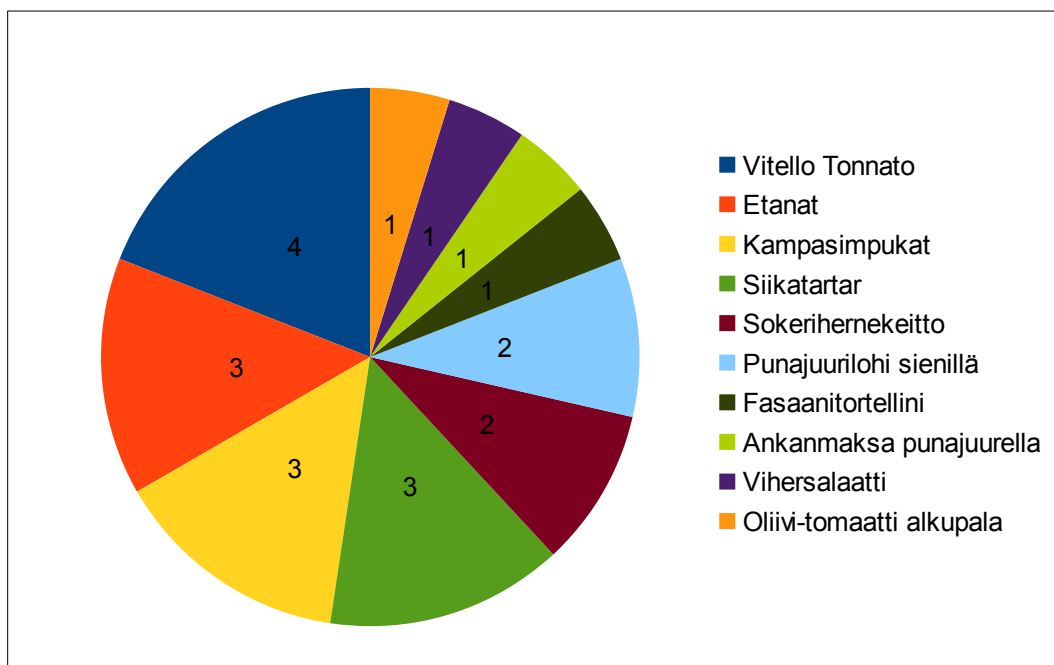
8.3 A la Carte

A la carte-ruokien yhteisarvosanaksi muodostui 3,7, joten hieman alempi verrattuna kotiruokalounaaseen. Seuraavassa erittelen ja selvitän alku-, pää- ja jälkiruoan tuloksia.

8.3.1 Alkuruoka

Vastaajia alkuruokakohdassa oli 27, ja heistä seitsemän olivat tyytyväisiä ja loput 20 erittäin tyytyväisiä. Alkuruoan keskiarvoksi täten muodostui 3,7. Jälleen vastauksia tuli ainoastaan kohtiin ”tyytyväinen” tai ”erittäin tyytyväinen”. Vastaajat söivät

kaikkiaan kymmentä erilaista alkuruokaa, jotka selviävät kuvasta 3. Vastaajat olivat eniten syöneet Buccon legendaarista Vitello Tonnatoa. Vitello Tonnato on Buccon kestosuosikki, joka on aina listalla. Siinä on vasikanfilettä, tonnikala-kapriskastiketta ja parmesanjuustoa. Lisäksi etanat, kampasimpukat ja siikatartar olivat monen lautasella. Avoimessa palautteessa yksi vastaaja ei ollut maistanut valkosipulietanoissa kunnolla valkosipulia, mutta oli kuitenkin ollut tyytyväinen myös alkuruokaansa. Oliivi-tomaattialkupalaa, fasaanitortellinia, vihersalaattia ja ankanmaksaa punajuurella oli syönyt vain yksi vastaaja kutakin. Vaikka näissä ruokia ei ollut nauttinut isompaa osaa vastaajista, niin nämä neljä vastaajaa olivat kaikki olleet erittäin tyytyväisiä alkuruokiinsa.

