



Asiakastyytyväisyyden kehittäminen Lounasravintola Rosannessa

Annika Nieminen

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

**Asiakastyytyväisyyden kehittäminen Lounas-
ravintola RosanassaAsiakastyytyväisyyden
kehittäminen Lounasravintola Rosanassa**

Annika Nieminen
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Maaliskuu, 2019 2019

Nieminen Annika

Annika Nieminen

Asiakastyytyväisyyden kehittäminen Lounasravintola Rosannessa
Asiakastyytyväisyyden kehittäminen Lounasravintola Rosannessa

2019

2019

Sivumäärä

26

Työn tavoitteena oli selvittää, onko toimeksiantaja lounasravintolassa kysyntää kasvisruoalle ja minkälaista palautetta asiakkaat antavat tällä hetkellä lounasravintolan lounasruoan tarjonnasta. Pääpaino tutkimuksessa oli kuitenkin kasvisruoan kysynnässä ja siinä, kannattaako lounasruokaa lähteä kehittämään enemmän kasvispainotteiseksi. Työn jälkeen toimeksiantajalla on käsitys siitä, kannattaako yrityksen lähteä kehittämään kasvisruokaideaa pidemmälle aina menu suunnitteluun ja toteutukseen saakka.

Teoreettisena viitekehystenä käytettiin työssä asiakastyytyväisyyttä, asiakkaan palvelukokemusta sekä asiakasarvoa ja kasvisruokailijan ruokailusuosituksia sekä siihen pohjautuvaa menu suunnittelua. Tällä viitekehyksellä muotoutuu ymmärrys siihen, mitä asiakastyytyväisyys tarkoittaa ja mikä merkitys sillä on asiakkaan kokemaan palvelukokemukseen sekä asiakasarvon muodostumiseen. Tämän lisäksi käydään läpi ne tekijät, jotka tulee ottaa huomioon kasvisruokailijan menu suunnittelua tehdessä.

Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeella ja haastattelumenetelmää hyödyntäen. Tutkimukseen saadut vastaukset analysoitiin ja vastausten perusteella tehtiin kehitysehdotuksia koskien lounasravintolan ruokatarjontaa ja ravintolan palvelua.

Lounasravintola Rosannen asiakastyytyväisyys koskien kasvisruokailua oli lähes toivotulla tasolla, vaikkakin esiin nousi muutamia kehitys- ja parannusideoita koskien ravintolan lounas palvelua. Kiinnostusta kasvisruokien ja uusien ruokien kokeilemiseen kuitenkin oli, vaikka varsinaista tarvetta sille ei tämän tutkimuksen perusteella ollut. Yrityksen kannattaisi seurata asiakastyytyväisyyttä säännöllisin ajoin, jolloin yritys olisi tietoinen asiakastyytyväisyyden tasosta ja mahdollisista siihen vaikuttavista tyytyväisyyttä laskevista havainnoista.

Asiasanat: asiakasarvo, asiakastyytyväisyys, kasvisruokailu

Annika NieminenNieminen Annika

Customer Satisfaction in Restaurant Lounasravintola Rosanne

2019

2019

Pages

26

The purpose of the thesis was to examine whether vegetarian dishes are requested for by the restaurant customers the thesis was commissioned by and to collect feedback from the customers about the quality of the served lunch. The main objective was to map if it is reasonable to develop the lunch selection and to start serving more vegetarian options. After the study, lunch restaurant Rosanne has a better picture of the customers' needs and whether adding vegetarian food to the menu would be profitable.

The theoretical framework consists of customer satisfaction and service experience, vegetarian dishes' nutritional recommendations and menu planning based on the recommendations. This framework explains what customer satisfactions mean and how it affects the customers' service experience. Additionally, the framework explains what must be noticed while planning a vegetarian menu.

The study was made by using questionnaires and by interviewing customers. The answers and the feed-back were analysed and based on the analysis some improvement ideas for the service and the lunch se-lection of Rosanne were listed.

The customer satisfaction of lunch restaurant Rosanne was mostly as expected, even though some improvement ideas were found for the lunch service. Some interest in new vegetarian options was discovered but based on the feedback, there was not necessarily a need for more vegetarian options. In the future, it would be useful for the restaurant Rosanne to collect feedback from the customers systematically to be aware of the customers' needs.

Keywords: customer satisfaction, customer value, vegetarian food

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Toimeksiantaja Lounasravintola Rosanne	7
3	Kasvisruokailu	8
3.1	Kasvisruokailijaksi siirtyminen	8
3.2	Kasvisruokavaliomuodot	9
3.3	Kasvisruokailijan ruokailusuositukset.....	10
3.4	Kasvisruokailijan ruoanvalmistusmenetelmät ja menu suunnittelu.....	11
4	Asiakaslähtöinen organisaatio	12
4.1	Asiakastyytyväisyys ja asiakkaan palvelukokemus	12
4.2	Asiakasarvo.....	13
4.3	Asiakassuhteen syntyminen ja ylläpito	14
5	Asiakastyytyväisyyden kartoittaminen Lounasravintola Rosannessa	15
5.1	Kyselytutkimus	15
5.1.1	Kyselylomake	16
5.1.2	Haastattelu.....	16
5.1.3	Satunnaisotanta ja harkinnan varainen näyte	17
5.2	Kyselytutkimuksen toteuttaminen	18
5.3	Tutkimustulokset.....	18
6	Kehittämisideat	20
7	Johtopäätökset	21
	Lähteet	23
	Kuviot	25
	Liitteet.....	26

1 Johdanto

Työn tavoitteena oli selvittää, onko toimeksiantaja lounasravintolassa kysyntää kasvisruoalle ja minkälaista palautetta asiakkaat antavat tällä hetkellä lounasravintolan lounasruoan tarjonnasta. Pääpaino tutkimuksessa oli kuitenkin kasvisruoan kysynnässä ja siinä, kannattaako lounasruokaa lähteä kehittämään enemmän kasvispainotteiseksi. Työn jälkeen toimeksiantajalla on käsitys siitä, kannattaako yrityksen lähteä kehittämään kasvisruokaideaa pidemmälle aina menu suunnitteluun ja toteutukseen saakka.

Kasvisruokailu on yleistynyt ruokailuvalinta ja se vaatii niin julkisilta kuin yksityisiltä ruokapalvelutoimijoilta konkreettisia muutoksia palvelun tarjonnassa, jotta he osaavat vastata kuluttajien muuttuviin tarpeisiin ja kilpailutilanteeseen. Työssä käsittelemme eri kasvisruokavalioiden muodot, sekä niihin liittyvät huomioon otavat asiat erityisesti ravintolaruokailua ja menu suunnittelua koskien.

Tietoperustana työssä oli asiakastyytyväisyys ja asiakasymmärrys. Näihin teorioihin perehtymällä halusin ymmärtää, miksi asiakkaan ymmärtäminen on tärkeää ja mikä merkitys asiakkaan mielipiteellä ja asiakastyytyväisyydellä on yrityksen toimintaan. Tietoperustassa on käytetty myös kasvisruokavaliomuotoja ja ruoanvalmistuksellisia seikkoja liittyen kasvisruoan valmistukseen. Tähän perehtyminen oli tärkeää, jotta toimeksiantajalle voitaisiin antaa konkreettisia kehitysehdotuksia tutkimustyön jälkeen.

Koska toimeksiannon tavoitteena oli selvittää asiakkaiden tyytyväisyyttä ja ajatuksia, tutkimuksen lähestymistavaksi valikoitui asiakastyytyväisyyskysely painottuen kasvisruokailuun. Tutkimuksessa hyödynnettiin haastattelumenetelmää Google Forms -kyselypohjan avulla. Raportti sisältää myös tutkimuksen suorittamisen vaiheet kyselylomakkeen suunnittelusta otoksen valintaan ja sitä kautta itse kyselytutkimuksen suorittamiseen. Kerätty aineisto analysoitiin ja aineistojen analysoinnin tuloksena toimeksiantajalle esitellään ilmenneet kehittämisideat ja -ehdotukset. Johtopäätökset sisältävät kriittisen tarkastelun koko tutkimustyöstä ja sen tuomista kehitysehdotuksista.

2 Toimeksiantaja Lounasravintola Rosanne

Lounasravintola Rosanne on Keski-Suomessa Laukaassa sijaitseva lounasravintola. Ravintola työllistää yrittäjän lisäksi kaksi vakituista työntekijää, sekä yhden tarvittaessa töihin kutsuttavan työntekijän. Lounaalla asiakkaita käy päivittäin noin 130. Lounasasiakkaat koostuvat pääasiassa paikallisista eri alojen työntekijöistä sekä kylän omista eläkeläisistä. (Ravintola Rosanne 2019.)

