

Asiakastyytyväisyystutkimus uudistetussa
ravintola Auringossa

Pykäläinen Jonas

Opinnäytetyö
Restonomikoulutus
Restonomi (AMK)

VUOSI 2021

Koulutusalan nimi
Koulutusala
Koulutus

Tekijä	Jonas Pykäläinen	Vuosi	2021
Ohjaaja	Marja Lempiäinen		
Toimeksiantaja	Ammattiopisto Lappia		
Työn nimi	Asiakastytyväisyystutkimus uudistetussa ravintola Auringossa		
Sivu- ja liitesivumäärä	46		

Tämän opinnäytetyön tehtävänä on asiakastytyväisyyden mittaaminen ammattiopisto Lappian uudistuneessa henkilöstö- ja opiskelijaravintola Auringossa. Ravintolatoiminnan lähtökohtana on tyytyväinen asiakas. Jos ei ole asiakkaita ei ole ravintolatoimintaa. Opinnäytetyön tavoitteena on nostaa tutkimustuloksista esille valonsäteet eli asiat, jotka toimivat ja ovat hyvin sekä varjot eli kehittämistarpeet. Opinnäytetyö keskittyy kehittämistyössä tarvittavan tiedon keräämiseen ja koonnitiin.

Tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena ammattiopisto Lappian henkilökunnalle ja opiskelijoille. Asiakastytyväisyyskysely toteutettiin Webropol-lomakkeella sähköisesti. Kyselylomakkeena käytettiin toimeksiantajan suunnittelemaa kyselylomaketta. Opinnäytetyössä käsitellään palvelu, ruokapalvelu sekä asiakastytyväisyys. Tutkimustulokset käsitellään omassa luvussa opinnäytetyön loppupuolella.

Opinnäytetyön tulosten mukaan uudistuneen ravintola Auringon asiakaspalvelu ja palvelun sujuvuus on hyvää ja toimivaa. Lounasruokaa on riittävästi tarjolla koko päivän ajan ja uusi ruokailusali on viihtyisä. Asiakkaat kokivat, että ruokavaihtoja tulisi olla enemmän ja erityisruokavaliot täytyisi huomioida paremmin. Lisäksi välimatka ravintolan ja työpisteen välillä koettiin liian pitkäksi. Tämän lisäksi tarjottimet halutaan takaisin palvelulinjastoon.

Opinnäytetyön tehtävä ja tavoite toteutettiin asianmukaisesti. Työn tuloksia hyödynnetään jatkossa ravintolan toiminnan kehittämisessä.

Avainsanat

palvelu, ruokapalvelu, asiakastytyväisyys, survey-tutkimus

Degree Programme in Hospitality
Management
Bachelor of Hospitality Management

Author	Jonas Pykalainen	Year 2021
Supervisor	Marja Lempiäinen	
Commissioned by	Ammattiopisto Lappia	
Subject of thesis	Customer satisfaction survey at the refurbished restaurant Aurinko	
Number of pages	46	

The purpose of this thesis is to measure customer satisfaction in the renewed staff and student restaurant Aurinko of the Vocational College Lappia. The starting point for restaurant operations are satisfied customers. If there are no customers, there is no restaurant business. The aim of the thesis is to highlight the rays of light from the research results i.e. things that are functional and work well, as well as shadows i.e. development needs. The thesis focuses on collecting and compiling the information needed for the development work.

The study was carried out as a survey for staff and students of the Vocational College Lappia. The customer satisfaction survey was carried out electronically with Webropol. The questionnaire used in the survey was designed by principal. The thesis deals with service, food service and customer satisfaction. The research results are discussed in their own chapter towards the end of the thesis.

According to the results of the thesis, the customer service of the renewed restaurant Aurinko and the smoothness of the service are good and functional. There is enough lunch food available throughout the day and the new dining room is cozy. Customers felt that there should be more food changes, and special diets should be considered better. In addition, the distance between the restaurant and the working place was considered too long. Also, the trays were wished back to the service line.

The assignment and aims of the thesis were properly implemented. The results of the study will be utilised in the development of the restaurant in the future.

Key words

service, food service, customer satisfaction, survey

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 AMMATTIOPISTO LAPPIA	7
2.1 Kemi-Torniolaakson koulutuskuntayhtymä Lappia.....	7
2.2 Ammattiopisto Lappian ravintolapalvelut.....	7
2.3 Palvelu käsitteenä.....	9
3 PALVELU	10
3.1 Ruokapalvelut käsitteenä.....	10
3.2 Palvelujen laatu ja sen ulottuvuudet	10
3.3 Asiakastyytyväisyys	12
4 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT	14
4.1 Tutkimuksen taustatiedot ja rajaus	14
4.2 Tutkimusmenetelmänä kyselytutkimus	15
5 RAVINTOLA AURINGON ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET	17
5.1 Taustatiedot	17
5.2 Palvelutuotteen käytettävyys	18
5.3 Palvelutuote ja tuotantoympäristö	23
5.4 Palvelutuotteen saavutettavuus	36
5.5 Avoimien kysymysten vastauksia	37
5.6 Ravintola Auringon valonsäteet ja varjot.....	42
6 POHDINTA	43
LÄHTEET.....	46

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tarkastellaan asiakastyytyväisyyttä uudistetussa ravintola Auringossa. Opinnäytetyön tehtävänä on asiakastyytyväisyyden mittaaminen ammattiopisto Lappian henkilöstö- ja opiskelijaravintola Auringossa ja tavoitteena on tutkimustuloksista saatujen tietojen myötä, nostaa esille valonsäteet eli asiat, jotka toimivat ja ovat hyvin sekä varjot eli kehittämistarpeet. Opinnäytetyössä ei varsinaisesti keskitytä kehittämistyöhön vaan tämän työn tavoitteena on kerätä alkutieto eli se missä nyt ollaan menossa. Kehittämistyö jatkuu ravintola Auringossa tämän työn tulosten pohjalta. Opinnäytetyön toimeksiantaja on henkilöstö- ja opiskelijaravintola Auringon esimies ja Lappia.

Tarve asiakastyytyväisyystutkimuksen tekemiselle oli selkeästi olemassa ravintolan uudistuneen toiminnan myötä. Muutto uusiin tiloihin, asiakaspaikkojen väheneminen ja siinä ohessa myös ravintolan muutokset ruokalistan ja tuotteiden suhteen eivät ole vielä täysin vakiintuneet ja uusia toimintamuotoja haetaan. Asiakastyytyväisyystutkimuksen myötä saatava tieto antaa ajankohtaista tietoa siitä, kuinka tyytyväisiä uudistuneen ravintola Auringon toimintaan, tuotteisiin ja palveluun tällä hetkellä ollaan ja miten ravintolan toimintaa, palvelua ja tuotteita voi vielä kehittää.

Ravintola Auringossa asiakaskunta koostuu pääosin toisen asteen opiskelijoista ja ammattiopiston henkilökunnasta. Myös ulkopuolelta tulevat asiakkaat ovat tervetulleita. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tutkimusjoukko koostuu ammattiopiston opiskelijoista ja henkilökunnasta, jotka käyttävät ravintola Auringon palveluita.

Asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin viikolla 37–38 Webropol-ohjelmalla ja siinä käytettiin jo aiemmin ravintolan asiakastyytyväisyystutkimuksissa hyväksi todettua kyselylomakepohjaa, joka vastaa toimeksiantajan tarpeisiin. Asiakastyytyväisyystutkimus lähetettiin Lappian henkilökunnalle sähköpostitse ja opiskelijoille Wilmassa. Tutkimusjoukkoon kuului 1040 opiskelijaa ja 350 henkilökuntaan

kuuluvaa. Henkilökuntaa lähestyttiin saatekirjeellä ja asiakastyytyväisyyskyselyyn vastaaminen pyritään saamaan osaksi opiskelijoiden koulupäivää. Bonuksena oli kahvilatuotteiden arvonta kyselyyn vastanneiden kesken.

Opinnäytetyöni koostuu taustatiedosta, jossa kerron ammattiopisto Lappiasta. Tämän jälkeen on teoriaosuus, jossa käsittelen palvelua kokonaisuutena, ruokapalvelua sekä asiakastyytyväisyyttä käsitteenä. Tämän jälkeen kerron tutkimuksen lähtökohdista, rajauksesta ja kyselytutkimuksen teosta. Tutkimuksen tulokset luvussa käsittelen kyselylomakkeen mukaisesti tutkimustulokset. Tutkimustulosten loppuun olen tehnyt koonnin tuloksista nousseista kehittämiskohdista. Viimeisessä luvussa on pohdinta.

2 AMMATTIOPISTO LAPPIA

2.1 Kemi-Torniolaakson koulutuskuntayhtymä Lappia

Kemi-Torniolaakson koulutuskuntayhtymä Lappia on aloittanut toimintansa vuonna 2007. Kemi-Torniolaakson koulutuskuntayhtymä ylläpitää ammattiopisto Lappiaa ja omistaa Lappia-koulutus Oy:n. Koulutuskuntayhtymää ja ammattiopistoa johtaa rehtori Virpi Lilja. Luottamuselimistä löytyvät yhtymävaltuusto, yhtymähallitus, henkilöstötoimikunta, yhteistyötoimikunta ja tarkastuslautakunta. Opiskelijakunta koostuu Lappian opiskelijoista ja on myös osa Lappian toimintoja. (Lappia 2021.)

Koulutuskuntayhtymä toteuttaa erilaisia koulutuksia ympäri Lapin lääniä. Lapiassa opiskelee 4528 opiskelijaa ja henkilökuntaa on 340. Lappian toimipisteitä on Kemissä, Muoniossa, Tervolassa, Torniossa ja Rovaniemessä ja näiden kuntien lisäksi jäsenkuntina ovat Keminmaa, Simo, Pello ja Ylitornio. Lappia tarjoaa myös koulutusta ympäri Suomen ja rajan yli Ruotsiin ja Norjaan. (Lappia 2021.)

Ammattiopisto Lappian palveluihin kuuluvat perus-, ammatti ja erikoisammattitutkinto sekä muu ammatillinen lisäkoulutus, oppisopimuskoulutukset, työvoimakoulutukset, lupa-, pätevyys ja korttikoulutukset sekä muut koulutukset, jotka ovat räätälöityjä asiakkaiden tarpeiden mukaisesti. Ammattiopisto Lappialta löytyy myös autokoulu. (Lappia 2021.)