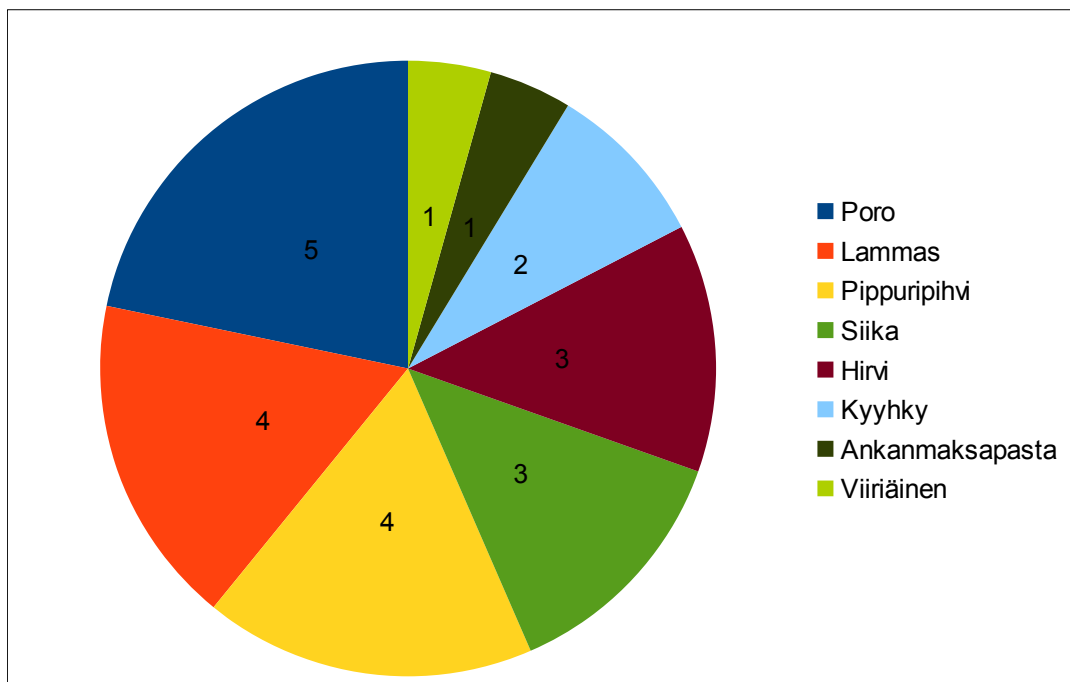


Kuva 3. Vastaajien alkuruoat a la carte-listalta eriteltynä.

8.3.2 Pääruoka

Pääruoka sai myös hyvät arvostelut, mutta siinä löytyi eniten myös kehittämisen aihetta. Pääruokakohtaan vastanneita oli yhteensä 29. Keskiarvoksi muodostui 3,6, mutta mukana oli myös vastaaja, joka antoi arvosanan 2 eli ei ollut tyytyväinen pääruokaan. Vastaaja oli syönyt pippuripihvin, ja pihvin kypsyyden ei ollut ollut oikea. Vastaaja oli tilannut pihvin mediumina, mutta saanut sen kypsänä. Jatkossa tulee olla tarkkana, että tarjoilija kertoo keittiöön oikean kypsyyden ja oikean kypsyneen pihvi menee oikealle asiakkaalle. Myös keittion tulee olla tarkkana kypsyydenasteiden

kanssa. Lisäksi vastaajan mielestään pippuria ei ollut tarpeeksi. Vastaajat söivät kaiken kaikkiaan kahdeksaa erilaista pääruokaa, jotka ovat eriteltynä kuvassa 4. Kuvassa on vain 23 vastaajan ruoan, koska osa oli taas antanut vain arvosanan, mutta ei kertonut mitä ruokaa söi. Eniten vastaajista, eli viisi vastaajaa, oli syönyt poroa. Poro olikin arvosteltu kahta lukuunottamatta ”erittäin tyytyväinen” kohtaan. Rakentavaa palautetta poroa syöneiltä tuli liiasta suolan määrästä, mutta nämäkin kaksi olivat antaneet arvosanan 3 eli olleet tyytyväisiä. Suolan määrää on helppo vähentää, ja suolaa voi asiakas sitten halutessaan lisätä vaikka pöydässä. Samoin pippurin voi laittaa pöytään tarjolle, niin pippuripihviin tyytymätön asiakas olisi voinut sitä lisätä. Mikäli mausteet olisi valmiina pöydässä, niin asiakkaalle ei tulisi noloa tilannetta joutuessaan pyytämään lisämausteita, vaan he voisivat helposti lisätä mausteita itse pöydässä. Pippuripihvi oli ollut myös useamman vastaajan lautasella ja kuten edellä mainitsin yksi vastaaja ei ollut ollut tyytyväinen omaansa, koska pihvin kypsyys ei ollut oikeanlainen. Pippuripihvi on niin perinteinen liharuoka pääruoissa, että se on lähes aina listalla. Kuitenkin kypsyyden suhteen tarvitsee olla tarkka jatkossakin, vaikka tämä nyt oli vain yksi tapaus. Viiriäistä ja ankanmaksapastaa olivat nauttineen vain yksi vastaajaa kumpaakin, mutta nämä kaksi asiakasta olivat olleet erittäin tyytyväisiä. Sitä voi sitten miettiä, kannattaako niitä pitää tähän vuoden aikaan esimerkiksi listalla, mutta toisaalta asiakkaat olivat olleet tyytyväisiä, joten saattaa olla että sanan levitessä muutkin asiakkaat maistavat, kun niiden tekemisessä ei kuitenkaan olla epäonnistuttu. Saattaa olla, että ankanmaksaa ja viiriäinen ovat sen verran erikoisempia ruokalajeja, että asiakkaat ovat halunneet jotain tutumpaa.