Lounasravintola Rosanne on perustettu Laukaaseen marraskuussa 1999. Yrityksen päätoiminta on lounastarjoilussa arkipäivisin, mutta sivutoimintana yritys järjestää erilaisia pitopalvelutilaisuuksia lähes joka viikonloppu. Päätuote lounas koostuu kolmesta lämminruoka vaihtoehdosta, sekä salaattinoutopöydästä. Lounasruoka pyritään pitämään mahdollisimman perinteisenä, kotiruokamaisena. Lounaan hintaan kuuluu lämpimän ruuan lisäksi salaatit, leivät, juomat, jälkiruoka sekä kahvi tai tee. Ravintolassa käytettävät raaka-aineet pyritään ostamaan läheltä ja sesonkiaikoja hyödynnetään esimerkiksi vihannesten osalta aina mahdollisuuksien mukaan. (Ravintola Rosanne 2019.)

Pitopalvelutilaisuudet koostuvat sekalaisesti kaikenlaisista juhlista aina syntymäpäivistä ja pikkujouluista muistotilaisuuksiin. Tilaisuuksien tarjottavat pyritään tekemään aina asiakkaiden toiveiden mukaisesti. Tilaisuuksia pidetään sekä Rosannen omissa tiloissa, että muissa tiloissa Laukaan alueella. Lounastarjoilun sekä pitopalvelun lisäksi ravintolassa toimii kahvila. Kahvilan tuotteita valmistetaan mahdollisimman paljon itse. Esimerkiksi kahvilan pullat ja munkit leivotaan alusta asti itse paikan päällä, joka arkipäivä. Lisäksi kahvilan tarjottaviin tuotteisiin kuuluu erilaiset pikkusuolaiset, kuten karjalanpiirakat sekä lihapasteijat. (Ravintola Rosanne 2019.)

3 Kasvisruokailu

Tässä luvussa käsitellään kasvisruokavalioiden eri muotoja sekä sitä, miten ruoanvalmistuksen ja -valmistajan näkökulmasta kasvisruokailija pitää ottaa huomioon eri tavalla. Kasvisruokailu on oleellinen osa tutkimuksen aineistoa, mutta jotta ammattikeittiössä osataan tehdä oikeita ratkaisuja kasvisruokailijoille, täytyy tietää myös kasvisruokavaliota noudattavan ravitsemusta.

Kasviksilla tarkoitetaan ravinnoksi tarjottavia kasvien osia, jotka ovat ravintorikkaita. Kasviksia ovat erilaiset vihannekset, juurekset, hedelmät, marjat, peruna ja sienet. Kotimaisia kasviksia on saatavilla vaihtelevasti sesonkiaikojen mukaisesti. Pitkä ja kylmä talvi Suomessa kuitenkin pitää kasviksista erilaiset tuhoeläimet sekä kasvitaudit poissa ja samalla vähentää torjunta-aineiden käyttämisen tarpeellisuutta. Vaikka talvi on pitkä ja kylmä, silti kotimaisista kasviksista tekee mehukkaita puhtas maaperä ja vesistö, valoisa kesä ja viileä kesäyö. Koska kotimaiset kasvikset ovat hyvin sesonkipitoisia, ulkomaisia kasviksia käytetään todella paljon erityisesti talviaikaan. Ulkomaiset kasvikset ovat myös turvallinen vaihtoehto, sillä suurin osa esimerkiksi Suomeen tuotavista ulkomaisista tuorekasviksista on EU -määräysten mukaisia. (Kasvikset 2019.)

Kevyt ja ekologinen, ympäristöä huomioiva kasvisruokailu kasvattaa yhä enemmän suosiotaan vuosi vuodelta. Kasvisvoittoinen ruokavalio on terveellinen ja monipuolinen tapa syödä sillä se vaikuttaa myös erilaisiin sairauksiin. Lapsesta asti kuluttajia opetetaan keräämään lautaselle kaikkea värikästä ja värikkään ajatellaan olevan hyvä. Monipuolisesti koostettu kasvisruokavalio on vitamiini- ja kivennäisainepitoinen, kun opettelee tietämään erilaisten kasvien ravintoainesisällöt. Ravintola-alalla on tärkeä ymmärtää jokaista asiakasta ja jokaisen asiakkaan erilaista kasvisruokavaliota. Jotta jokaiselle voidaan tarjota täysipainoinen ruoka, tulee ammattilaisten tietää, mitä tarjota ja miten koostaa täysipainoinen ravitseva annos. (Kasvisruokavaliot 2019.)

3.1 Kasvisruokailijaksi siirtyminen

Useimmat kasvissyönnin aloittaneet ovat alkaneet ennen uuteen ruokavalioon siirtymistä pohdita omia ruoan kulutustottumuksia ja elämäntapojen vaikutuksia ympäristöön, eläimiin ja itseensä. Kasvisruokailu on kasvissyöjälle yleensä elämäntapa, eikä pelkästään ruokailutottumus. (Vegaaniliitto 2019.)

Eläinten suojelun tai oikeuksien perusteella kasvissyöjäksi alkaneet voidaan jakaa kahteen eri suuntaukseen - eläinten tappamisen vastustajiin sekä eläinten epäeettisen kohtelun vastustajiin. Eläinten tappamisen vastustajat eivät halua, että eläimiä tapetaan heidän ravinnokseen. Tappamista vastustavat kasvissyöjät yleensä syövät kuitenkin maitotuotteita ja esimerkiksi kananmunia. Toinen eläinten suojelun vuoksi kasvisruokailijaksi alkanut ryhmä on sellaisia, jotka eivät hyväksy eläinten epäeettistä kohtelua ja esimerkiksi tuotantoeläimiä. Osa

kuitenkin hyväksyy esimerkiksi vapaana luonnossa kulkeneita eläimiä ravinnokseen, kuten hirviä ja muita riistaeläimiä tai järvikalaa, sillä ne ovat saaneet elää vapaana luonnossa elämänsä ja rodulleen ominaisin tavoin. (Gould & Voutilainen, 2009, 39-41.)

Eläinten kasvattaminen ruoaksi kuluttaa myös ympäristöä ja vesistöjä. Ruoantuotanto on siis yksi merkittävimmistä kasvihuonepäästöjen aiheuttajista. Eläinmaataloudessa syntyy myös kasvihuonepäästöjä voimakkaampia päästöjä, kuten metaania. Vaikka metaani hajoaa vuosikymmenten saatossa, se silti ehtii vaurioittaa ympäröivää ympäristöä. Eläinmaatalous myös vaikuttaa vesistöjen rehevöitymiseen sen lannoitteiden ja eläinten rehuntuotannon vuoksi. Osa kasvissyöjiksi alkaneista ei siis ajattele pelkästään eläimiä, vaan myös ympäristörasituksia ja -vaikutuksia. (Vegaaniliitto 2019.)

Terveellisyys on myös yksi syy, miksi kasvisruokailijaksi tai vegaaniksi ryhdytään. Täysipainoinen ja oikein koostettu vegaaninen ruoka on yhtä ravitsevaa kuin niin sanottu tavallinen ruoka. Terveellisyydestä kertoo myös se, että kasvissyöjillä on yleisesti ottaen pienempi painoindeksi, sekä veren kolesteroliarvot ja verenpaine ovat alhaisempia. Runsas eläinkunnan tuotteiden syönti on myös yhdistetty lukuisiin elintasosairauksiin kuten diabetekseen, sydän- ja verisuonitauteihin, sekä syöpiin. Esimerkiksi eläinproteiinia tai kolesterolia sisältäviä aineksia ei vegaanisessa ruokavaliossa ole. (Vegaaniliitto 2019). Terveellisyyden vuoksi kasvisruokailijaksi siirtynyt kokee yleensä kasvisruoan terveellisempänä ja kevyempänä vaihtoehtona kuin lihapitoisen ruoan. Myös erilaiset geenimuuntelut, joita erityisesti eläinkunnan erilaisissa elintarvikkeissa käytetään sekä eläintaudit saavat kuluttajia enemmän kasvisruokapainotteisen ja puhtaamman ruoan kuluttajaksi. (Gould & Voutilainen, 2009, 42.)

3.2 Kasvisruokavaliomuodot

Vegetaariset ruokavaliot voidaan jakaa lukuisiin erilaisiin vaihtoehtoihin sen mukaan, mitä ruokavaliota noudattaa ja mitä se sisältää. Kolme pääryhmää, joihin kasvisruokavaliot karkeasti jaetaan, ovat laktovegetaarinen, lakto-ovovegetaarinen sekä täysin vegaaninen ruokavaliot. Vegaanista ruokavaliota noudattava henkilö ei käytä mitään eläinkunnan tuotteita ja ruokavaliot koostuu pelkästään kasvikunnan tuotteista ja kasviproteiineista. Laktovegetaarista ruokavaliota noudattava ruokailija on muuten täysin kasvisruokailija, mutta sallii ruokavaliossaan maitotuotteet. Lakto-ovo-vegetaarinen ruokailija sen sijaan sallii maitotuotteiden lisäksi myös kananmunat ruokavaliolleen. (Kasvisruokavaliot 2019.)