2.2 Ammattiopisto Lappian ravintolapalvelut

Kemi-Torniolaakson koulutuskuntayhtymän perustettaessa 2007 yhtenäistettiin eri yksiköiden ravintolapalveluita yhdenmukaiseksi. Ravintolapalveluiden tehtävänä on järjestää sekä ylläpitää ravintola- ja kahvilapalveluja ammattiopisto Lappian tarpeisiin. Ravintolapalveluiden tehtävänä on tukea ravintola-alan opetusta Lappian oppilaitoksissa. (Lappia 2021.)

Lappian ravintola- ja kahvilapalvelut järjestetään pääosin osana ravintola-alan opetusta. Opetuskeittiöissä ja -ravintoloissa sekä kahviloissa työskentelee tulevaisuuden ammattilaisia. Ammattiopisto Lappian ravintola- ja kahvilapalveluita löytyy eri paikkakunnilta. Kemistä löytyy ravintola Aurinko, Tornioista Ravintola Kisälli, Pikantti ja Kisällin bistro sekä kahvila Purnukka Tornioista, Louella ravintola Vilja (Lappia 2021.)

Kemin ravintolapalveluihin kuuluu opiskelija- ja henkilöstöravintola Aurinko, joka on tänä syksynä muuttanut uusiin tiloihin. Käytän tässä tutkimuksessa lyhennettyä nimeä ravintola Aurinko. Ravintola Aurinko on suunniteltu tuottamaan lounas- ja kahvilapalveluita pääasiassa toisen asteen opiskelijoille ja henkilökunnalle. Yksi tärkeimmistä ravintolan tehtävistä on se, että ravintola Aurinko toimii työsuo-ppimispisteenä ravintola-alan opiskelijoille. Keittiössä työskentelee ravintola-alan ammattilaisia yhteistyössä tulevien ammattilaisten eli ravintola-alan opiskelijoiden kanssa. Ravintola Auringossa on yhteensä 262 asiakaspaikkaa ja erillinen kokoustila. (Lappia 2021.)

2.3 Palvelu käsitteenä

Käsitteelle palvelu ei löydy yhtä virallista määritelmää ja palvelu-sanaa käytetään erilaisissa yhteyksissä. Rissasen (2005, 17.) mukaan palvelu on aina asiakasta varten. Ihminen voi saada palvelua tuotteen muodossa tai jonkun tarjoamana tai sitten se voi olla henkilökohtaista palvelua. Palvelua voi tehdä melkein mistä vain. Palveluun liittyy yleensä vuorovaikutusta asiakaspalvelijan kanssa ja myyjä voi muokata tuotteesta asiakkaan toiveiden mukaisen palvelun. Kaiken kaikkiaan palveluilla on yhtenäisiä piirteitä ja ne voidaan jakaa näin: palvelut ovat prosesseja, joilla on toimintoja tai joukko toimintoja, palveluita tuotetaan ja samanaikaisesti kulutetaan ainakin osittain ja asiakas on osallistuva kanssatuottaja palvelun tuotantoprosessissa. (Grönroos 2020, 76–79.)

Eräsalon (2011, 12) mukaan palvelu on asiakkaan tarpeen täyttämistä eli lähtökohtana on asiakkaan tarve, joka on yleensä tuote. Lähtökohtana on siis se, että asiakas kokee saavansa sen mitä hän haluaa, palvelutapahtumassa. Palvelu voi myös olla ilmiö, tuntemus tai kokemus, jonka vuoksi sen kokeminen tai mittaaminen etukäteen ei onnistu.

Samasta asiasta kirjoittaa myös Grönroos (2020). Palvelu nähdään ja koetaan henkilökohtaisesti eri tavoin. Palvelu voidaan nähdä aineettomana, mutta palvelua esimerkiksi ruokaravintolassa käsiteltäessä siihen liittyy myös konkreettisia asioita kuten ruoka. Tämä tuo haasteensa palvelun laatua tarkasteltaessa, sillä palveluun liittyy se, että se tuotetaan ja kulutetaan samaan aikaan, joten tuotteen laatua ei voi tarkastella etukäteen. Kun samaan aikaan asiakas on kanssatuottaja, palvelun tuotantoprosessissa ja palvelun vastaanottaja, siihen vaikuttavat suurelta osin myös ihmiset ja heidän henkilökohtaiset kokemuksensa. (Grönroos 2020, 101.)

Ravintolassa ihminen ostaa palvelua tuotteena, jonka hän itse tilaa ruokalistalta. Siihen vaikuttaa myös asiakkaan kokemus asiakaspalvelusta, jonka hän ravintolan henkilökunnalta saa. Palvelu on hyvin henkilökohtainen kokemus, jostakin tilanteesta. Siihen voi vaikuttaa aiemmat kokemukset tai esimerkiksi lehdestä luettu arvostelu.

3 PALVELU

3.1 Ruokapalvelut käsitteenä

Ruokapalvelut tulevat jokaiselle ihmiselle tutuksi viimeistään kouluaikana. Ruokapalveluilla käsitetään kaikki ruokapalvelut päiväkotiruokailusta ikäihmisten palvelukotiruokailuihin. Ruokapalvelut käsitteenä kattaa kokonaisuudessaan ruokapalvelujen sektorin ravintoloista julkisiin kouluruokailuihin. (Mertanen 2021, 7.)

Ruokapalvelut käsittävät laajan joukon erilaisia ruokapalveluiden tuottajia. Moninaiset palvelujen tuottajat pitävät sisällään pieniä kahviloita ja ravintoloita ja toisaalta myös suuria julkisia ruokapalveluiden tuottajia. Suomalaiset ruokapalveluiden tuottajat ovat ammattimaisia, mutta käsitteenä ruokapalvelu ei ole vielä vakiintunut. (Mertanen 2021, 10–11.)

Mertanen (2021, 27) mukaan on tärkeää erottaa ruokapalveluista ruoanvalmistaminen ja ruokapalvelujen kehittäminen, jotka ovat kokonaan kaksi eri asiaa, vaikka ne kuuluvat ruokapalveluun kumpikin. Tässä opinnäytetyössä kehitetään ruokapalveluja asiakastyytyväisyystutkimuksen kautta saatujen tulosten kautta.

3.2 Palvelujen laatu ja sen ulottuvuudet

Palvelu tuotetaan asiakkaille ja se koetaan hyvin henkilökohtaisesti. Palvelu nähdään laadukkaana silloin, kun asiakkaalla on tunne, että hän on arvostettu. Haastavaa on, että palvelu ei ole koskaan samanlaista, koska se koetaan henkilökohtaisesti omista lähtökohdista ja sen vuoksi se voidaan myös kokea erilaisena kuin se on tarkoitettu. (Fischer & Vainio 2015, 167.)

Minkä tahansa palvelun laatua on haasteellista mitata, sillä jokainen ihminen kokee asioita eri tavalla. Rissanen (2005, 214) nostaa esille palveluiden eri ulottuvuudet. Ulottuvuudet ovat palveluympäristö, ammattitaito, reagointi, luotettavuus, uskottavuus, saavutettavuus, kohteliaisuus ja turvallisuus. Nämä ulottuvuudet tulevat esille, kun palvelun laatua alkaa tutkia.

Ravintolan asiakas saa ensikokemuksen ravintolasta, kun astuu sinne sisälle. Palveluympäristö, kuten vaikka ravintolan ulkoasu, ilmapiiri tai tunnelma tulevat esille, kun asiakas tulee ravintolaan ja alkaa tehdä mielikuvaa ravintolasta ja sen tasosta. Ulkoiset asiat kuten valkoiset pöytäliinat kertovat korkeatasoisesta paikasta. (Rissanen 2005,216.)

Ammattitaidolla tarkoitetaan ravintolan henkilöstön ammattitaitoa, joka näkyy tietämyksenä oman yrityksen tuotteista. Ravintolan tarjoilijan täytyy esimerkiksi hallita oma työ ja tarjoiluetiketti. (Rissanen 2005, 215.)

Reagointi kertoo siitä, miten ravintolan henkilökunta reagoi eri tilanteisiin kuten siihen kun asiakas astuu ravintolaan. Asiakkaan huomioiminen heti on tärkeää. Tyytymätön asiakas on myös mittari siitä, miten siihen reagoidaan ja yritetään korjata tilannetta niin, että asiakas on tyytyväinen. (Rissanen 2005, 214.)

Kuusela (1998,138) kirjoittaaakin, että laadukkaasti toimiva palveluyritys muokkaa toimintaansa asiakaspalautetta hyödyntäen, jotta toiminta olisi tehokasta ja laadukasta.

Luotettavuus on yksi tärkeimmistä tekijöistä palveluntarjoajissa. Luotettava on myös usein pätevä palveluntarjoaja asiakkaan näkökulmasta. Luotettavuuteen liittyy ammattitaito ja turvallisuus. Palveluympäristön tulee olla turvallinen kaikille asiakkaille. Asiakkaiden tietoja ei saa luovuttaa muille tahoille. (Rissanen 2005, 214–215.)

Grönroos (2020, 101) jakaa puolestaan palvelun tekniseen ja toiminnalliseen ulottuvuuteen. Teknillinen ulottuvuus on ravintolatoiminnassa tuote eli olennaista on tuotteen lopputulos, jonka myötä laatukokemus syntyy. Toiminnallinen ulottuvuus käsittää prosessiulottuvuuden eli palvelutilanteen vuorovaikutuksessa tapahtuvan osion. Yleisesti ottaen asiakkaat pystyvät mittaamaan palvelun teknistä laatua objektiivisesti, mutta toiminnallisen laadun mittaaminen on haastavampaa, koska se perustuu palvelutilanteeseen ja sen vuorovaikutukseen.

Palvelun teknisen ja toiminnallisen laadun lisäksi imago on olennainen osa yrityksen palvelun laadun kokemusta. Imago voi ohjata niin myönteisen kuin negatiivisen kuvan muodostamista ennakkoon palveluntarjoajasta ja tämä ohjaa asiakkaan kokemusta ja mielikuvan muodostamista palvelun laadusta. Hyvän imagon omaaville palveluntarjoajille annetaan pienet virheet helpommin anteeksi. (Grönroos 2020, 101.)

Kokonaislaatu pitää siis sisällään teknisen laadun eli mitä on saatu, prosessin toiminnallisen laadun eli miten palvelu on saatu ja siihen vaikuttaa myös yrityksen imago (Grönroos 2020, 80).

Palvelun laatu vaikuttaa väistämättä asiakastyytyväisyyteen. Ravintola Aurinko on luonut oman asiakaskuntansa pitkällä työllä, mutta nyt olosuhteet ovat muuttuneet ja ravintola on joutunut vaihtamaan paikkaansa ja toimintatavat sekä tuotteet ovat hiukan muuttuneet olosuhteiden pakosta.