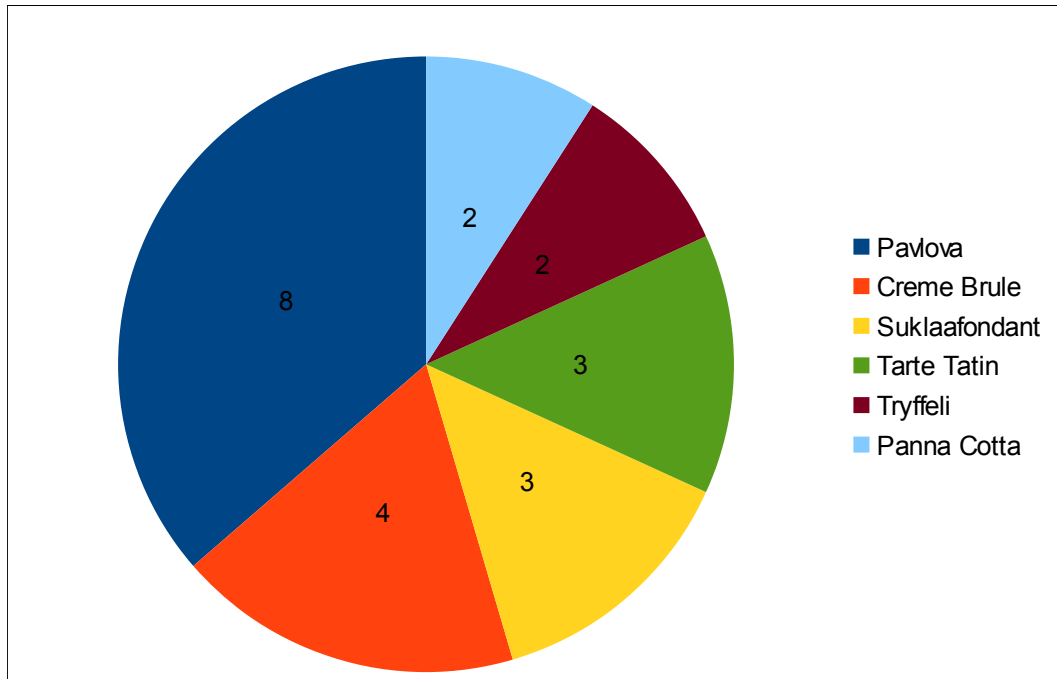


Kuva 4. Vastaajien pääruoat a la carte listalta.

8.3.3 Jälkiruoka

Jälkiruoan nautti vastaajista 28, mikä yllätti ainakin minut. Pääruokaa söi 29 asiakasta, joten todella moni otti myös jälkiruoan. Viisi vastaajista oli tyytyväisiä ja yksi vastaaja tyytymätön. Kaikki loput olivat erittäin tyytyväisiä. Näistä vastauksista jälkiruoan keskiarvoksi tuli 3,8, eli parempi alkuruokaan ja pääruokaan nähtynä. Tuloksista ilmeenee, että vastaajat söivät kuutta erilaista jälkiruokaa. Nämä jälkiruoat ovat eriteltynä kuvassa 5. Jälkiruoista eniten syöty oli pavlova eli marenkijälkiruokaa, jossa on myös valkosuklaamoussea. Sen söi yhteensä kahdeksan vastaajaa. Vähemmälle suosiolle jäivät tryffeli ja pannacotta, joita söi kumpaakin vain kaksi asiakasta. Toinen pannacottan syöneestä vastaajasta se ei ollut erittäin hyvää, vaan pelkästään hyvää, joten sen suhteen voisi miettiä, kannattaako sitä tarjota listalla tai pitäisikö sitä parannella ja kirjoittaa esittelykohtaan ruokalistaan vaikka myyvämpi kuvailu. Nämä viisi vastaajaa, jotka olivat ”vain” tyytyväisiä olivat syöneet eri jälkiruokia, joten ei voi sanoa, että yksikään olisi ollut selvästi heikompi. He söivät pannacottaa, pavlova ja tryffeliä. Yksi vastaajista ei ollut tyytyväinen jälkiruokaan, mutta hän ei ollut kirjoittanut minkä jälkiruoan hän söi, eikä avoimesta kohdastakaan selvinnyt, mikä siinä mahdollisesti oli vialla.