Kasvispainotteista sekaruokavaliota noudattava semivegetaarinen henkilö ei käytä punaista lihaa kuten nautaa, mutta ajoittain käyttää kuitenkin vaaleaa lihaa kuten broileria ja kalaa. Semivegetaarista ruokavaliota noudattava hyväksyy useimmiten myös ruokavaliolleen maitotuotteet ja kananmunan. Toinen kasvispainotteinen sekaruokavaliota noudattava on pescovegetaarinen henkilö. Pesco-vegetaariseen ruokavaliioon kuuluvat kala ja äyriäiset, sekä maitotuotteet ja kananmunat. (Kasvisruokavaliot 2019.)

Ei niin tunnettuihin vegetaariisiin kasvisruokavaliomuotoihin kuuluvat elävän ravinnon syöjä sekä fruitariaaninen ruokavalio. Elävän ravinnon syöjä valmistaa ruokansa kuumentamatta ja ruokavaliossa käytetään ainoastaan eläinkunnan tuotteista hunajaa. Elävä ravinto on hyvin entsyymipitoista ruokaa ja siksi sitä ei saa kuumentaa yli 47 asteeseen. Elävän ravinnon syöjä ei siis syö ruokia, jotka on kuumennettu, keitetty tai kypsennetty. Fruitariaanista ruokavaliota noudattava henkilö taas suojelee ruokavalinnoillaan kasvien satoa ja suosii ruokavaliossaan sellaisia kasvien osia ja satoa, jotka eivät aiheuta kasville kuolemaa. Fruitariaaninen ruokavalio koostuu pääasiassa tuoreista ja kuivatuista hedelmistä, pähkinöistä, siemenistä ja viljasta. (Gould & Voutilainen, 2009, 151.)

3.3 Kasvisruokailijan ruokailusuositukset

Kasvisruoka on myös monipuolista ja ravitsemuksellisesti rikasta, jos aterian koostaa oikein ja varmistaa riittävän energiaravintoaineiden, eli proteiinin ja hiilihydraattien, sekä hyvien rasvojen saannin. Ravitsemuksellisesti rikkaaseen kasvisruokailijan ruokailuun kuuluu runsaasti kuitua sisältävät hiilihydraattilähteet eli täysjyvätuotteet ja proteiinilähteet sekä kasviproteiinia sisältävät palkokasvit, kuten soija, papu, linssit, herneet sekä tofu. Hyviä pehmeitä rasvoja ruokailuun saadaan erilaisista pähkinöistä, siemenistä sekä kasviöljypohjaisista rasvavitteistä. Monipuolisesti katettuun ruokailuun kuuluu myös sienet, marjat sekä erilaiset hedelmät. (Ravitsemuspassi 2019, Vegaaniliitto 2019.)

Ruokaileminen kasvisruokailijana on huomattavasti kevyempää ja siksi riittävän energiansaannin takaamiseksi kasvisruokailijoiden ruoka-annokset ovat suositusmääriltään hieman isompia ja kasvisruokailijoille suositellaan syötäväksi 5-6 ateriaa päivässä. Täysin vegaanisessa ruokavaliossa suositellaan käyttämään niin sanottua sovellettua kolmasosaista lautasmallia, joka hieman eroaa tavallisesta totutusta lautasmallista. Totuttu tavallinen lautasmalli koostetaan siten, että $\frac{1}{2}$ lautasesta täytetään kasviksilla, $\frac{1}{4}$ lautasesta perunalla tai pastalla ja $\frac{1}{4}$ lihalla, kanalla tai kalalla. Lisäksi siihen kuuluu täysjyväleipäpala, kasvisrasvavite, vähärasvainen maito ruokajuomana sekä marjoja. (Ravitsemuspassi 2019.) Vegaanisessa lautasmallissa $\frac{1}{3}$ lautasesta täytetään kasviproteiinilla, $\frac{1}{3}$ juures-, peruna- tai viljalisäkkeellä ja $\frac{1}{3}$ tuoreilla ja kypsennetyillä kasviksilla. Lautasmallin mukaan vegaaniseen ateriaan kuuluu lisänä vielä täysjyväleipäpala, kasvimargariinilevite, ruokajuoma sekä salaatikastike. (Vegaaniliitto 2019.)

Erityisesti vegaanisessa ruokavaliossa ongelmaksi koostuu muutaman vitamiinin ja kivennäisaineen puute, joita yleensä saadaan eläinperäisistä tuotteista. Näitä suositellaan otettavaksi lisänä esimerkiksi tabletteina, jotta varmistetaan myös niiden saanti. Tällaisia vitamiineja ovat muun muassa B12- ja D-vitamiinit sekä kivennäisaineista kalsium, sinkki, rauta ja jodi. (Vegaaniliitto 2019.)

3.4 Kasvisruokailijan ruoanvalmistusmenetelmät ja menu suunnittelu

Menu suunnittelu on yleensä hyvä tehdä koko keittiöhenkilökunnan voimin huomioon ottaen käytettävissä olevat laitteet ja koneet sekä henkilökunnan määrä. Ideoita uusiin menu- ja reseptivaihtoehtoihin löytyy paljon ammattilehdistä, ravintola-alan kirjallisuudesta sekä ympäröivästä maailmasta. Tavoitteena menu suunnittelussa voi olla vaihtelun haluaminen tai uusien reseptien kokeiluhaluus. (Mauno & Lipre 2005, 90.)

Täysipainoisen ja ravitsemuksellisesti oikein koostettuun kasvisruokaan vaaditaan ammattitaitoa ja perehtymistä, jotta ravintoarvot annoksissa vastaavat suosituksia. Jos kasvisruokavalion muoto on kovin rajoittunut, se vaatii toisilla ainesosilla ravintoaineiden puutteiden korvaamista. Oleellista kasvisruoan valmistuksessa on myös hyvä maustaminen, sillä kasvisruoka vaatii aina enemmän mausteiden käyttöä, jotta siihen saa makua. Kuitenkin maustamisessakin tulee ottaa huomioon muun muassa erityisesti maustesekoitusten lisäaineet, joista kaikki eivät ole vegaanisista ja kasvipohjaisista. Myöskään esimerkiksi vegaanisen ruoan maustamiseen ei voi käyttää hunajaa, joka on myös eläinperäinen tuote. Tuoreyrttien käyttö sen sijaan on yksinkertainen tapa saada paljon makua kasvisruokiin. (Ravitsemuspassi 2019). Myös esimerkiksi erilaisilla valmistusmenetelmillä saa kasvisruokiin vaihtelua ja samalla erilaista makua ja suutuntumaa. Kasviksia voidaan valmistaa esimerkiksi höyryttämällä, keittämällä, paistamalla, pikkeliöimällä ja paahtamalla. (Mattila 2016, 190.)

Hyviä proteiinin lähteitä kasvisruokavaliota noudattavalle on kananmunat ja maitotuotteet. Vegaanisessa ruokavaliossa suositellaan proteiinien saannissa yhdistettäväksi eri aineita, jotka tukevat toisiaan elimistöön imeytymisessä. Vegaanista ruokavaliota noudattavalle suositellaan ruokavaliioon proteiiniksi yhdistelemällä viljaa ja papuja, pähkinöitä, siemeniä sekä maissia ja palkokasveja. (Gould & Voutilainen 2009, 155). Hyviä proteiinin lähteitä on myös kasviproteiinit, kuten tofu ja sienet. Perinteisen broilerin tai naudan jauhelihan voi korvata täysin soijaruouheella lähes jokaisessa jauhelihapohjaisessa reseptissä. Soijaproteiini on myös lähes yhtä proteiinirikasta kuin eläinkunnan proteiinit. Soijatuotteita löytyy myös juomina ja esimerkiksi ravintoaineilla täydennetty soijajuoma on ravintoaineiltaan lähes verrattavissa rasvattomaan lehmän maitoon. Lehmän maidon voi myös korvata kalsiumilla täydennetyillä kaura- tai riisijuomilla. (Ravitsemuspassi 2019, Vegaaniliitto 2019.)