3.3 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on kaiken yritystoiminnan lähtökohta, koska palveluntarjoajan tavoitteena on saada asiakkaita ja asiakkaiden saaminen ja pitäminen vaativat sitä, että asiakkaat ovat tyytyväisiä palveluntarjoajan tuottamiin palveluihin. Albenesen ja Boedeker:n (2002,92–96) mukaan tyytyväinen asiakas asioi uudelleen samassa yrityksessä, josta hän on saanut hyvää laadukasta palvelua ja suosittelee yritystä myös tuttavapiirilleen ja näin vaikuttaa yrityksen asiakasmääriin positiivisesti. Vastaavasti jos palveluun ei olla oltu tyytyväisiä, ei yritystä lähdetä suosittelemaan.

Kotler, Keller, Brady, Goodman & Hansen (2012, 431) mukaan asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan saaman palvelun ja yrityksen kanssa tehdyn kanssakäymisen kautta. Palvelun laatu ja kokemus ovat kokonaisuus, josta asiakastyytyväisyys muodostuu.

Asiakastyytyväisyys voi myös syntyä eri tavoin. Toisinaan asiakastyytyväisyys voi syntyä hyvin nopeasti ja toisinaan se kehittyy pitkällä aikavälillä. Tyytyväisyys

liittyy olennaisesti siihen eroon, minkä asiakas kokee odotusten ja kokemusten välillä. (Harris 2021, 2.)

Asiakastyytyväisyys ja sen mittaaminen ovat haastavaa palvelualalla, koska asiakkaan tyytyväisyys palveluun on yksilöllinen kokemus. Vaikka palvelu olisi palveluntarjoajan näkökulmasta samanlaista, asiakkaat voivat kokea laatueroja. (Anttila & Iltanen 2007, 50–51.)

Asiakastyytyväisyyden lähtökohtana on, että palveluntarjoaja tietää ja ymmärtää asiakaskunnan tarpeet ja odotukset. Näin voi saavuttaa asiakastyytyväisyyden. (Anttila & Iltanen 2007, 51.)

Kun asiakas on tyytyväinen hän vie viestiä eteenpäin. Tyytyväinen asiakas kertoo kokemuksestaan keskimäärin kolmelle henkilölle ja vastaavasti jos hän on tyytymätön, hän kertoo tyytymättömyydestä yhdelletoista ihmiselle. Jotta liiketoimintaa on, täytyy pitää asiakas tyytyväisenä. (Anttila & Iltanen 2007, 51–52.)

4 TUTKIMUKSEN LÄHTÖKOHDAT

4.1 Tutkimuksen taustatiedot ja rajaus

Opinnäytetyössäni tutkin uudistetun ravintola Auringon asiakastyytyväisyyttä ja teen koonnin tutkimustuloksista nousevista hyvistä toimivista asioista ja kehittämiskohteista. Tutkimus toteutetaan ammattiopisto Lappian opiskelija- ja henkilöstöravintola Auringossa. Tutkimustyön tehtävänä on selvittää asiakastyytyväisyyttä opiskelijoiden ja henkilökunnan osalta ja tavoitteena on tuoda esille mahdolliset kehittämistarpeet, joiden pohjalta ravintolan henkilökunta alkaa kehittää uudistuneen ravintolan toimintaa asiakaslähtöisesti. Taustalla on ravintola Auringon muutto uusiin tiloihin ja asiakaspaikkojen väheneminen sekä ravintolan palveluiden ja tuotteiden osittainen muuttuminen.

Tutkimus toteutettiin kahden viikon aikana sähköpostissa ja Wilmassa lähetetyllä asiakastyytyväisyyskyselylomakkeella. Tutkimusjoukkoon kuuluu 1040 opiskelijaa ja 350 henkilökunnan jäsentä. Kysely tehtiin jo olemassa olevan Webropol-kyselylomakkeen avulla, joka on toimeksiantajan suunnittelema ja näin ollen täyttää toimeksiantajan vaatimukset asiakastyytyväisyyskyselylle. Kysymyksessä on sekä suljettuja kysymyksiä että avoimia kysymyksiä.

Webropol on online-kyselytutkimusten tekemiseen soveltuva työkalu ja se antaa mahdollisuuden tiedonkeruuseen erilaisissa yhteyksissä. Webropol-työkalu kokoaa yhteen tulokset sähköisen raportoinnin avulla. (Webropol 2021.) Asiakastyytyväisyyskyselyn vastaukset tulevat kootusti Webropol-ohjelman kautta sähköisessä muodossa.

Tutkimuskyselyyn vastasi lopulta 199 henkilöä. Haasteita tutkimuskyselyyn vastaamiseen tuo korona ja sen myötä lisääntynyt hybridiopetus. Osa opiskelijoista siis opiskelee etänä ja vain osa on paikalla koululla. Kaikilla toisen asteen opiskelijoilla on kuitenkin oikeus käyttää ravintolapalveluita, sillä toisen asteen opiskelijat kuuluvat maksuttoman kouluruuan piiriin (Raulio 2019).

Kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin kahvilatuotteita ja sen kautta haluttiin houkutella opiskelijoita ja henkilökuntaa vastaamaan kyselyyn. Kyselylomakkeen kysymykset ovat osittain suljettuja nopeasti vastattavia ja osittain avoimia kysymyksiä. Seuraavaksi esittelen tutkimustulokset kohta kohdalta. Käytän Webropol-ohjelmasta saatuja kuvioita ja suoria lainauksia tutkimusaineistosta.

4.2 Tutkimusmenetelmänä kyselytutkimus

Tutkimuksen tekoa lähestytään eri tavoin. Tutkija valitsee tutkimusstrategian eli menetelmien kokonaisuuden ja yksittäiset tutkimusmenetelmät. Kvantitatiivinen eli määrällinen survey-tutkimus tarkoittaa sitä, että kerätään tietoa joukolta ihmisiä standardoidussa muodossa. Siinä valitaan joukko ihmisiä, joilta kysytään asioita esimerkiksi kyselylomakkeella ja kerätyn aineiston kautta selvitetään, vertaillaan tai kuvataan jotain ilmiötä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 128–130.)

Kyselytutkimus on tapa kerätä ja tutkia tietoa erilaisista asioista tai ilmiöistä. Kyselytutkimuksessa tutkija tutkii asiaa esittämällä kysymyksiä tutkimusjoukolle kyselylomakkeen avulla. (Vehkalahti 2014, 11.)

Opinnäytetyöni on kyselytutkimus eli survey-tutkimus. Kerään aineiston rajatulta tutkimusjoukolta, joka koostuu ravintola Auringon palvelua käyttävistä asiakkaista. Kysely tehdään valmiiksi tehdyn tutkimuslomakkeen avulla. Ihmisten kokemusten ja mielipiteiden mittaaminen on haastavaa. Tutkija joutuu miettimään, saadaanko vastauksia tarpeeksi ja onko tutkimusjoukko nyt perusjoukkoa, jolta asiaa kysytään, onko kyselylomake toimiva ja ajankohtainen ja mikä on mittarin luotettavuus. Mittareita voi rakentaa itse tai tehdä itse. (Vehkalahti 2014, 12.)

Kyselytutkimuksen nähdään olevan pääosin määrällistä tutkimusta, jossa sovelletaan tilastotieteitä aineiston koonnissa (Vehkalahti 2014,13). Opinnäytetyönsäni aineiston analyysi tapahtuu sekä kvantitatiivisen eli määrällisen että kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusotteen kautta. Tutkimusotteita on haastavaa erot-

taa toisistaan. Ne voidaan nähdä paremmin toisiaan täydentävinä asioina. Kvantitatiivinen ote käsittelee numeroita ja kvalitatiivinen ote merkityksiä, mutta silti ne ovat toisistaan riippuvaisia. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 131–133.)

Tutkimusaineistoni tulee automaattisesti Webropol-ohjelman sähköisen raportoinnin kautta. Osa vastauksista esitetään diagrammien muodossa ja avoimet kysymykset luokittelen ja otan suoria lainauksina tekstiini.

Tutkimuksen luotettavuus on tärkeä osa tutkimuksen tekemistä. Pätevyydestä ja luotettavuudesta käytetään nimityksiä reliaabelius ja validius. Reliaabelius tarkoittaa luotettavuutta, joka tulee esille esimerkiksi, kun kaksi arvioijaa saavat saman lopputuloksen kyselystä tai tutkimusaineistosta niin voidaan saatua tulosta pitää reliaabelina. Validius tarkoittaa pätevyyttä. Pätevyys tarkoittaa sitä, että tutkimuksen mittareilla mitataan niitä asioita, mitä on tarkoituskin mitata. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 226.)

Opinnäytetyössäni olen ottanut tämän asian huomioon seuraavilla tavoilla. Olen lähettänyt kyselytutkimuksen henkilökunnan ja opiskelijoiden omiin sähköisiin kanaviin eli Wilmaan ja sähköpostiin, jossa he henkilökohtaisesti vastaavat kyselytutkimukseen kysymyksiin itse. Näin ollen varmistan, että tutkimuskyselyyn vastaa ne henkilöt, joille tutkimuskysely on laadittu/osoitettu. Kyselylomake on validi koska työnantaja on laatinut kyselylomakkeen. Haasteelliseksi asiaksi voi tulla kyselyyn vastanneiden määrä eli kuinka saamme ihmiset vastaamaan asiakas-tyytyväisyyskyselyyn.

5 RAVINTOLA AURINGON ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET

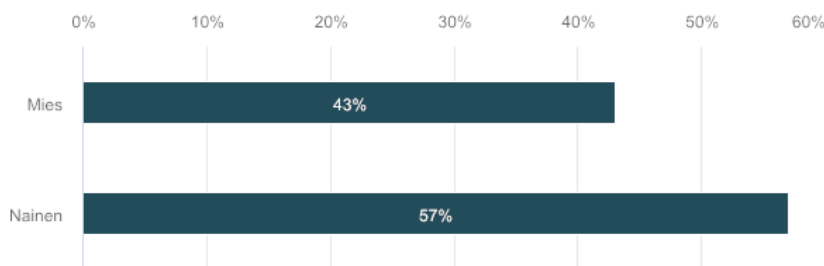
Tässä luvussa käsittelen tutkimustulokset kohta kohdalta läpi nostaten toimivat ja kehittämistarpeen alla olevat asiat esille. Tavoitteena on luoda alkukartoitus uudistetun ravintola Auringon kehittämistyölle. En siis paneudu opinnäytetyössäni kehittämistapoihin tai vaihtoehtoihin.