Avoimessa kysymyksessä jälkiruoasta mainittiin sen olevan kauniisti tarjolla ja todella kruunaavan aterian.



Kuva 5. Vastaajien jälkiruoat a la carte-listalta eriteltyinä.

8.4 Palvelu

Palvelu arvosteltiin kaikkiaan parhaaksi kyselyssä verrattuna lounaaseen tai a la carte-ruokaan. Mihinkään palvelun osa-alueeseen (henkilökohtainen, puhelin-, tai sähköinen palvelu) ei kukaan vastaaja ollut tyytymätön. Kaikki olivat antaneet arvosanan 3 tai 4, suurempi osa arvosanan 4. Henkilökohtaiseen palveluun olivat vastanneet kaikki 40 vastaajaa, ja sehän nyt on selvää että jokainen vastaaja on saanut henkilökohtaista palvelua esim. tarjoilijalta. Sähköistä palvelua (sähköposti, nettisivut) oli saanut tai käyttänyt 21 vastaajaa ja puhelinpalvelua (varaukset, tiedustelut) vain 16. Molempien kohtien keskiarvoksi muodostui 3,7. Henkilökohtaisen palvelun keskiarvoksi muodostui 3,9, eli lähes täydet neljä. Tavallaan tämä oli ainoa asia, mistä Buccon henkilökunta oli tietoinen. Että palveluun on oltu tyytyväisiä todella usein. Tarjoilijat kuulevat kuitenkin välittömän palautteen ja näkevät asiakkaan tyytyväisyyden. Oli kuitenkin hyvä, että se selvitettiin myös näin nimettömästi, jolloin ihmisillä oli mahdollisuus antaa täysin rehellinen palaute. Avointa palautetta tuli niin asiakkaan allergioiden

huomioimisesta, aurinkoisesta palvelusta kiireenkin keskellä kuin taustamusiikistakin.

Henkilökohtaisesta palvelusta ei tullut mitään rakentavaa palautetta, joten se todettiin hyväksi ja kohteliaaksi. Myöskään puhelin- tai sähköisestä palvelusta ei tullut mitään kehitysehdotuksia, mutta toki voisi miettiä että miksi vain alle puolet on käyttänyt puhelinpalvelua. Tarkoittaako se, että Buccon nettisivuilta löytyy riittävästi informaatiota, joten ei ole tarvinnut tehdä lisäkyselyitä. Lisäksi pöytävarauksenkin voi tehdä nettisivuilla, tai välttämättä sitä ei tarvitse tehdä ollenkaan. Palveluosiossa on vaikea miettiä sen suurempia kehitysehdotuksia, koska siihen oltiin niin tyytyväisiä.

9 AVOIN KYSYMYS KYSELYLOMAKKEESSA

Avoimen kysymyksen vastaukset olivat pääosin positiivista palautetta. Avoimeen kysymykseen vastattiin yhteensä 31:ssä kyselylomakkeessa, joten noin $\frac{3}{4}$ vastanneista antoi myös sanallista palautetta. Useassa vastauksessa oli kiitetty ruoasta/palvelusta yhdellä tai kahdella sanalla, mutta pidempiäkin vastauksia oli mukana. ”Kiitos”, ”Bueno”, ”Erinomainen ruoka” ja ”Hyvä ruoka+palvelu” ovat esimerkkejä lyhyemmistä palautteista. Kaikki avoimen kysymyksen vastaukset ovat koottuna kokonaisuudessaan liitteeseen 2. Hyvästä hinta-laatusuhteesta tuli palautetta useassa vastauksessa sekä lounas- että a la carte-asiakkailta.

Palvelu sai pelkkää positiivista palautetta. Erityismainintana oli, että kiireenkin keskellä palvelun laatu ei kärsi ja tarjoilijat ovat ”aurinkoisia”. Lisäksi esimerkiksi allergioiden huomioimisesta oltiin oltu kovin mielissään. Ravintolan sisustuksellista ilmeestä tai ns. ulkoisista tekijöistä ei ollut erityisemmin palautetta, mutta ruoan ja palvelun ulkopuolelta positiivista palautetta tuli muun muassa taustamusiikista.