Hiilihydraattia kasvisruoasta saa yleensä herkemmin kuin proteiinia, sillä kasvisruokavaliossa kin pystytään käyttämään normaalisti perunaa, pastaa ja riisiä. Kasvisruokavaliossa suositellaan kuitenkin käyttämään täysjyvätuotteita niiden ravintoainepitoisuuksien vuoksi. Kasvisruokaa valmistettaessa tulee ottaa huomioon, ettei ruuasta tule vahingossa liian paljon kovaa rasvaa sisältävää. Esimerkiksi ruoanlaitossa paljon käytetty kasvipohjainen kookosmaito tai kerma sisältävät paljon kovaa rasvaa, joten kyseinen tuote kannattaa ennemmin korvata esimerkiksi soija- tai kaurajuomalla. (Ravitsemuspassi 2019.) Muuten hyviä rasvoja kasvisruokavaliota noudattavalle tulee siemenistä, pähkinöistä ja kasviöljyistä. (Vegaaniliitto 2019).

4 Asiakaslähtöinen organisaatio

Tässä luvussa käsitellään asiakkaiden merkitystä organisaatiossa, koska tutkimuksen tehtävänä oli selvittää toimeksiantajayrityksen asiakastyytyväisyyttä. Keskeisimmiksi käsitteiksi nousi asiakastyytyväisyyden ohella asiakasarvo ja koko palveluprosessista syntyvä asiakkaan kokemus palvelukokemus. Kokonainen palvelukokemus kattaa myös asiakastyytyväisyyden ja asiakasarvon, joten on tärkeää ymmärtää myös se, millainen on kokonaisvaikutelma yrityksestä ja palvelusta asiakkaalle.

Asiakasarvo käydään tässä luvussa läpi asiakkaan kokemuksen kautta tulevan arvon määrittelyn mukaan. Asiakas arvo voidaan määrittää myös organisaation näkökulmasta, jolloin arvo muodostuu lähinnä taloudellisista seikoista ja on matemaattisesti laskettavissa. Tällöin arvo muodostuu esimerkiksi asiakkuuden tuottojen ja kustannusten erotuksella. (Mäntyneva 2003, 47.) Tässä työssä käytetään kuitenkin asiakkaan näkökulman kautta tulevaa asiakasarvoa, jotta ymmärretään miten se vaikuttaa myös kokonaisuutena asiakastyytyväisyyteen ja asiakaslähtöiseen organisaatioon.

4.1 Asiakastyytyväisyys ja asiakkaan palvelukokemus

Asiakas on yrityksen yksi tärkeimmistä kulmakivistä. Ilman asiakkaita ja asiakassuhteita yritys ei voi toimia. Asiakkaan ja palvelun tarjoajan välinen suhde riippuu hyvin pitkälti asiakastyytyväisyydestä. Mitä tyytyväisempi asiakas on, sitä todennäköisemmin hän käyttää yrityksen tarjoamaa uudelleen ja mahdollisesti suosittelee yrityksen tarjoamaa muillekin. Asiakastyytyväisyys ratkaisee sen, miten hyvin yritys on onnistunut tarjoamassaan palvelussa. (Heikkonen, Heinämaa & Jokinen 2000, 222.)

Palvelu on tapahtuma, toiminto, teko tai näiden tapahtumasarja eli palveluprosessi. Nämä edellyttävät aina sitä, että asiakkaan ja henkilökunnan välillä on vuorovaikutusta. Onnistunut palvelukokemus on yleensä edellytys pitkäaikaiselle asiakassuhteelle. Palvelua käytettäessä asiakas siis osallistuu palvelun tuottamiseen siten, että se kertoo mitä hän haluaa ja antaa tarvittavia tietoja itsestään, jos palvelu sellaista edellyttää. (Ylikoski 2001, 25). Palvelukokemukseen vaikuttaa lisäksi tunteet ja mieliala. Jos palvelutilanteessa henkilökunta tai asiakas on itse huonolla tuulella, myös palvelukokemuksen laatu heikkenee. Asiakkaan positiivinen mieli sen sijaan vaikuttaa myönteisesti palvelukokemukseen. Tunteet osaltaan myös suodattavat kokemuksia. Esimerkiksi hyvällä tuulella oleva asiakas suodattaa pienet negatiiviset asiat herkemmin ja kokee palvelun silti onnistuneeksi. Asiakas saattaa astuessaan yritykseen olla hyvällä tuulella, mutta yrityksen palveluympäristö ja ilmapiiri vaikuttavat myös tilanteeseen. Pitkä jonotusaika tai häiriköivät kanssa-asiakkaat voivat vaikuttaa negatiivisesti hyvän tuuliseenkin asiakkaaseen ja sitä kautta koko palvelukokemukseen. (Ylikoski 2001, 90.)

Asiakkaan palvelukokemus muodostuu siis luotettavuudesta, reagoitavuudesta, palveluvarmuudesta ja konkreettisista asioista, kuten palveluympäristöstä. Asiakas ei voi kuitenkaan olla

tyytyväinen, jos palvelukokemus ja palvelun laatu eivät vastaa odotuksia. Asiakastyytyväisyys koostuu siis palvelun laadun ja palvelukokemuksen lisäksi mahdollisista tavaroiden laadusta, maksetusta hinnasta, sekä tilanne- ja yksilötekijöistä. Käytettyään palvelua asiakas on joko tyytyväinen tai tyytymätön. (Ylikoski 2001, 149-150.)

Asiakaskeskeinen organisaatio tavoittelee haluamaansa juuri asiakastyytyväisyyden avulla. Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata ja paras keino siihen on kysyä suoraan asiakkaalta itseltään, mutta sitä voi tutkia myös erilaisilla tiedonkeruumenetelmillä. Jotta asiakasymmärrystä ja -tyytyväisyyttä voitaisiin mitata, voidaan tutkimuksessa käyttää pohjana esitutkimuksia, joita esimerkiksi organisaatio on voinut tehdä aiemmin. Esitutkimukset voivat olla organisaation aiemmin suorittamia asiakastyytyväisyyskyselyitä tai organisaation niin sanottua hiljaista tietoa, jota on saatettu saada esimerkiksi markkinatutkimuksilla. Esitutkimuksessa saatu tieto voi toimia asiakastutkimuksen taustatietona, josta tutkijaryhmä voi tehdä tutkimushypoteeseja eli oletuksia kohderyhmästä. Nämä oletukset toimivat tutkimuksen pohjana, kun asiakasymmärrystä aletaan syventämään. Asiakastyytyväisyyden ja asiakasymmärryksen tiedon keräämisessä voidaan käyttää valmiita lähteitä, haastatteluita tai muita kyselymenetelmiä, havainnointia, kohderyhmän osallistamista suunnitteluun tai esimerkiksi käyttämällä itsedokumentointimenetelmiä. (Tuulaniemi 2011, 146.)

Asiakastyytyväisyyskyselyt eivät aina yksistään riitä ja niiden käyttämisessä on riskinä, että organisaation jatkuva kiinnostus asiakkaiden mielipiteitä kohtaan lisää asiakkaiden odotuksia ja asiakkaat alkavat odottaa toimenpiteitä palvelun tai tuotteen paranemisessa. Tieto asiakastyytyväisyydestä kuitenkin auttaa organisaatiota tunnistamaan oma kilpailutilanne, sekä omat heikkoudet ja vahvuudet muihin verrattuna. (Ylikoski 2001, 149.)

4.2 Asiakasarvo

Jatkuvasti yrityksessä painotetaan asiakkaan arvoa ja sitä, että asiakas on arvokas. Kaikki asiakkaat eivät kuitenkaan ole yritykselle arvokkaita. Kaikkia asiakkaita, myös asiakasarvoltaan arvottomampia tulee kuitenkin kohdella samalla tavalla ja jokainen ansaitsee yhtä arvokasta asiakaspalvelua, jotta asiakkaan itsensä kokema asiakasarvo olisi onnistunut. (Aarnikoivu 2005, 43-45.)

Asiakasarvolla ei tarkoiteta tuotteen tai palvelun rahallista arvoa, vaan se muodostuu asiakkaan kokemuksesta tuotteen tai palvelun hyödyistä suhteessa uhrauksiin. Asiakas määrittää siis itse tuotteelle tai palvelulle arvon, joka perustuu asiakkaan kokemukseen tuotteen tai palvelun hyödyllisyydestä. Tuotteen tai palvelun hyödyt voivat olla esimerkiksi emotionaalisia, jolloin tunne on vaikuttanut hyötysuhteeseen tai rationaalisia, jolloin hinta on ollut merkittävä tekijä. Uhraus on sen sijaan yleensä aina taloudellinen, kuten maksettu hinta tuotteesta tai palvelusta. Asiakasarvo muodostuu siis hyödyistä kuten arvomaailmasta suhteessa tehtyihin uhrauksiin kuten maksettuun hintaan. (Bergström & Leppänen 2015, 24.)