5.1 Taustatiedot

Asiakastyytyväisyystutkimuslomakkeen ensimmäisessä kohdassa kysyttiin tutkimukseen osallistuneen taustatietoja. Lähinnä ollaan kiinnostuneita sukupuolesta ja siitä, onko kyseessä opiskelija vai henkilökunnan jäsen.

1. Olen

Vastaaajien määrä: 199

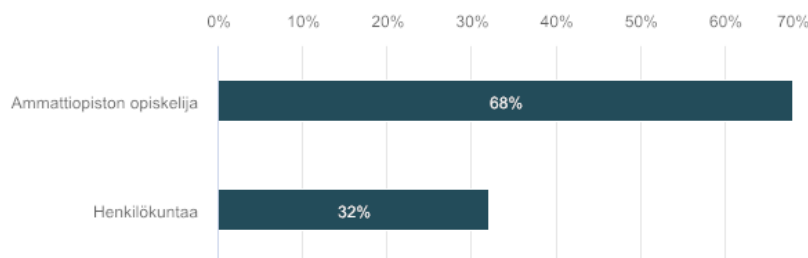


	n	Prosentti
Mies	85	42,7%
Nainen	114	57,3%

Kuvio 1. Vastanneiden sukupuolijakauma

2. Olen

Vastaaajien määrä: 199



	n	Prosentti
Ammattiopiston opiskelija	136	68,3%
Henkilökuntaa	63	31,7%

Kuvio 2. Vastanneiden status

Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 199 henkilöä ja niistä (N= 114) 57,3 % oli naisia ja miesten osuus vastanneista oli (N=85) 42,7 %. Ravintola Auringon asiakkaista enemmistö on kuitenkin miehiä ja sen vuoksi vastanneiden sukupuolijakauma oli mielenkiintoinen lähtökohta tulosten tarkasteluun.

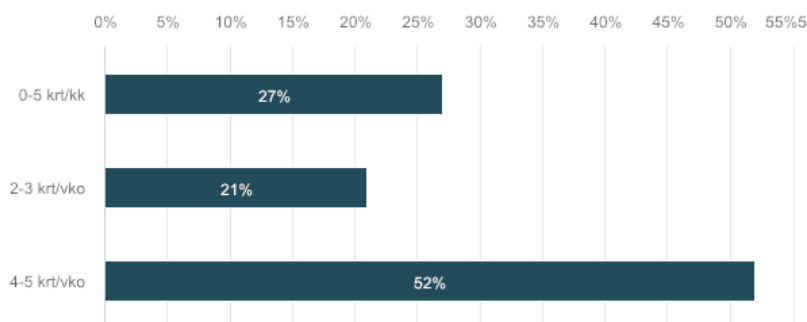
Statusta tarkasteltaessa huomataan, että vastanneista suurin osa eli (N=136) 68,3 % on opiskelijoita ja henkilökunnan osuus on (N=63) 31,7 %. Toki tämä selittyy sillä, että yhtä henkilökunnan jäsentä kohden on monta opiskelijaa. Mutta selkeästi tämän asiakastytyväisyystutkimuksen vastaajajoukon painotus on naisissa ja opiskelijoissa.

5.2 Palvelutuotteen käytettävyys

Kolmannessa kysymyskohdassa tarkastellaan ravintolan käyttöastetta. Käyttöasteen mukaan voidaan tehdä tulkintoja siitä, kuinka paljon vastaajista on niin sanottuja kanta-asiakkaita eli heitä, jotka käyttävät ravintolan palveluita lähes päivittäin ja kuinka moni puolestaan käyttää ravintolan palveluita harvoin.

3. Kuinka usein käytät ravintolapalveluita?

Vastaajien määrä: 199



	n	Prosentti
0-5 krt/kk	53	26,6%
2-3 krt/vko	43	21,6%
4-5 krt/vko	103	51,8%

Kuvio 3. Kuinka usein käytät ravintolapalveluita?

Kuviosta 3 selviää, että (N=103) 52 % vastaajista on kanta-asiakkaita ja he käyttävät ravintolan palveluita päivittäin. (N=43) 21 % asioi ravintolassa 2-3 ker-

taa viikossa ja peräti (N=53) 27 % vain 0–5 kertaa kuukaudessa. Osittain vähäisiä käyttökertoja voi selittää korona ja sen tuomat muutokset opetuksessa. Osa ammattioppilaitoksen opiskelijoista on ollut etäopetuksessa. Toisaalta toisen asteen opiskelijoille on ilmainen ruoka, joten sen käyttämättä jättäminen, on miehinnän paikka ja siihen etsitään vastauksia seuraavien väittämien kautta. Seuraavaksi kuviossa 4, 5, 6, 7 ja 8 tarkastellaan mahdollisia syitä sille, että miksi asiakkaat eivät käytä ravintolapalveluita. Kyselylomakkeeseen on tehty väittämät, joihin vastataan asteikon 1–4 välillä valitsemalla mieleinen vaihtoehto. Tämä nopeuttaa kyselyyn vastaamista ja toisaalta myös tutkimustulokset tulevat näin kootusti. Väittämät säilyvät samoina koko kyselytutkimuksen.

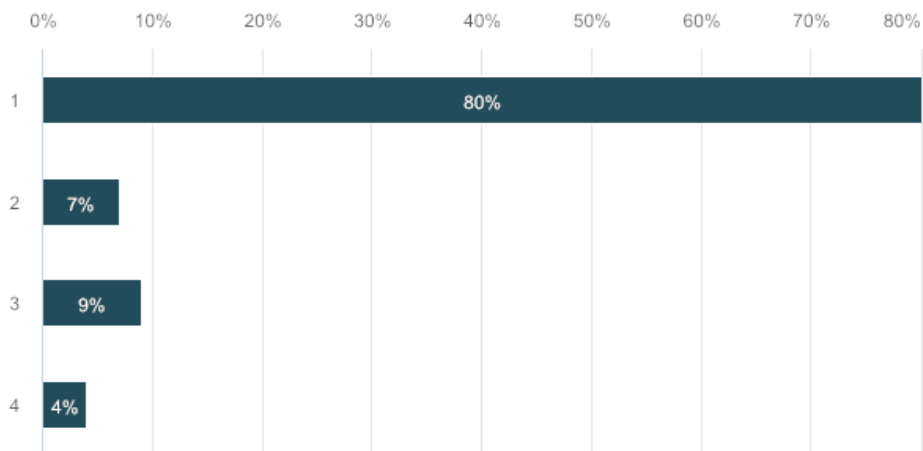
Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-4. Valitse mieleisesi vaihtoehto.

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. Täysin eri mieltä | 3. Osittain samaa mieltä |
| 2. Osittain eri mieltä | 4. Täysin samaa mieltä |

Jos et käytä ravintolapalveluita, mikä on syy?

4. Jonot

Vastaajien määrä: 199



	n	Prosentti
1	159	79,9%
2	14	7,0%
3	18	9,1%
4	8	4,0%

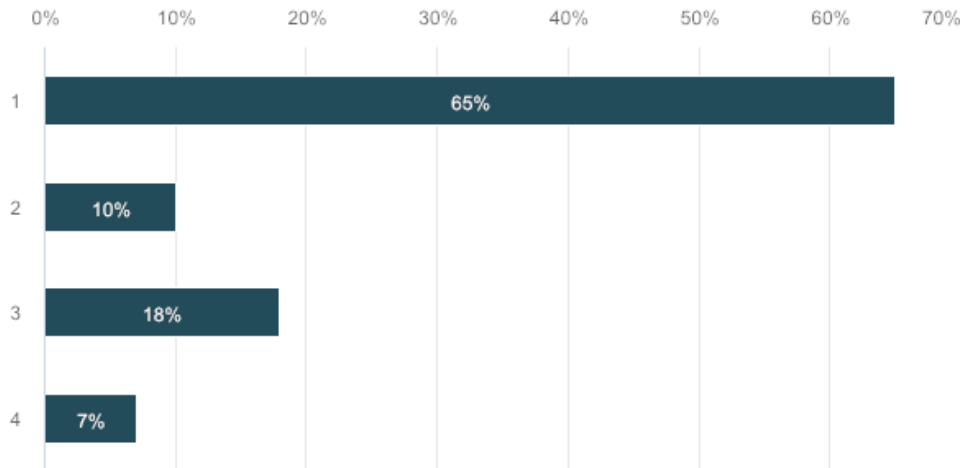
Kuvio 4. Jonot ravintolapalveluiden käyttämättömyyden syynä

Kuviossa 4 selvitettiin jonojen vaikutusta siihen, ettei mahdollisesti käytä ravintolapalveluita. (N=159) 79,9 % vastaajista oli täysin eri mieltä ja (N=14) 7 %

osittain eri mieltä. Vain (N=26) 13 % vastanneista oli sitä mieltä, että jonot vaikuttavat siihen, että he eivät ruokaile ravintolassa. Tämän tuloksen perusteella voi todeta, että jonot eivät ole pääsääntöisesti syytä siihen, että asiakkaat eivät ruokaile ravintola Auringossa.

5. Pitkä välimatka opiskelu-/työpisteeseen.

Vastaajien määrä: 199



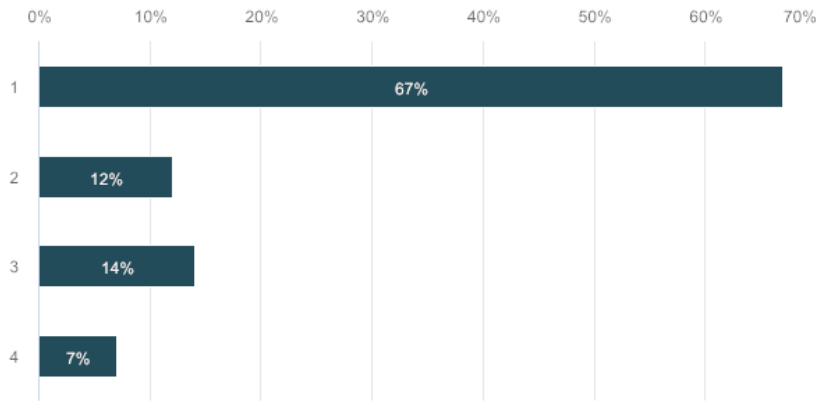
	n	Prosentti
1	130	65,3%
2	20	10,1%
3	35	17,6%
4	14	7,0%

Kuvio 5. Välimatka

Suurimmalle osalle vastaajista (N=150) 75,4 %, pitkä välimatka ei ole esteenä ravintolan palveluiden käyttämiselle. Kuitenkin neljännes vastaajista (N=49) 24,6 % piti välimatkaa ongelmallisena tai osittain ongelmallisena. Tämä voi selittyä sillä, että osa opinnoista tehdään edelleen etänä ja lisäksi osa Lappian ammattiopistolaitoksen opetustiloista sijaitsee kauempana ravintola Auringosta.