Huomioitavaa avoimessa palautteessa oli myös se, että useammasta lomakkeesta sai tiedon, että asiakas on ollut ennenkin Buccossa. Esimerkiksi palautteet ”Jälleen kerran loistavaa ruokaa. Talon punaviini on oiva valinta. Sellaista sen pitää ollakin” ja ”Ruoka oli taas kerran erittäin maukasta ja taustamusiikki hyvää” viittaavat siihen,

että asiakas on ennenkin käynyt syömässä Buccossa. Näiden palautteiden perusteella he ovat myös jatkossakin ajatelleet tulla takaisin, joten kokemus oli ollut onnistunut nyt sekä viime kerralla/kerroilla. Palautteissa vastaajat lupasivat suositella ravintolaa myös tutuilleen, mikä on kullanarvoista Buccolle.

Rakentavaa palautetta tuli avoimessa kysymyksessä kalliista hinnasta, opasteiden puuttumisesta ja ruoasta itsestään, mutta positiiviseen palautteeseen verrattaessa rakentavaa palautetta oli todella vähän. Ruokaan liittyvästä rakentavasta palautteesta puhuinkin hieman jo kappaleissa 8.3.1 ja 8.3.2. Yksi asiakas olisi kaivannut etanoihin enemmän valkosipulia ja toinen kaipasi pippuripihviinsä lisää pippuria ja olisi halunnut pihvinsä erikypsyisenä kuin mitä sai. Palaute ”Alakerrasta on vaikea löytää itse ravintolaa, joten jotain opasteita olisi kiva saada” viittaa ravintolan sisäänkäyntiin, jossa kulkee portaat ylös itse ravintolaan, mutta oikealle menee myös ovi viinikabinettiin, joka yleensä on auki vain tilauksesta. Tähän on helppo pystyttää pieni kyltti ja nuoli, jotta asiakas tietää heti nousta portaita ylös. Yhdessä vastauslomakkeessa asiakkaan mielestä viini oli ollut liian kallista, 54€/plo, mutta tämä ei ole Buccon halvin viini, joskin halvimmasta päästä. Tällaista on vaikea lähteä muuttamaan, koska Buccossa myydään halvemmalla samoja viinejä kuin esimerkiksi pääkaupunkiseudulla ja useimmiten Bucco saakin kiitosta myös viinien hintalaatusuhteesta niin ammattilaisten kuin asiakkaidenkin suusta. Toki tällaiselle asiakkaalle voi tarjota vaikka vain lasillisen viiniä, tai kertoa viinin alkuperästä, laadusta ja maahantuojasta, jolloin mielenkiinto saattaa herätä ja asiakas kokee saaneensa hyvää palvelua ja onkin sen jälkeen valmis maksamaan laadukkaasta viinistä.

10 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUSTARKASTELU

Lähtökohtaisesti tutkimuksen luotettavuuden tarkastelu on tiedeyhteisöjen sosiaalinen sopimus siitä mikä on tieteellistä nykypäivänä ja mikä ei (Vilka 2005, 151.) Määrällisessä tutkimuksessa luotettavuuden kokonaisuus mitataan kahdella käsitteellä, pätevyys eli validiteetti ja luotettavuus reliabiliteetti. Yhdessä niillä mitataan koko tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Tyypillisiä virheitä tutkimuksessa ovat vastaajan väärin muistaminen vastaustilanteessa, kysymysten väärinymmärrys ja haastattelijan merkkauksivirhe kysely- tai tallennusvaiheessa. Virheet eivät välttämättä vaikuta suuresti, mutta ne pitää ottaa huomioon ja pohtia mistä ne ovat johtuneet (Vilka 2005, 161-162). Avaan seuraavassa kappaleessa hieman validiteetti- ja reliabiliteettikäsitteitä.

10.1 Validiteetti

Tutkimuksessa pätevyys eli validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkimuksessa tuli mitattua juuri sitä mitä oli tarkoituskin mitata, jolloin yhtään systemaattista virhettä ei saa esiintyä. Käytännössä tämä tarkoittaa, että kaikki vastaajat ovat ymmärtäneet jokaisen kysymyksen samalla tavalla ja vastanneet samaan kysymykseen. Vastaajan on tullut siis ymmärtää kysymys samalla tavalla sekä kyselyn laatijan eli minun kanssani sekä keskenään muiden vastaajien kesken. Mikäli näin ei olisi tapahtunut, tulokset olisivat vääristyneitä. Tätä pohditaan jo kyselylomakkeen suunnittelu- ja toteutusvaiheessa. (Vilka 2005, 161).