Asiakkaan arvon muodostuminen on pitkä ketju, joka sisältää itse konkreettisen tuotteen lisäksi myös palvelutilanteen ja -ympäristön. Esimerkiksi palvelutilanteessa, jossa asiakas kokee valitsemansa tuotteen olevan itselleen arvokas ja saavansa siitä arvoa, voi epäkohtelias asiakaspalvelija alentaa asiakkaan arvoa. Tai esimerkiksi ravintolan houkutteleva ruoka saa asiakkaan kokemaan arvoa ja halun mennä ravintolaan palveltavaksi, mutta epähygieeninen ja likainen palveluympäristö alentavat arvoa. (Grönroos 2010, 192.)

4.3 Asiakassuhteen syntyminen ja ylläpito

Asiakassuhde syntyy vaihe vaiheelta ja kehittyy pitkän aikavälin kuluessa. Pitkäaikaiset asiakassuhteet ovat elintärkeitä yrityksille ja niiden kautta voidaan saada uusia asiakkaita ja asiakassuhteita ilman suurempaa markkinointia. Parhaimmillaan asiakassuhde on silloin, kun molemmat osapuolet hyötyvät asiakkuudesta ja ovat siihen tyytyväisiä, sekä palveluntarjoaja, että asiakas. (Ylikoski 2001, 179.)

Asiakassuhteen syntymisen ensimmäisessä vaiheessa asiakas tulee tietoiseksi uusista tai jo olemassa olevista palvelun tarjoajista, joka voi tuottaa asiakkaalle mahdollisesti haluttua arvoa. Tässä välissä asiakkaalle syntyy ensimmäinen ajatus ja odotus siitä, mitä odottaa palvelun tarjoajalta ja millaista mahdollinen asiakkuus voisi olla. Toisessa vaiheessa asiakas tutustuu palvelun tarjoajaan ja käyttää palvelua ensimmäisen kerran. Kolmannessa vaiheessa suhde syvenee ja asiakas käyttää useasti palvelun tarjoajan palveluja ja tiedostaa millainen hänen asiakkuutensa yrityksessä on. Neljännessä vaiheessa asiakas sitoutuu pidemmäksi aikaa tiedostamattaan organisaation asiakkaaksi ja voi mahdollisesti liittyä kanta-asiakkaaksi, jos organisaatio sellaista tarjoaa. (Ylikoski 2001, 178-179.)

Kaikki asiakassuhteet eivät kuitenkaan ole taloudellisesti hyödyllisiä organisaatiolle ja erityisesti palvelualoilla ei aina pyritä edes muodostamaan pysyviä asiakassuhteita. Helposti esimerkiksi ravintola-alalla ollaan siinä käsityksessä, että jos päivän myyntituotto on hyvää, on myös asiakas tyytyväinen. Kuitenkin täytyisi tietää, mistä päivän myynti koostuu ja onko mukana jo menetettyjen asiakassuhteiden tuottoja. Jo menetetyt asiakassuhteet voivat kieliä sanallista negatiivista palautetta yrityksestä, jolloin uusienkin asiakkaiden saanti itselle vaikeutuu ja tulee markkinoinnillisesti kalliimmaksi. (Grönroos 2010, 349.)

Päättynyttä asiakassuhdetta voidaan myös tutkia ja haastatella suhteen päättäneitä asiakkaita, jotta saadaan syy sille, miksi he eivät enää käytä yrityksen palveluita. Syitä voivat olla muun muassa tyytymättömyys tuotteeseen ja/tai palveluun, siirtyminen kilpailevalle yritykselle tai muutoksenhalu, joka on lähtenyt asiakkaasta itsestään. Olisi tärkeä saada tietää, miksi asiakkuudet ovat päättyneet, jotta jatkossa voitaisiin asiat tehdä paremmin ja sitä kautta saada nykyiset asiakassuhteet kestävämmiksi. (Mäntyneva 2008, 104.)

5 Asiakastyytyväisyyden kartoittaminen Lounasravintola Rosanessa

Työn tavoitteena oli selvittää, onko toimeksiantaja lounasravintolassa kysyntää kasvisruoalle ja minkälaista palautetta asiakkaat antavat tällä hetkellä lounasravintolan lounasruoan tarjonnasta. Pääpaino tutkimuksessa oli kuitenkin kasvisruoan kysynnässä ja siinä, kannattaako lounasruokaa lähteä kehittämään enemmän kasvispainotteiseksi. Työn jälkeen toimeksiantajalla on käsitys siitä, kannattaako yrityksen lähteä kehittämään kasvisruokaideaa pidemmälle aina menu suunnitteluun ja toteutukseen saakka.

Tässä luvussa keskitytään asiakastyytyväisyyden kartoittamiseen, koska tutkimustyön tavoitteena oli selvittää Lounasravintola Rosannen asiakastyytyväisyyttä koskien lounasruokailua. Ensin paneudutaan teoriana kyselytutkimuksen tekemiseen sekä haastatteluteoriaan, jotka ovat tutkimusaineiston keräämisen tapoja. Tämän jälkeen kuvataan, miten asiakastyytyväisyyden kyselytutkimus on toteutettu. Sen jälkeen paneudutaan tutkimustuloksiin, joita kyselytutkimuksen avulla saatiin.

5.1 Kyselytutkimus

Kyselytutkimus on yleisesti käytetty keino hankkia tutkimusaineistoa, joka kuvaa kohderyhmän ajatuksia ja mielipiteitä. Kyselytutkimusta käytetään yleensä joko suurempien yleisöjen ja laajojen kohderyhmien aihe selvittelyyn tai esitutkimuksena pienemmille tutkimuskohteille. (Mäntyneva 2008, 48). Kyselytutkimusta suunniteltaessa on otettava huomioon tutkimuksen kohderyhmä ja valmistella hyvä suunnittelu sekä kysymyksille, että kyselylomake pohjalle. Lomakkeen suunnittelu vaatii tietämystä tutkittavasta aiheesta, tutkimusongelman hahmottamista sekä käsitteiden täsmentämistä. Lomakkeen tekeminen koostuu tutkittavien asioiden nimeämisestä, lomakkeen rakenteen suunnittelusta, kysymysten muotoilusta ja lomakkeen testauksesta sekä mahdollisesta korjaamisesta testauksen jälkeen. Hyvä tutkimuslomake on mielenkiintoinen täyttää, kysymykset etenevät järkevästi ja niihin on helppo vastata. (Heikkilä 2014, 46-47.)

Kyselytutkimuksessa on määriteltävä, millaisia kysymystyyppejä tutkimuksessa käytetään ja millaisista kysymyksistä on eniten annettavaa tutkimustuloksia raportoitaessa. Suljetuissa kysymyksissä, eli strukturoiduissa kysymyksissä on valmiit vaihtoehdot, joista ympyröidään tai valitaan sopivat vaihtoehdot. Strukturoitujen kysymysten etuna on, että vastausten käsittely on yksinkertaista ja sillä vältetään tiettyjä virheitä tutkittavien vastauksissa. Kaikki eivät ole välttämättä lahjakkaita kielellisesti tai osaa muotoilla vastauksiaan, tai pelkäävät kritiikin antamista, on strukturoituihin kysymyksiin vastaaminen helpompaa. Jos vastausvaihtoehtoja on vain kaksi, kutsutaan kysymystä dikotomisiksi ja jos vastausvaihtoehtoja on useampia, kysymys on monivalintakysymys. Strukturoituja kysymyksiä suunniteltaessa vaihtoehtojen määrä ei saa olla liian iso, kaikille vastaajille tulee löytyä vaihtoehto, eikä vastausvaihtoehdot voi olla toisiaan poissulkevia sekä vaihtoehtojen tulee olla järkeviä. (Heikkilä 2014, 49.)

Avoimilla kysymyksillä on tavoitteena saada spontaaneja vastauksia, sillä vastaukseen ei ole annettu rajoituksia. Avoimet kysymykset strukturoidaan vasta kyselyn jälkeen ennen kuin aineisto koodataan. Koodauksella aineisto muutetaan numeraalisesti tutkittavaan muotoon, jolloin tutkija voi ryhmitellä vastaukset asiasisältöjen mukaan. Avointen vastausten ryhmittely on haastavaa ja tutkijan tulee pystyä perustelemaan ryhmitellyt asiasisällöt. Kyselylomake voi olla myös sekamuotoisista kysymyksistä muodostuva. Sekamuotoisissa kysymyksissä on annettu osa vastausvaihtoehdoista ja vaihtoehtojen jälkeen on yleensä vielä yksi avoin kysymys. Tällaista kyselylomaketta on hyvä käyttää silloin, kun ei olla varmoja tunnetaanko kaikkia vastausvaihtoehtoja. (Vilka 2007, 68-69.)