6. Liian lyhyt tauko.

Vastaajien määrä: 199



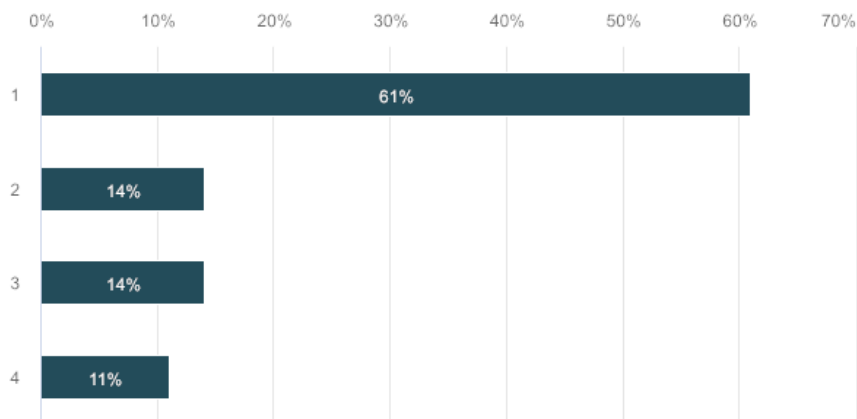
	n	Prosentti
1	134	67,3%
2	24	12,1%
3	28	14,1%
4	13	6,5%

Kuvio 6. Liian lyhyt tauko

Liian lyhyt tauko ei myöskään täysin selitä, sitä miksi ravintolan palveluja ei tule käytettyä. (N=134) 67,3 % vastaajista piti taukoa sopivan mittaisena ja vain (N=13) 6,5 % vastaajista koki tauon olevan liian lyhyt.

7. Ruokavaihtoehtojen vähyys.

Vastaajien määrä: 199



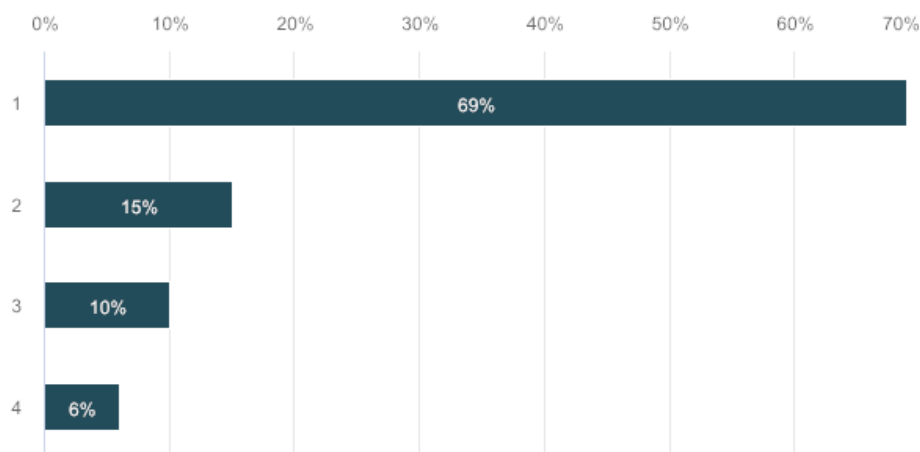
	n	Prosentti
1	122	61,3%
2	28	14,1%
3	28	14,1%
4	21	10,5%

Kuvio 7. Ruokavaihtoehtojen vähyys

Ruokavaihtoehtojen vähyyks on esteenä (N=21) 11 % ruokailijoista ravintolan käyttämiseksi. Myös (N=28) 14 % vastaajista on osittain sitä mieltä, että ruokavaihtoehtoja on niukasti. Sen sijaan (N=28) 14 % on osittain eri mieltä ja peräti (N=122) 61,3 % on täysin eri mieltä siitä, että ruokavaihtojen vähyyks olisi syynä sille, ettei ravintolan palveluita käytetä.

8. Melu.

Vastaajien määrä: 199



	n	Prosentti
1	137	68,8%
2	30	15,1%
3	20	10,1%
4	12	6,0%

Kuvio 8. Melu häiritsevä tekijänä

Kyselytutkimukseen vastanneista (N=12) 6 % oli täysin samaa mieltä ja (N=20) 10,1 % osittain samaa mieltä siitä, että melu on häiritsevä tekijä ja vaikuttaa halukkuuteen ruokailla ravintolassa. (N=137) 68,8 % vastaajista taas koki, että melu ei ole ollenkaan häiritsevä tekijä ja (N=30) 15,1 % oli lähes samaa mieltä siitä, että melu ei ole häiritsevä tekijä.

Kysymysten 4–8 perusteella voi todeta, että tutkimusaineistosta nousi kaksi kohtaa, jotka selittävät osin sitä, miksi ravintolapalveluita ei käytetä. (N=49) 24,6 % koki, että välimatka ruokapaikan ja opiskelu/tai työpisteen välillä vaikuttaa täysin tai osittain siihen, että ravintolapalveluita ei tule käytettyä ja sen lisäksi ruokavaihtoehtojen vähyyden koki (N=49) 24,6 % vastaajista ongelmalliseksi ja se vaikuttaa ravintolan palveluiden käyttämättä jättämiseen suoraan.

5.3 Palvelutuote ja tuotantoympäristö

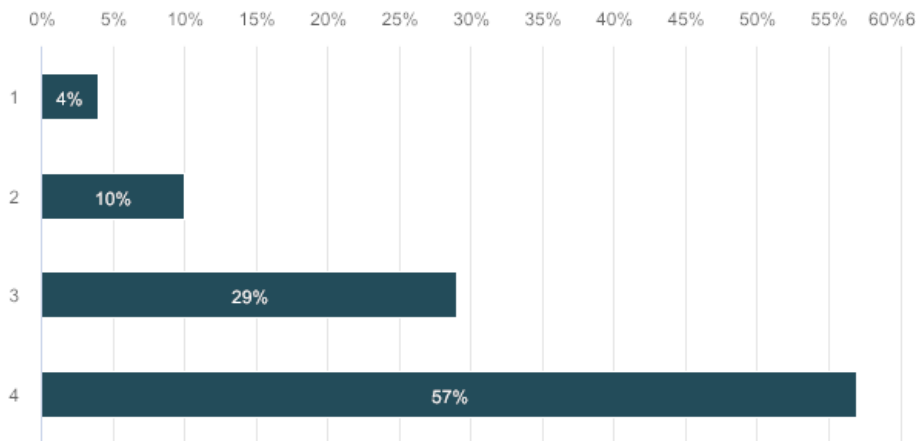
Palvelutuotteita ja tuotantoympäristöä tarkasteltiin seuraavissa kyselylomakkeiden väittämissä. Kyselyyn vastanneiden täytyi arvioida seuraavia väittämiä asteikolla 1–4 ja valita mieleisin vaihtoehto. Suljetut kysymykset nopeuttavat vastaamista ja niistä saadaan myös koottua kokonaiskuvaa alla olevien kuvioiden muotoon.

Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-4. Valitse mieleisesi vaihtoehto.

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. Täysin eri mieltä | 3. Osittain samaa mieltä |
| 2. Osittain eri mieltä | 4. Täysin samaa mieltä |

9. Olen tyytyväinen palvelujen sujuvuuteen.

Vastaaajien määrä: 199



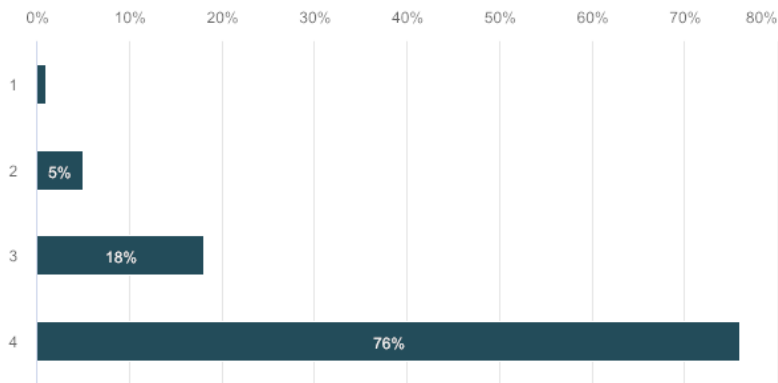
	n	Prosentti
1	9	4,5%
2	20	10,1%
3	57	28,6%
4	113	56,8%

Kuvio 9. Olen tyytyväinen palvelujen sujuvuuteen

Palveluiden sujuvuuteen on täysin tyytyväisiä tutkimuksen mukaan 56,7 % ja osittain samaa mieltä on 28,6 %. Täysin eri mieltä on 4,5 % ja osittain eri mieltä on 10,1 % palvelujen sujuvuuteen. Kaiken kaikkiaan yli 85 % vastanneista oli sitä mieltä, että palvelu on täysin tai lähes kokonaan sujuvaa.

10. Palvelu on ystävällistä.

Vastaajien määrä: 199



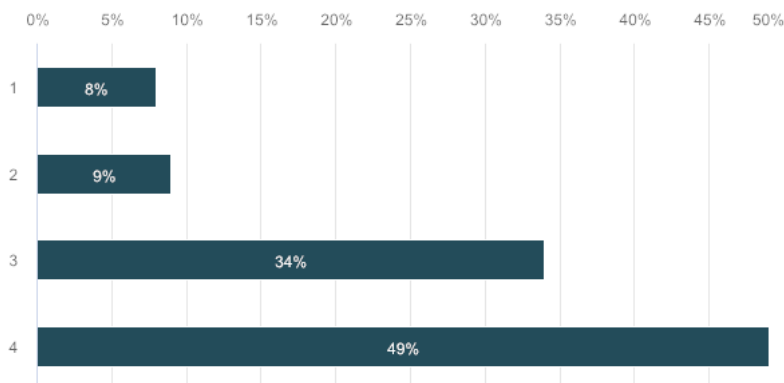
	n	Prosentti
1	3	1,5%
2	9	4,5%
3	35	17,6%
4	152	76,4%

Kuvio 10. Palvelu on ystävällistä.