Omassa työssäni testasin kyselylomaketta usealla henkilöllä ja kaikki ymmärsivät kysymykset samalla tavalla. Vastauksistakaan en löytänyt, että kukaan olisi ymmärtänyt kysymyksiä eri tavalla keskenään tai mitä minä olin kyselylomakkeessa tarkoittanut. Ainoita eroavaisuuksia vastauksissa oli, että kaikki eivät olleet vastanneet jokaiseen osioon. Esimerkiksi jokainen vastaaja oli varmasti saanut henkilökohtaista tarjoilijapalvelua, mutta oli saattanut vastata vain ruokaa koskeviin kysymyksiin. Tällaiseen en voi tietenkään vaikuttaa, eikä se vaikuta validiteettiin.

Toisaalta taas osa alkuruoka tai sähköinen palvelu -kohdista jäi luonnollisesti tyhjiksi, jos vastaaja ei ollut alkuruokaa syönyt tai sähköistä palvelua käyttänyt. Osa vastaajista ei tarkkaan muistanut mitä oli syönyt, koska Buccossa esimerkiksi lista on osittain italiaksi. Tässä kohtaa esimerkiksi minulla oli etulyöntiasema, koska olen ollut Buccossa töissä. Esimerkiksi, jos kyselylomakkeessa luki pääruoan kohdalla ”poro”, tiesin tasan tarkkaan mikä annos on kyseessä, koska listalla on vain yhtä pororuokaa ja sama juttu muidenkin ruokien kohdalla.

10.2 Reliabiliteetti

Tutkimuksen reliabiliteetti eli luotettavuus tarkoittaa tulosten tarkkuutta. Tutkimuksessa ei saisi olla sattumanvaraisia tuloksia ja mittaustuloksia täytyisi voida toistaa. Käytännössä se merkitsee sitä, että jos eri tutkija tekisi samalle henkilölle kyselyn, tulosten tulisi olla samoja. Tuloksia ei voi siten yleistää esimerkiksi ensi vuoteen (eri aika) tai muuhun ravintolaan (eri paikka). (Vilka, 2005, 161).

Omassa tutkimuksessani kyselytulokset olivat niin yksimielisiä, että myös reliabiliteetti on luotettava. Vaikka vastaajia oli mielestäni hieman liian vähän, näin yksimielinen tulos ei jätä kuitenkaan sattumalle varaa. Jos toinen tutkija olisi samaan aikaan toteuttanut vastaavanlaisen tutkimuksen, tulokset olisivat olleet samoja. Mikäli tällainen tutkimus tehdään vaikka viiden vuoden päästä, se ei välttämättä ole sama, mutta ei silloin enää liity tämän tutkimuksen reliabiliteettiin.

11 OMA POHDINTA

Mielestäni opinnäytetyöni oli merkittävä sekä minulle että Buccolle. Opin paljon tutkimuksen tekemisestä ja varsinkin kyselylomakkeen laatimisesta. Asiakaspalvelusta tiesin jo paljon käytännössä, koska olen työskennellyt aina asiakaspalvelualalla. Tämän työn johdosta opin kuitenkin myös teoreettisesti asiasta. Ennen tämän työn kirjoittamista en esimerkiksi tiennyt, että kyselylomakkeen suunnittelussa ja laatimisessa on oltava todella tarkka. Teorian avulla sain paljon tietoa, mitä lomakkeessa pitäisi olla ja mikä mahdollisesti on aivan turhaa. Teorian tuella lomakkeestani tuli mielestäni hyvä. Lisäksi se toimi käytännössäkin oikein hyvin.

Vähän aavistelin, että tulokset saattavat olla yksimielisiä, koska henkilökohtainen palaute on ollut pääosin tarjoilijana työskennellessäni positiivista. Avoin kysymys kuitenkin toi muutamia konkreettisia parannusehdotuksia ravintolalle. Ne olivat pieniä asioita, joita on helppo kehittää. Toivon, että tästä lähtien ravintolassa järjestetään tällainen vähintään parin vuoden välein, eikä anneta tämän yhden positiivisen tutkimuksen tuoda hyvän olon tunnetta vuosiksi eteenpäin.

Aiheen valinta oli minulle loppujen lopuksi helppo, koska olen työskennellyt Buccossa ja tajusin, että tällaista ei ole siellä ennen toteutettu. Buccon omistaja lähti positiivisella mielellä mukaan, ja auttoi hieman myös lomakkeen suunnittelussa. Lopullista paikkaa kyselylomakkeelle suunniteltiin muunkin henkilökunnan kanssa. Vaikka itse en tehnyt enää lomakkeen sisäänajovaiheessa paljoa vuoroa ravintolassa, henkilökunta huolehti aina, että on kyniä paikalla ja piste on siisti. Kävin itse myös useita kertoja tarkistelemassa paikkaa.