5.1.1 Kyselylomake

Ennen kyselylomakkeen suunnittelemista tutkijan tulee olla perillä siitä mitä tutkitaan, sekä pohtia tutkimusongelmaa ja täsmentää käsitteitä. Suunniteltaessa tulee ottaa myös huomioon se, miten aineisto käsitellään ja mitä ohjelmaa tietojen käsittelyssä käytetään. Kyselylomakkeen kysymyksiä mietittäessä tulee pohtia, kuinka tarkkoja vastauksia tutkimus vaatii ja kuinka tarkkoja kysymyksiä on mahdollista saada. Kyselylomakkeen suunnittelussa tulee ottaa huomioon tutkittavien käsitteiden määrittäminen ja nimeäminen ja lomakkeen rakenteen suunnittelu sellaiseksi, että vastaaminen on mielekästä. Myös kysymysten muotoilu tulee pohtia ja lomaketta täytyy testata, jotta se on selkeä. Lomakkeen testauksen jälkeen täytyy korjata mahdolliset virheet ja rakenteen ja kysymysten kohdalla. Vasta testaamisen jälkeen kyselylomake on valmis käyttöön. (Heikkilä 2014, 45-46.)

Tutkimuksen aineistoa voi kerätä kyselyllä, joka on vakioitu helpottaakseen myös vastaamista. Siinä vastaajilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Kysely myös soveltuu aineiston keräämiseksi silloin kun tutkittavia ja vastaajia on paljon ja he ovat hajallaan. Kysely yleensä tehdään joko sähköisesti tai postittamalla, jolloin sen lähettämisen ajoitus on oltava kohdallaan. Toisinaan tutkija joutuu tekemään uusintakyselyn, sillä erityisesti lähetettyihin kyselyihin vastaaminen saattaa kestää liian kauan. (Vilka 2007, 27-28.)

Tutkimuskohteena kyselyä käytettäessä on yleensä vastaaja ja häntä koskevat asiat ja mielipiteet, asenteet ja käyttäytyminen. Kyselylomaketta käytetään myös henkilökohtaisten asioiden selvittämiseen. Tällaisia henkilökohtaisia asioita ovat esimerkiksi vastaajan terveyteen, terveyskäyttäytymiseen ja ruokatottumuksiin liittyvät seikat. (Vilka 2007, 28.)

5.1.2 Haastattelu

Haastattelu on oiva menetelmä, kun halutaan selvittää asiakkaan ajatuksia ja kokemuksia palvelua koettaessa tai palvelua tuottaessa. Haastattelun avulla voidaan selvittää myös asiakkaan arjen ja elämän tapoja ja valintoja, ja sitä kautta saada uusia inspiraatioita esimerkiksi palvelumuotoilussa ja palvelun kehittämisessä. (Tuulaniemi 2011, 147). Haastattelu toteutetaan yleensä lomakkeella ja sen kysymykset ovat ennakoituja kuten kyselylomakkeessa.

Haastattelu voidaan tehdä siis avoimena tai strukturoituna. Tutkimusaineiston kerääminen haastattelumenetelmää käyttäen on helppoa lähes missä vain kuten kaupassa, työpaikalla ja puhelimesta. (Vilka 2007, 29).

Haastattelussa tutkija kysyy vastaajalta kysymykset ja kirjaa ne vastaajan puolesta lomakkeeseen. Lomakkeella haastattelu soveltuu parhaiten silloin kun tutkittava asia ei ole laaja ja tutkimuskysymys on selkeä. Informoidussa lomakehaastattelussa valmiiden kysymysten lisäksi tutkija saattaa esittää lisäkysymyksiä. Informoidusta kyselystä puhutaan silloin kun tutkija on vuorovaikutuksessa perusjoukon kanssa tutkimuksen aikana, esimerkiksi jakaa kyselylomakkeita tai kerää jo vastatut lomakkeet. (Vilka 2007, 29.)

Haastattelu vaatii tarkkaa suunnittelua antaakseen mahdollisimman paljon hyviä ja laajoja vastauksia. Haastattelijalla on onnistuneessa haastattelutilanteessa merkittävä vaikutus. Jos haastattelun kysymykset tai vastaamisohjeet ovat epäselviä, saattaa myös haastattelun vastaukset olla epäselviä ja niitä ei olla ymmärretty välttämättä oikein. Myös haastattelijan oma sosiaalinen etäisyys ja motivointivirheet vaikuttavat haastattelutilanteeseen ja vastaajan innostukseen. Vastaajan tulee olla motivoitunut vastaamaan kysymyksiin ja haastatteluaiheen tulee olla selkeä ennen haastattelun aloittamista. Esimerkiksi muut paikalla olijat saattavat antaa vastaajalle sosiaalisia paineita ja vastaukset saattavat olla sellaisia, mitkä vastaaja kokee miellyttävän muita ympärillä olijoita sekä haastattelijaa. (Heikkilä 2014, 65.)

5.1.3 Satunnaisotanta ja harkinnan varainen näyte

Tutkimuksen kohderyhmä eli perusjoukko on tutkittava kohderyhmä, josta tietoa halutaan kerätä. Kun perusjoukko on liian iso kokonaistutkimuksen suorittamiseen, valitaan perusjoukosta otos. Otos on sellainen ryhmä, joka edustaa pienoiskuvassa koko perusjoukkoa ja niiden ajatusta tutkittavasta mallista. Otantamenetelmää käytetään, jos perusjoukko on liian iso, tiedot halutaan nopeasti tai tutkiminen on muuten monimutkaista. (Heikkilä 2014, 31.)

Otanta koostuu eri vaiheista, joissa määritetään tutkimukselle perusjoukko, selvitetään sitä kuvaavat rekisterit, jos sellaisia on olemassa, määritetään otosyksikkö ja valitaan otantamenetelmä. Kun otantamenetelmä on päätetty, ratkaistaan otoksen koko, suunnitellaan tutkimuksen toteutus ja menetelmävaiheet sekä suoritetaan otanta. Otantamenetelmiä on olemassa useita erilaisia ja sen käyttäminen riippuu aina tutkimuksen laadusta. Yleisimmin käytetty otantamenetelmä on yksinkertainen satunnaisotanta. Yksinkertaisessa satunnaisotannassa otokseen voi joutua kuka vain perusjoukkoon kuuluva jäsen. Siinä ei etukäteen määritellä minkälaisia tai minkä ikäisiä henkilöitä tutkimuksen otantaan otetaan. (Heikkilä 2014, 33-34.)

Tutkija voi valita myös aineiston harkinnanvaraisesti. Harkinnanvaraisessa näytteessä tai otoksessa tutkija valitsee kohteen harkinnanvaraisesti omaa harkintaansa käyttäen.

Harkinnanvaraisen tutkimuskohteen valinta täytyy kuitenkin olla perusteltua ja sitä ei voi käyttää tulosten yleistämiseen suurempaan perusjoukkoon. (Vilka 2007, 58). Harkinnanvaraiseen näytteeseen kerätään sellaiset tutkimuskohteet, jotka kuvaavat perusjoukkoa mahdollisimman hyvin haluttujen ominaisuuksien kannalta. Tällaisia ominaisuuksia ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli tai tutkimuksen luonteesta riippuen taustatekijä kuten ammatti. Luotettavuus harkinnanvaraista näytettä käytettäessä on riippuvainen siitä, kuinka hyvin tutkimuksen perusjoukko ja aihealue ovat tuttuja tutkijoille. (Heikkilä 2014, 38-39.)

5.2 Kyselytutkimuksen toteuttaminen

Asiakastyytyväisyyskysely suoritettiin Google Forms -kyselylomakepohjaa hyödyntäen toimeksiantajayrityksessä tammikuussa vuonna 2019. Haastattelija valitsi asiakkaiden perusjoukosta otoksen, jotka kuvasivat mahdollisimman hyvin koko perusjoukkoa. Kysymykset olivat etukäteen testattuja. Testaus suoritettiin henkilökuntaan kuuluvalla henkilöllä sekä muutamalla asiakkaalla ennen varsinaista tutkimuskyselyä. (Liite1). Tutkimuksen asiakkaan iästä riippuen tutkimuskysely toteutettiin joko niin, että tutkija täytti vastauksia asiakkaan puolesta tai asiakas sai itse vastata kysymyksiin suoraan. Tavoitteena oli ottaa otokseen mukaan sellaisia asiakkaita, jotka käyvät lounaalla päivittäin, ovat eri ikäisiä ja eri sukupuolisia ja jotka kuuluvat asiakkaiden perusjoukkoon, jotta saadaan hajontaa myös vastauksissa. Taustamuuttujat jaettiin kysymyslomakkeella vain sukupuoleen ja siihen, tekeekö fyysisesti raskasta vai ei raskasta työtä, vai onko vastaaja eläkeläinen tai opiskelija.