Kuviossa 10 haluttiin selvittää palvelun ystävällisyyttä. Palvelun koki täysin ystävälliseksi 76,4 % kyselyyn vastanneista ja osittain samaa mieltä oli 17,6 % vastanneista. Täysin eri mieltä oli 1,5 % ja osittain eri mieltä oli 4,5%. Ravintola Auringon palvelu koetaan ystävälliseksi pääosin.

11. Ruoka maistuu hyvältä.

Vastaajien määrä: 199



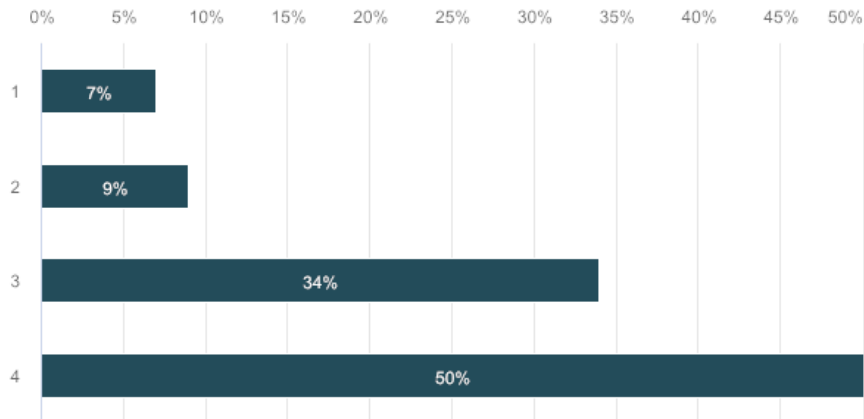
	n	Prosentti
1	16	8,0%
2	18	9,0%
3	67	33,7%
4	98	49,3%

Kuvio 11. Ruoka maistuu hyvältä.

Ruoka maistuu hyvältä 49,3 % mukaan vastaajista. Osittain sama mieltä on 33,7 % vastaajista ja puolestaan osittain eri mieltä on 9,0 % vastaajista. 8 % vastaajista pitää ruuan makua huonona.

12. Ruoka näyttää herkulliselta.

Vastaajien määrä: 199



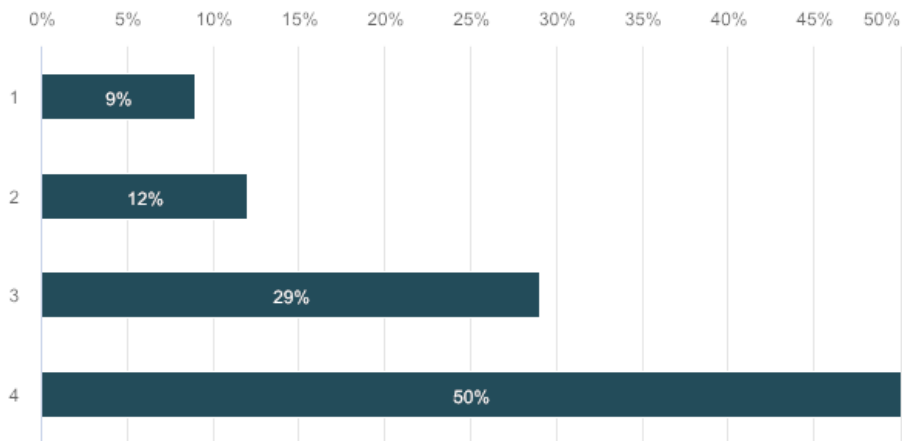
	n	Prosentti
1	14	7,0%
2	18	9,0%
3	67	33,7%
4	100	50,3%

Kuvio 12. Ruoka näyttää herkulliselta.

Ruoka näyttää herkulliselta 50,3 % mukaan vastaajista ja osittain samaa mieltä on 33,7 % vastaajista. 7 % vastaajista on sitä mieltä, että ruoka ei näytä herkulliselta ja 9 % vastaajista on osittain sitä mieltä myös.

13. Salaattibuffet on monipuolinen.

Vastaajien määrä: 199



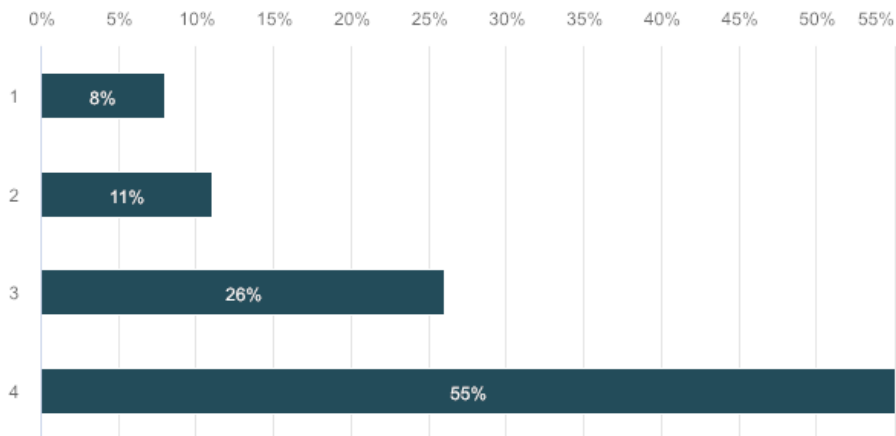
	n	Prosentti
1	18	9,0%
2	24	12,1%
3	57	28,6%
4	100	50,3%

Kuvio 13. Salaattibuffet on monipuolinen.

Puolet vastaajista pitää ravintola Auringon salaattibuffettia monipuolisena ja 29 % on osittain sama mieltä. 9 % vastaajista ei pidä salaattibuffettia monipuolisena ja osittain eri mieltä on 12 %. Vastaajista melkein 80 % pitää salaattibuffettia monipuolisena tai ainakin on lähes samaa mieltä siitä.

14. Leipävalikoima on riittävä.

Vastaajien määrä: 199



	n	Prosentti
1	16	8,0%
2	22	11,1%
3	51	25,6%
4	110	55,3%

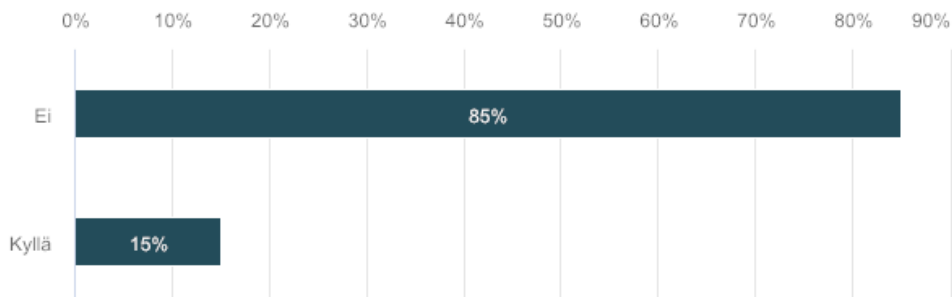
Kuvio 14. Leipävalikoima on riittävä.

Leipävalikoima on riittävä 55,3 % mukaan vastaajista. Osittain samaa mieltä on 25,6 %. Täysin eri mieltä on 8,00 % ja osittain eri mieltä on 11,1 % kyselyyn vastanneista.

Seuraavaksi tutkimuksessa selvitettiin, onko asiakkaalla erityisruokavalio sekä jos on, kuinka se on huomioitu heidän mielestensä ravintolan toiminnassa.

15. Minulla on erityisruokavalio

Vastaajien määrä: 199

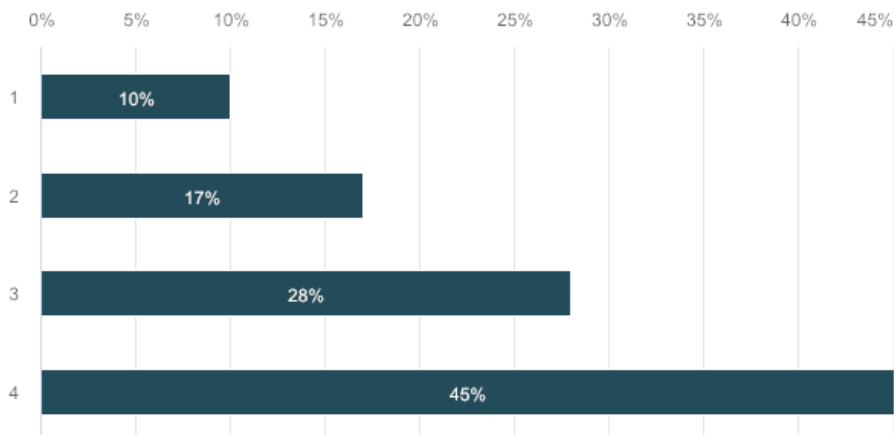


	n	Prosentti
Ei	170	85,4%
Kyllä	29	14,6%

Kuvio 15. Minulla on erityisruokavalio.

16. Erikoisruokavalioni on huomioitu hyvin.

Vastajien määrä: 29



	n	Prosentti
1	3	10,4%
2	5	17,2%
3	8	27,6%
4	13	44,8%

Kuvio 16. Erityisruokavalioni on huomioitu hyvin.

Noin 15 % vastanneista on erityisruokavalio tutkimuksen mukaan. Lähes puolet heistä on sitä mieltä, että erityisruokavalio huomioitu hyvin ja osittain samaa mieltä on lähes 28 %. Reilu 10 % on sitä mieltä, että erityisruokavaliota ei ole huomioitu hyvin ja osittain eri mieltä on 17 % vastanneista.

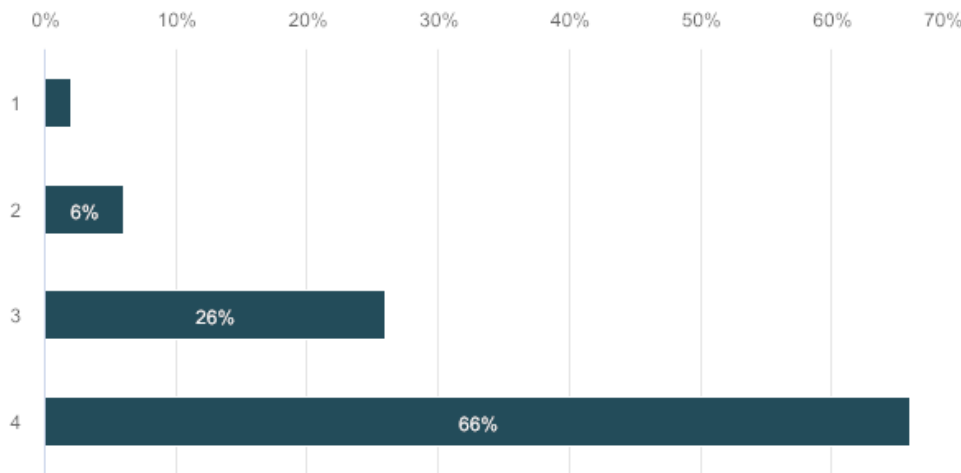
Seuraavaksi kyselylomakkeessa pyydettiin jälleen arvioimaan seuraavia väitteitä, jotka liittyvät ravintolan toimintaympäristöön ja sen toimivuuteen.