Asiakaspalvelu on aiheena toisaalta helppo ja toisaalta vaikea. Opin kuitenkin, että sen merkitys yrityksille on valtava, ehkä jopa tärkein kaikista. Ilman asiakkaita ei voi olla liiketoimintaa. Mielestäni ihmiset ovat kuitenkin valmiita maksamaan palvelusta, vaikka itsepalveluaikaa eletäänkin koko ajan enemmän ja enemmän.

Helposti lähestyttävän aiheesta tekee se, että siitä puhutaan ja kirjoitetaan paljon ja itsekin työskentelen ja tulen varmasti aina työskentelemään asiakaspalvelutyössä. Vaikka hyväksi asiakaspalvelijaksi tulee vain töitä tekemällä ja osittain myös luonnostaan, tämä työn tekeminen on varmasti auttanut ymmärtämään sitä ja sen merkitystä enemmän. Vaikeaa oli ehkä toisaalta myös aiheen ja lähteiden runsaus. Oli hieman hankalaa poimia vain oleellinen, ettei tullut kirjoitettua paljoa samasta asiasta ja toistettua asioita. Pääasia oli kuitenkin kyselytutkimuksessa, ravintolan asiakaspalvelussa, Buccon kehittämisessä ja sain lomakkeista juuri ne tiedot, joita tarvitsin ja hain takaa.

LÄHTEET

Grönroos C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: Wsoy pro

Rissanen T. 2005. Hyvä palvelu. Vaasa: Pohjantähti

Rissanen T. 2006. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Pohjantähti

Vilka H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi

Hemmi M., Häkkinen U., Lahdenkauppi M. 2008. Avec asiakaspalvelua ravintolassa. Helsinki: Wsoy

Buccon kotisivut. 2012. Viitattu 18.11.2012. <http://www.bucco.fi/bucco>

Lindgren C, Kirstilä K, Rislakki E. 2012. 50 Parasta Ravintolaa. Viitattu 18.11.2012. <http://viisitahta.fi/parhaat-ravintolat/2011.html>

E-conomic kirjanpito-ohjelma. 2013. Viitattu 20.05.2013. <http://www.e-conomic.fi/kirjanpito-ohjelma/sanakirja/asiakastytyvaisuus>

Eräsalo U. 2011. Palvelu Ammattina. Vantaa: Hansaprint Direct Oy

Buccon Facebook-sivut. 2013. Viitattu 20.05.2013.

<https://www.facebook.com/pages/Ravintola-Bucco/293604804653?fref=ts>

LIITE 1 KYSELYLOMAKE

KYSELYTUTKIMUS RAVINTOLA BUCCON ASIAKASTYYTYVÄISYYDESTÄ

Rengastakaa mielestänne sopivin vaihtoehto. Mikäli ette ole käyttänyt tai kokenut jotain kyselyn kohdan palvelua, voitte jättää kohdan huomioimatta. Esimerkiksi jos söitte kotiruokalounaan (kohta 1), ei tarvitse vastata A la carte-listan kohtaan (kohta2). Kohdissa 4, 5 ja 6 pyydän vastaamaan vain niihin kohtiin, joista on kokemusta.

RUOAN LAATU**1. KOTIRUOKALOUNAS**

4) erittäin tyytyväinen 3) tyytyväinen 2) tyytymätön 1) erittäin tyytymätön

Mitä söitte? _____

2. **A LA CARTE-lista** (mikäli söitte useamman alkuruoan/pääruoan/jälkiruoan ympäröikää näiden yhteisarvosana TAI jos söitte esimerkiksi vain pääruoan, jättäkää muut kohdat tyhjiksi)

ALKURUOKA

4) erittäin tyytyväinen 3) tyytyväinen 2) tyytymätön 1) erittäin tyytymätön

Mitä söitte? _____

PÄÄRUOKA

4) erittäin tyytyväinen 3) tyytyväinen 2) tyytymätön 1) erittäin tyytymätön

Mitä söitte? _____

JÄLKIRUOKA

4) erittäin tyytyväinen 3) tyytyväinen 2) tyytymätön 1) erittäin tyytymätön

Mitä söitte? _____

PALVELUN LAATU**3. HENKILÖKOHTAINEN PALVELU** (Tarjoilijat, mahdollisesti myös kokit)

4) erittäin tyytyväinen 3) tyytyväinen 2) tyytymätön 1) erittäin tyytymätön

4. SÄHKÖINEN PALVELU (sähköposti, Buccon kotisivut, sähköinen varaus)

4) erittäin tyytyväinen 3) tyytyväinen 2) tyytymätön 1) erittäin tyytymätön

5. PUHELINPALVELU (puhelimitse käydyt tiedustelut, varaukset)

4) erittäin tyytyväinen 4) tyytyväinen 2) tyytymätön 1) erittäin tyytymätön

TERVEISENNE BUCCOLLE

KIITOS VASTAUKSISTANNE !