Kysymyslomake oli strukturoitu, jossa oli mukana sekä valmiilla vastausvaihtoehdoilla olevia kysymyksiä, sekä avoin kysymys, johon sai itse kirjoittaa oman vastauksen. Tutkimuskysymyksillä haluttiin selvittää tämän hetkisten lounasasiakkaiden mielipiteitä ruuasta painottuen kasvisruokailuun ja sen tarjontaan. Kysymykset koostuivat pääasiassa kyllä/ei -vastauksilla olevista kysymyksistä ja ne käsittelivät muun muassa sitä, olisiko asiakas valmis maksamaan lounaasta saman verran, vaikka yksi lounaan lämpimistä ruuista olisi joka päivä kasvisvaihtoehto.

5.3 Tutkimustulokset

Vastauksia kyselyyn saatiin 39 asiakkaalta. Vastaajista 64 % oli miehiä ja 36 % naisia. Lounaalla kävi noin 130 lounastajaa. Vastaajista 90 % vastasi syövänsä kasviksia ja salaattia jokaisella lounaalla. Kaikkiruokaisia eli kaikkia lihatuotteita, kalaa, kanaa yms. Syöviä vastaajista oli 85 % ja kasvisruokailijoita 15 %.

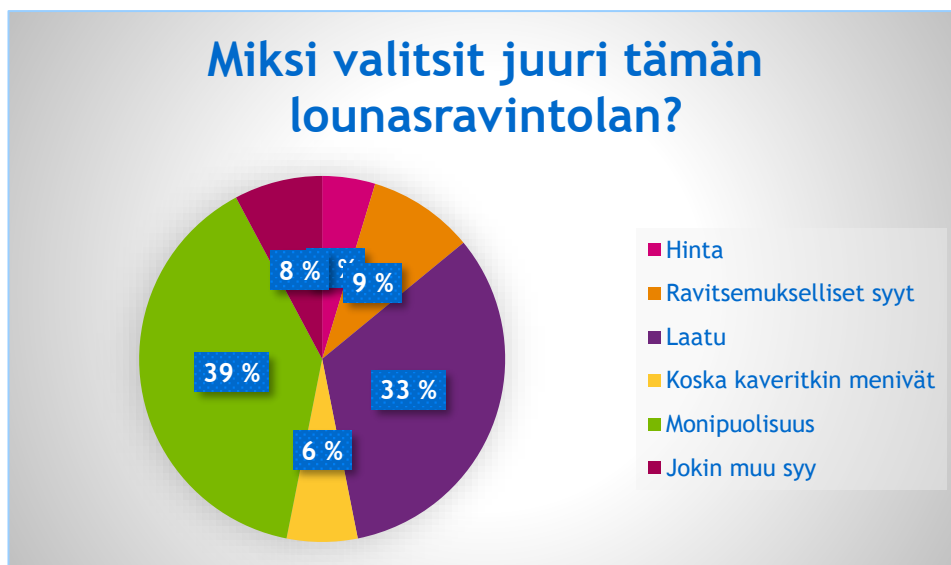
Tutkimuksessa haluttiin selvittää asiakkailta myös se, haluaisivatko he enemmän kasvisruokavaihtoehtoja lounaalle tarjolle. 62 % vastaajista koki, että kasvisruokaa on tälläkin hetkellä riittävästi tarjolla, kun 38 % vastaajista olisi kaivannut enemmän kasvisruokia.

Haluttiin lisäksi selvittää, vaikka kasvisruokaa ei erityisesti kaivannutkaan lounaalle, olisiko asiakas kuitenkin valmis kokeilemaan kasvisruokia lounaalla. Tähän haluttiin

vastausvaihtoehtoiksi myös kyllä / ei -vastausten lisäksi vastausvaihtoehto ”Kyllä, jos samalla lounaalla saa myös tavallisia liharuokia.”. Vastaajista 43,2 % oli sitä mieltä, että sitä voisi kokeilla, jos mukana olisi myös tavallista liharuokaa. Ainoastaan 18,9 % vastaajista tyrmäsi vaihtoehdon edes kokeilla kasvisruokaa.

Lounaan hinnoittelusta tutkimuksessa kysyttiin sen verran, olisiko asiakas valmis maksamaan lounaasta saman hinnan, vaikka tarjolla olisi joka päivä yksi kasvisruoka. 89,2 % vastaajista olisi valmis maksamaan saman hinnan lounaasta, vaikka tarjolla olisi joka päivä yksi kasvisruoka. Reilu 10 % vastaajista oli sitä vastaan.

Tutkimuksessa kysyttiin myös, miksi tuli juuri siihen lounasravintolaan (Kuvio 1). Vastausvaihtoehtoista sai valita useamman sen mukaan, mitkä syyt itse kokee olevan syynä siihen, että tuli juuri tähän lounasravintolaan syömään. 39:stä vastaajasta 25 vastasi tullessa lounaan monipuolisuuden vuoksi ja 21 vastaajista lounasruoan laadun vuoksi.



Kuvio 1 Lounasravintolan valinta

Avoimeen kysymykseen kyselylomakkeen lopussa tuli monipuolisia vastauksia. Esimerkiksi salaattipöydän valikoimien kohdalla, toiveita tuli siitä, että muuten raikasta ja tuoretta tarjovasta salaattipöydästä saisi esimerkiksi kasviproteiinia sisältäviä vaihtoehtoja salaattiin. Palautetta tuli myös erilaisten täysjyvätuotteiden mahdollisesta käytöstä lounaalla. Avoin kysymys keräsi myös palautetta siitä, että erilaisten uusien ruokien kokeileminen ja vaihtelu lounasruuissa olisi mielekästä.

Positiivista palautetta kohdeyritys sai sen positiivisesta ja palveluallttiista henkilökunnasta. Ongelmat on ratkottu aina hymyssä suin ja jos päivän lounaalta ei ole löytynyt sopivaa ruokaa, esimerkiksi gluteenittomalle tai maidottomalle ruokailijalle, on aina pyritty erikseen

jotakin asiakkaalle tekemään lautasannoksena. Tai asiakas on lounasajan jälkeen tullut kysymään vielä ruokaa, on sitä hänelle tarjottu, vaikka lounaspöydässä ei olisi enää mitään ollutkaan. Asiakkaat pitivät myös salaattipöydän tuotteiden tuoreudesta, sekä siitä, että lounaan hintaan kuuluu myös kahvi ja jälkiruoka, jota monesta muusta paikasta ei saa. Avoimeen kysymykseen tuli myös muutamia ehdotuksia lounaspassin mahdollisesta käytöstä.

6 Kehittämisideat

Asiakastyytyväisyyttä voisi yrityksessä seurata myös jatkossa useammin, jotta palvelun laatu ja yrityksen tarjonta vastaa asiakkaiden oletuksia ja odotuksia. Asiakas palaute on tärkeimpiä asiakastyytyväisyysmittareita ja niitä tulisi kerätä säännöllisesti. Erityisesti lounasaika ravintolassa on kiireinen, joten palautteen keruu pitäisi olla mahdollisimman yksinkertainen jatkossakin. Asiakkaat herkästi jättävät suullisen arvion antamatta ja äänestävät perinteisesti jaloillaan kuin suoralla palautteella henkilökunnalle.

Ravintolasta voisi löytyä, jos ei jatkuvasti, niin ainakin säännöllisesti erilaisia asiakaspalautelappuja, jotka voisi palauttaa esimerkiksi yhteiseen palautepostilaatikkoon nimettömänä. Nimettömänä on aina helpompi antaa myös negatiivista palautetta, joka taas kehittäisi ravintolan toimintaa ja jolloin negatiivisiin, kehittäviin palautteisiin yritys voisi reagoida paremmin ja nopeammin.

Tutkimuksessa myös selvisi, että toiveena oli myös erilaiset kasviproteiinilähteet. Tätä voisi kehittää siten, että sellaisina päivinä, jolloin lounaalla on enemmän lihapitoinen valikoima, kuten broileria ja naudanlihaa, voisi salaattipöytään lisätä esimerkiksi tofua, papuja tai linssejä. Täten kasvisruokailija saisi koottua itselleen salaattilounaan, josta kuitenkin saisi monipuolisesti myös proteiinia ja hiilihydraatteja. Salaattipöytään voisi esimerkiksi valmistaa aiemmin työssä mainitun, mikä tuli toiveena asiakailta, täysjyväriisin tai -pastan kaveriksi ruokaisamman salaatin tofusta. Tämä mahdollistaisi samalla myös sen, että ruokailijat ketkä eivät kasvisruoasta niin välitä, saisivat lämpimän ruoan ”normaalina” ja salaattipöydästä saisi valita sitten sitä, mitä lisukkeeksi haluaisi ottaa.

Asiakkaat kokivat salaattipöydän tarjonnan raikkaaksi ja tuoreeksi. Tästä yrityksen kannattakin pitää kiinni ja nimenomaan salaattipöydässä olisi helpoin testata uusia erilaisia kasviproteiinistakin tehtyjä kasvispohjaisia ruokaisampia salaatteja.