Arvioi seuraavia väittämiä asteikolla 1-4. Valitse mieleisesi vaihtoehto.

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| 1. Täysin eri mieltä | 3. Osittain samaa mieltä |
| 2. Osittain eri mieltä | 4. Täysin samaa mieltä |

17. Ruokaa on tarjolla riittävästi koko lounasajan.

Vastaajien määrä: 199



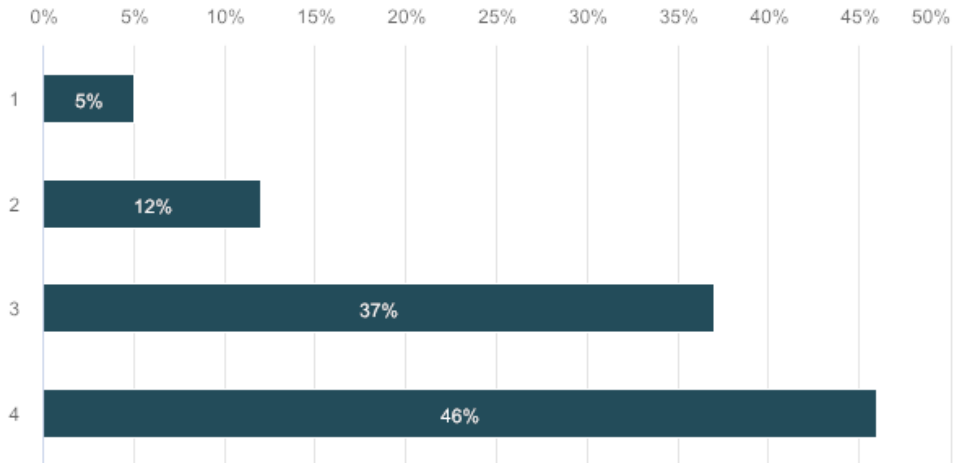
	n	Prosentti
1	5	2,5%
2	11	5,5%
3	52	26,2%
4	131	65,8%

Kuvio 17. Ruokaa on tarjolla riittävästi koko lounasajan.

Ruokaa on tarjolla riittävästi koko lounasajan 66 % mukaan vastaajista. Osittain samaa mieltä on 26,2 % vastaajista ja osittain eri mieltä on 5,5 %. Täysin eri mieltä on vain 2,5 % vastaajista.

18. Ravintolan toiminnasta tiedotetaan tarpeeksi.

Vastaajien määrä: 199



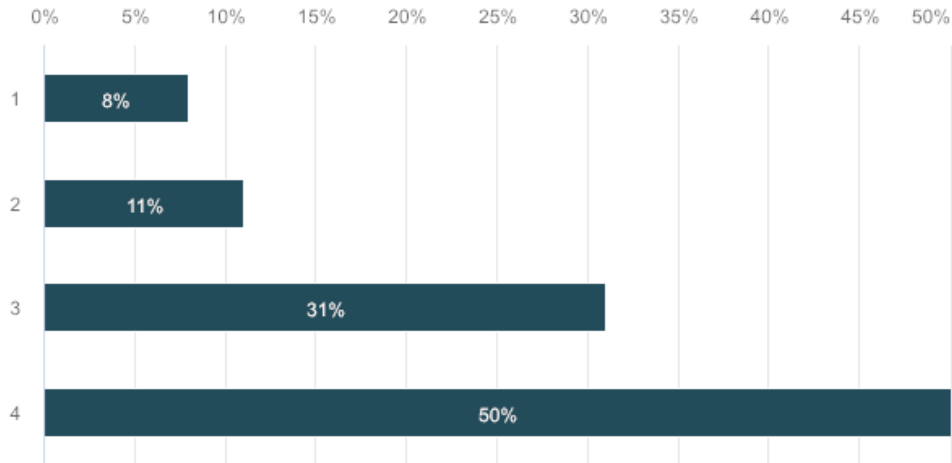
	n	Prosentti
1	11	5,5%
2	23	11,6%
3	74	37,2%
4	91	45,7%

Kuvio 18. Ravintolan toiminnasta tiedotetaan tarpeeksi.

Ravintolan toiminnasta tiedotetaan tarpeeksi 45,7 % mukaan ja osittain samaa mieltä on 37,2 % vastaajista. Täysin eri mieltä on 5,5 % ja osittain eri mieltä ovat 11,6 % vastaajista. Tarkemmin tiedottamisesta ja tiedotuskanavista kysyttiin erillisellä kysymyksellä kyselylomakkeen loppu puolella.

19. Hinta-/laatusuhde on kohdallaan.

Vastaajien määrä: 199



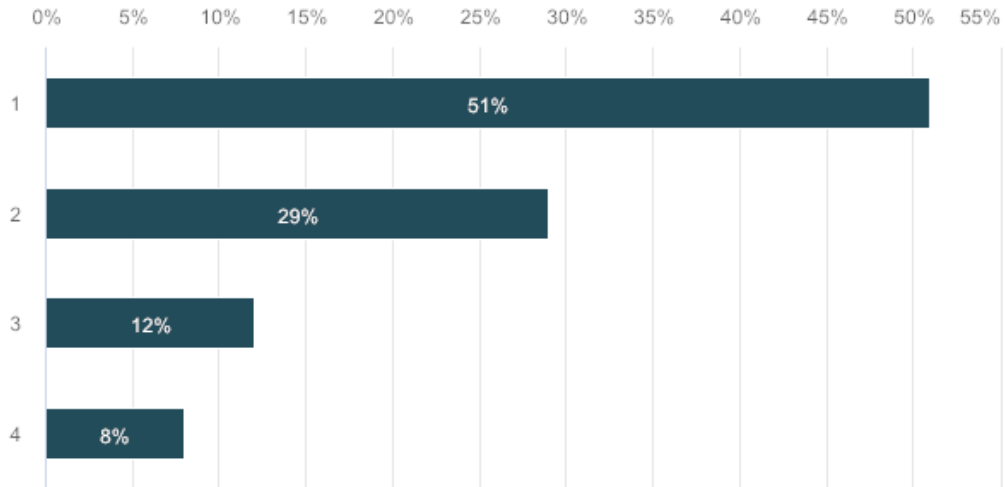
	n	Prosentti
1	16	8,0%
2	23	11,6%
3	61	30,7%
4	99	49,7%

Kuvio 19. Hinta-/laatusuhde on kohdallaan.

Hinta- ja laatusuhdetta kohdallaan piti lähes 50 % kyselyyn vastanneista ja osittain samaa mieltä on 31 % vastaajista. Osittain eri mieltä on 11 % ja täysin eri mieltä on 8 % kyselyyn vastanneista. Toisen asteen opiskelijoille lounasruokailu on ilmainen ja henkilökunta maksaa siitä henkilökuntahintaa. Kahvilapalvelut ovat kaikille maksulliset.

20. Jonot etenevät hitaasti.

Vastaajien määrä: 199



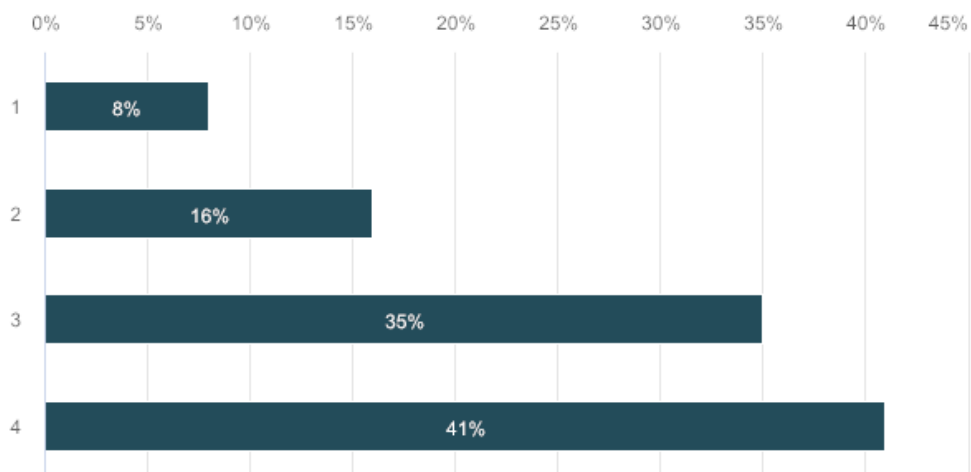
	n	Prosentti
1	102	51,3%
2	57	28,6%
3	24	12,1%
4	16	8,0%

Kuvio 20. Jonot etenevät hitaasti.

Jonot etenevät hitaasti 8 % mukaan vastaajista ja osittain samaa mieltä on myös 12 % vastaajista. Vastaajista täysin eri mieltä on 51,3 % vastaajista ja osittain eri mieltä on 28,6 % siitä, että jonot etenevät hitaasti. Tästä voi siis päätellä, että ravintolassa ei joudu jonottamaan ainakaan yleensä.

21. Ruokalinjastojen toimivuus on hyvä.

Vastaajien määrä: 199



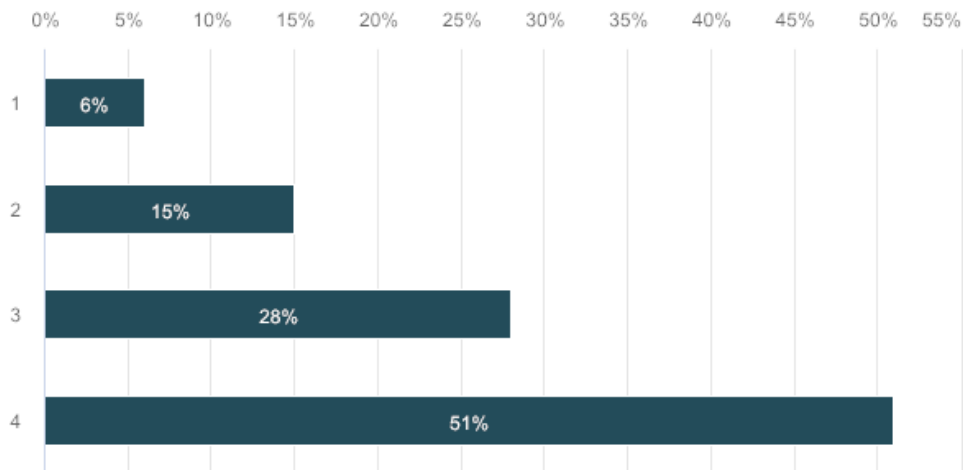
	n	Prosentti
1	17	8,5%
2	31	15,6%
3	70	35,2%
4	81	40,7%

Kuvio 21. Ruokalinjaston toimivuus on hyvä.