Avoimen kysymykset vastaukset

Positiivinen palaute

"Kotiruokalounas on Gourmet-tasoinen! Hyvä hinta-laatusuhde"

"Kiitos! Huomioitte ihanasti allergiani/sipuli ja valkosipuli!"

"Todella hyvää!"

"Kiitos!"

"Kiitos aina yhtä ystävälliselle ja aurinkoiselle henkilökunnalle myös kiireisinä hetkinä!"

"Jälleen kerran loistavaa ruokaa. Talon punaviini on oiva valinta. Sellaista sen pitää ollakin"

"Alkuruoka herättää ruokahalun, pääruoka sanoinkuvaamatonta ja jälkiruoka kruunasi aterian"

"Kiva kun lounas on kolmeen asti, iso plussa. Järkevän hintainen lounas."

"Loistava hinta-laatusuhde lounaassa"

"Yhtä hyvää ruokaa toivon jatkossakin"

"Kiitos! Olimme ensimmäistä kertaa lounaalla, palaamme takaisin!"

"Kiitos! Kokki saa jatkaa! :)"

"Jatkakaa samaa linjaa, esim. yksi hyvä salaatti voittaa kirkkaasti kolme viritelmää"

"Bucco on paras Porissa!"

"Suklaafondant, NAM!"

"Kiitos ystävällisestä palvelusta!"

"Erinomainen ruoka!"

"Ruoka oli taas kerran erittäin maukasta ja taustamusiikki hyvää"

"Jokainen ruokalaji oli houkuttelevan näköisesti tarjolla, kiitos!"

"Bueno!"

"Kiitos ihanasta ruoasta. Varmasti suosittelen!"

"Hyvä ruoka, pehmeä liha!"

"Hyvä ruoka + palvelu"

"Olen erittäin tyytyväinen täällä aina. Laatu ja hinta kohdallaan. Ei mikään tusinaravintola. Suosittelen tätä ystävillekin"

"Kiitos oikein maukkaasta lounaasta ja ystävällisestä palvelusta. Mielelläni tulen toistekkin ja suosittelen ravintolaa eteenpäin"

"Pitäisin mielelläni hieman enemmän ääntä, mutta safka oli hyvää"

"Oletko sinkku?"

Rakentava palaute

"Alakerrasta on vaikea löytää itse ravintolaa, joten jotain opasteita olisi kiva saada"

"Etanoissa ei valkosipuli maistunut, muuten oikein hyvä!"

"Pippuripihvistä pippuri puuttui ja tilasin kypsän, sain mediumin"

"Melko kallista, erityisesti viini (54€ plo !!)"

LIITE 3 KVANTITATIIVISET TULOKSET, KESKIARVOT, MINIMIT JA
MAKSIMIT

LYHENTEET:

MINIMI = MIN

MAKSIMI = MAX

VASTAAJIA 41

Lounas: MIN 3, MAX 4, KESKIARVO 3,8

Alkuruoka: MIN 3, MAX 4, KESKIARVO 3,7

Pääruoka: MIN 2, MAX 4, KESKIARVO 3,6

Jälkiruoka: MIN 2, MAX 4, KESKIARVO 3,8

Henkilökohtainen palvelu: MIN 3, MAX 4, KESKIARVO 3,9

Puhelinpalvelu: MIN 3, MAX 4, KESKIARVO 3,7

Sähköinen palvelu: MIN 3, MAX 4, KESKIARVO 3,7

LIITE 4 RUOKALAJIT

Lounasruoat:

Kanaleike + rosmariiniperunapaistos

Buccoburger

Vuohenjuustofenkoliipasta

Lihamureke + suppilovahverokastike

Katkarapupasta

Joululounas

Silakkapihvit

A la Carte

Alkuruoat:

Vitello Tonnato

Etanat

Kampasimpukat

Siikatartar

Sokerihernekeitto

Punajuurilohi sienillä

Fasaanitortellini

Ankanmaksapunajuurella

Vihersalaatti

Oliivi-tomaatti alkupala

Pääruoat:

Poro

Kyyhky

Viiriäinen

Lammas

Pippuripihvi

Siika

Ankanmaksapasta

Hirvi

Jälkiruoat:

Suklaafondant

Creme Brule

Pavlova

Panna Cotta

Tryffeli

Tarte Tatin