Kun tutkimushaastattelua tehdessä tuli kommenttia myös lounasruoan vaihtelusta, voisi kasvisekoispäivä olla hyödyllistä joskus toteuttaa, ihan senkin takia, että asiakkaat saisivat keilla uusia ruokia. Esimerkiksi salaattipöytään kokoaisi hieman erikoisempaa kasviproteiinilaattia tai päivän pääruuista osa olisivat kasvispainotteisia, soijarouheesta tms. valmistettuja. Ja asiakkaat saisivat antaa suoraa palautetta, mitä pitivät ja oliko toimiva idea. Tällaiselle päivälle erityisesti jonkinlainen palautelaatikko käyttöön ja jokainen saisi antaa oman

arvionsa tuotteesta. Kaikkia päivän ruokia ei tarvitsisi kasvisversioksi muuttaa, mutta osan muuttaisi. Tällöin toimeksiantajayritys voisi testata erilaisia reseptivaihtoehtoja samalla.

Toimeksiantajayritys ei käytä lounaspasseja, joilla esimerkiksi saisi kymmenennen lounaan ilmaiseksi, joten tietynlaisia kanta-asiakkuuksia ei näin saada muotoiltua nykyisistä asiakkaista. Lounaspassia toivottiin tutkimuksen vapaassa kommentissa muutamaankin kertaan, joten jos ei lounaspassia lähdetä kehittämään, niin ravintola voisi kuitenkin järjestää esimerkiksi erilaisia arpajaisia silloin tällöin, joista voisi voittaa esimerkiksi kahden lounaan lahjakortin. Markkinoimalla arpajaisia paikallislehdessä, voisi saada samalla myös uusia mahdollisia asiakkaita. Erityisesti vuosi 2019 olisi loistava siihen, kun toimeksiantajayritys täyttää 20 vuotta, joten arpajaiset toimisivat samalla myös osana kiitoksena asiakkaille siitä, että ovat yrityksen asiakkaita.

7 Johtopäätökset

Työn tavoitteena oli selvittää, onko toimeksiantaja lounasravintolassa kysyntää kasvisruoalle ja minkälaista palautetta asiakkaat antavat tällä hetkellä lounasravintolan lounasruoan tarjonnasta. Pääpaino tutkimuksessa oli kuitenkin kasvisruoan kysynnässä ja siinä, kannattaako lounasruokaa lähteä kehittämään enemmän kasvispainotteiseksi. Työn jälkeen toimeksiantajalla on käsitys siitä, kannattaako yrityksen lähteä kehittämään kasvisruokaideaa pidemmälle aina menusuunnitteluun ja toteutukseen saakka.

Ensimmäisenä perehdyin kasvisruokavalioihin ja asiakasymmärrykseen, sekä siihen miten asiakastyytyväisyyttä voi tutkia. Siten sain ymmärryksen siitä, mikä merkitys asiakastyytyväisyydellä on ja miten sitä voi tutkia, jotta palvelua voitaisiin kehittää enemmän asiakasläh- töiseksi. Kasvisruokavalioihin tutustuminen auttoi ymmärtämään, mitä ammattikeittiössä ja ruoanvalmistuksessa tulee ottaa huomioon, jotta kasvisruokailijalle saadaan ravitsemuksellisesti oikein koostettua ruokaa.

Tutkimus suoritettiin kyselytutkimuksena tammikuussa. Vastauksien ja pohdintojen perusteella voidaan todeta, ettei nykyisten asiakkaiden keskuudessa ole tarvetta varsinaisesti kasvisruoalle. Uusia asiakkaita voisi tosin kevyemmän ruoan ja erilaisen kotiruokamaisen kasvisruoan painotuksella ja markkinoinnilla saada, jos sellaista toimeksiantajayritys haluaisi kokeilla jossain vaiheessa. Myös nykyisten asiakkaiden keskuudesta selvisi, että kevyemmälle ja terveellisemmälle ruualle olisi sen sijaan kysyntää. Esimerkiksi täysjyvätuotteiden, riisin ja pastan osalta. Myös vaihtelua kaivattiin, sillä moni oli kuitenkin halukas kokeilemaan erilaisia kasvispainotteisiakin ruokia.

Asiakastyytyväisyyttä kannattaa seurata myös jatkossa ja yrityksen kannattaa olla kiinnostunut asiakkaiden mielipiteistä. Asiakkailla oli kiinnostus vastata asiakastyytyväisyyskyselyihin ja asiakaspalautetta tuli paljon myös ohi kyselylomakkeen. Ihanteellista olisi, että myös

jatkossa asiakastytyväisyyttä tutkittaisiin säännöllisesti, jotta ravintola pystyisi tarjoamaan asiakkaille heille mieluisia tuotteita ja palveluita. Näin pystyttäisiin varmistamaan onnistuneet asiakaskokemukset myös jatkossakin.

Lähteet

Painetut

Aarnikoivu, H. 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Talentum.

Bergström S. & Leppänen A. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16. painos. Helsinki: Edita.

Gould, M. Voutilainen, E. 2009. Kasvissyöjäksi, miksi ja miten. Tallinna: Art House.

Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WsoyPro.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Heikkonen, I., Heinämaa, L., & Jokinen, T. 2000. Tervetuloa asiakas: myyntityön ja asiakaspalvelun taito. Helsinki: Edita.

Mattila, H. 2016. Vähemmän lihaa. Tallinna: Printon Trükikoda.

Mauno, S. & Lipre, E. 2005. Älykäs kokki ammattikeittiössä. Helsinki: Wsoy.

Mäntyneva, M. Heinonen, J. & Wrangé, K. 2008. Markkinointitutkimus. Helsinki: WSOY.

Mäntyneva, M. 2003. Asiakkuuden hallinta. Helsinki: WSOY.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Talentum.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa - määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Tammi.

Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko asiakas? Toinen uudistettu painos. Keuruu: Otavan kirjapaino.

Sähköiset

Kasvikset. 2019. Ruokatieto. <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokaketju-ruuan-matka-pelloilta-poytaan/keittio/ruuan-raaka-aineet/kasvikset> Viitattu 28.2.2019.

Kasvisruokavaliot. 2019. Ruokatieto. <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/ruokaketju-ruuan-matka-pelloilta-poytaan/ravitsemus-ja-ruuan-valinta/kasvisruokavaliot> Viitattu 28.2.2019.

Ravintola Rosanne. www.ravintolarosanne.fi Viitattu 3.1.2019.

Ravitsemuspassi. http://ravitsemuspassi.fi/valmennus.php?k=219618&hakustr=kasvis-ruoka#a_219618 Viitattu 3.3.2019.

Vegaaniliitto. <http://www.vegaaniliitto.fi/www/fi/tietoa/energiaravintoaineet> Viitattu 28.2.2019.

Kuviot

Kuvio 1 Lounasravintolan valinta..... 19

Liitteet

Liite 1: Asiakaskysely lounasruokailuun liittyen	27
--	----

Liite 1: Asiakaskysely lounasruokailuun liittyen

Asiakaskysely lounasruokailuun liittyen

Opinnäytetyöhön liittyvä asiakaskysely painottuen kasvisruokailuun. Vastaukset annetaan nimettömänä ja niitä käytetään ainoastaan Laurean ammattikorkeakoulun opiskelijan opinnäytetyössä.

Sukupuoli

- Mies
- Nainen
- Muu

Taustatietoja

- Työntekijä, fyysisesti ei niin raskasta työtä tekevä (Esim. istumatyö)
- Työntekijä, fyysisesti raskasta työtä tekevä
- Opiskelija / eläkeläinen / työtön

Pyritkö syömään monipuolisesti salaattia ja kasviksia lounaalla?

- Kyllä
- Ei
- Vaihtelee päivittäisen tarjonnan mukaan

Haluaisitko enemmän kasvisruokavaihtoehtoja lounaalle?

- Kyllä
- Ei

Oletko ”kaikkiruokainen”? Eli syöt kaikkia liha-, kala-, kanatuotteita.

- Kyllä
- Ei

Olisitko valmis kokeilemaan erilaisia kasvisruokavaihtoehtoja?

- Kyllä
- Ei
- Kyllä, jos lounaalla saa myös tavallisia liharuokia

Olisitko valmis maksamaan lounaasta saman hinnan, vaikka tarjolla olisi joka päivä yksi kasvisruoka?

- Kyllä
- Ei

Millä perusteella valitsit tämän lounasravintolan?

- Hinta
- Laatu
- Ravitsemukselliset syyt
- Koska kaveritkin menivät
- Monipuolisuus
- Jokin muu syy

Muuta palautetta?