Ravintola Auringon uuden ruokalinjaston toimivuus on hyvä 40,7 % kyselyyn vastanneiden mukaan ja osittain samaa mieltä on 35,2 % vastanneista. Ruokalinjaston toimivuuteen ei ole tyytyväisiä ollenkaan 8,5 % ja osittain eri mieltä on 15,6 % vastanneista.

22. Ruokailupaikkoja on riittävästi.

Vastaajien määrä: 199



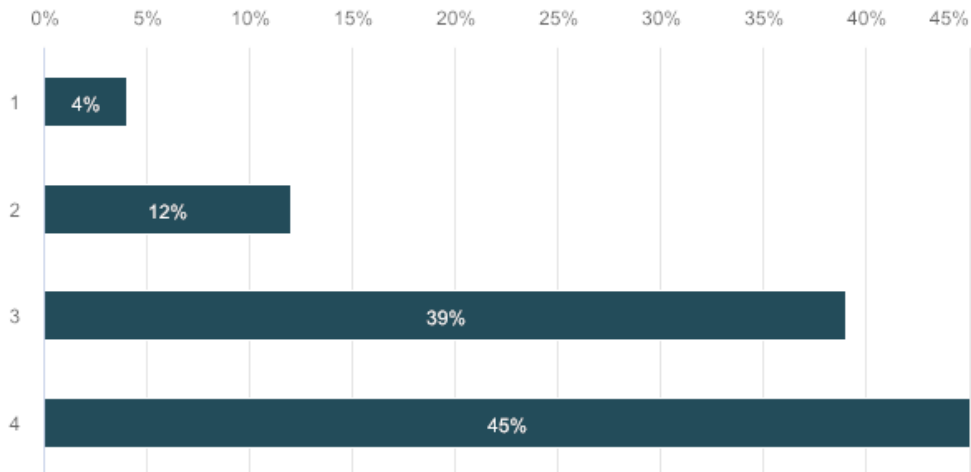
	n	Prosentti
1	12	6,0%
2	30	15,1%
3	56	28,1%
4	101	50,8%

Kuvio 22. Ruokailupaikkoja on riittävästi.

Ruokailupaikkoja on riittävästi ravintolassa 50,8 % mukaan ja osittain samaa mieltä on 28,1 % vastanneista. Täysin eri mieltä on 6 % ja osittain eri mieltä on 15,1 % vastanneista. Lähes 80 % kyselyyn vastanneista on sitä mieltä, että uudessa ravintolassa on riittävästi ruokailupaikkoja.

23. Ravintolasali on viihtyisä.

Vastaajien määrä: 199



	n	Prosentti
1	8	4,0%
2	24	12,1%
3	77	38,7%
4	90	45,2%

Kuvio 23. Ravintolasali on viihtyisä.

Ravintolasalia pitää viihtyisänä 45,2 % vastanneista ja osittain samaa mieltä on 38,7 % vastanneista. Täysin eri mieltä on 4 % ja osittain eri mieltä on 12,1 % kyselyyn vastanneista ravintolasalin viihtyvyyteen liittyen.

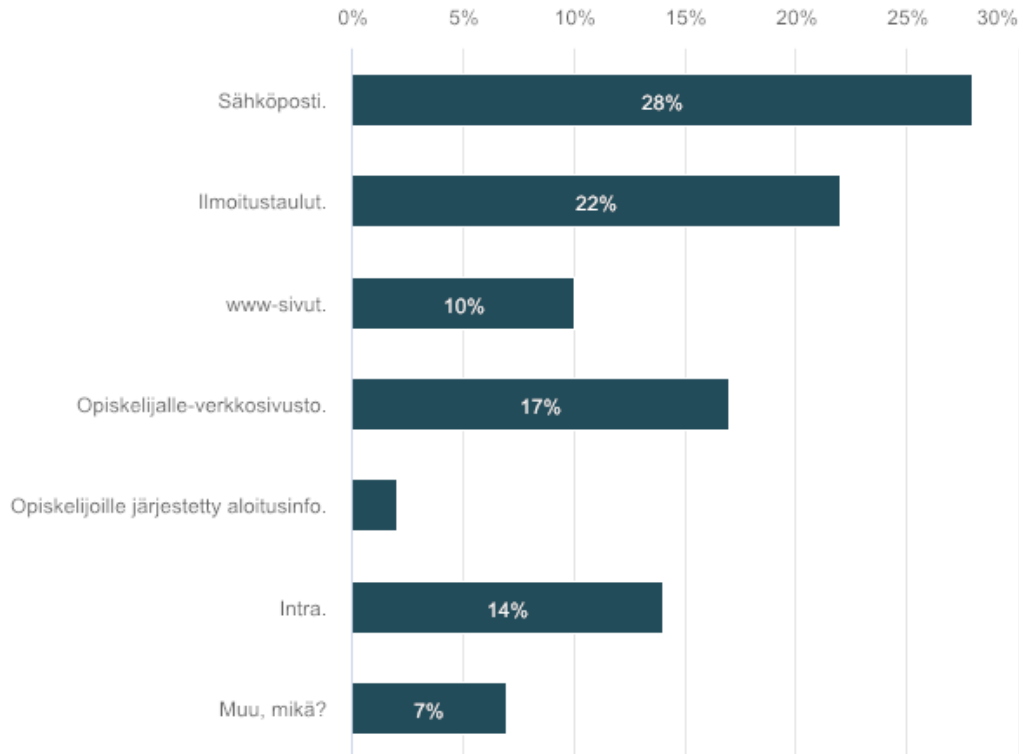
Palvelutuotteeseen ja toimintaympäristöön ollaan kyselyn mukaan pääosin tyytyväisiä ja vastaukset ovat melko tasaisia. Kyselyyn vastanneista 93 % pitää ravintolan palvelua ystävällisenä ja vain 1,5 % kokee palvelun epäystävälliseksi. Tämä on erittäin hyvä tulos. Ruokaa on myös tarjolla riittävästi koko lounasajan 92 % mukaan vastanneista.

Kehittämiskohteiksi nousi seuraavat kohdat. Erityisruokavalioni on huomioitu hyvin kolmasosa eli 27 % on sitä mieltä, että siinä on kehitettävää. Ruokalinjaston toimivuutta moitti vastaajista 24 % eli sen osalta on myös kehitettävää. Ruokapaikkojen riittävyyteen ja salaattibuffetin monipuolisuuteen ei ollut täysin tyytyväisiä 21 % vastanneista.

5.4 Palvelutuotteen saavutettavuus

24. Mikä on paras kanava ravintolan tiedottamiselle?

Vastaajien määrä: 199



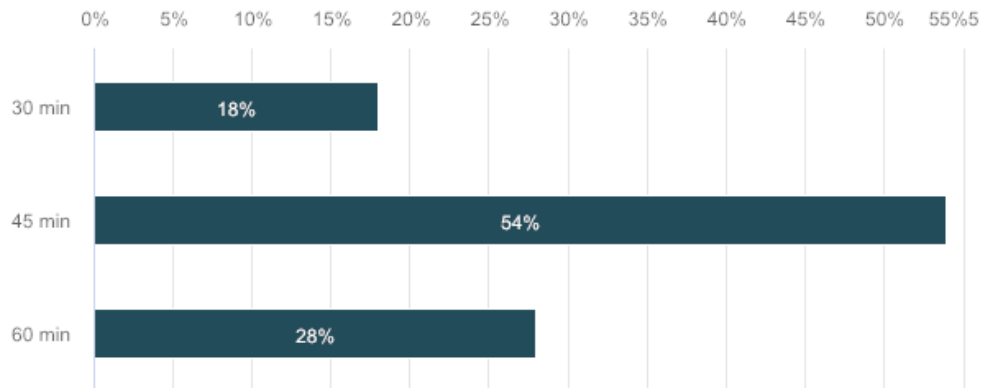
Kuvio 24. Mikä on paras kanava ravintolan tiedottamiselle?

Asiakastytyväisyystutkimuksessa selvitettiin, mikä on paras kanava ravintolan tiedottamiselle. Vastauksissa oli selkeästi hajontaa. Vastaajista noin kolmasosa (N=56) 28,1 % oli sitä mieltä, että tiedottaminen sähköpostin kautta on paras kanava ja ilmoitustauluja kannatti (N=44) 22,1 % vastaajista. Opiskelijalle-verkkosivustoa kannatti (N=34) 17 %, Intraa (N=27) 13,6 % ja www-sivuja (N=20) 10,1 %. Avoimessa Muu, mikä? kohdassa (N=13) 6,5% ehdotti tiedotuskanaviksi inforuutuja, Wilmaa, TikTok:ia ja Facebook:a. Vähiten kannatusta sai opiskelijoille järjestetty aloitusinfo (N=5) 2,5%.

Avoimessa palautteessa useampi asiakas nosti esille ravintolan tiedottamiseen liittyen, että ruokalistat olisi hyvä olla esillä heti ravintolaan tullessa. Nyt ruokalistat ovat näkyvissä seinissä olevilla näytöillä ja kassan lähettyvillä. Ruokalista löytyy toki myös internetin kautta.

25. Mikä on mielestäsi sopiva ruokatauon pituus?

Vastaajien määrä: 199



	n	Prosentti
30 min	35	17,6%
45 min	108	54,3%
60 min	56	28,1%

Kuvio 25. Mikä on mielestäsi sopiva ruokatauon pituus?

Kyselyssä selvitettiin, mikä olisi sopivin ruokatauon pituus. Vastaajista suurin osa (N=108) 54,3 % piti parhaana pituutena 45 min. Vastaajista osa (N=56) 28,1 % on sitä mieltä, että ruokailun pituus pitäisi olla 60min ja vähiten kannatusta sai 30min, jota kannatti vastaajista (N=35) 17,6 %.

5.5 Avoimien kysymysten vastauksia

Eräsalon (2011,12) ja Grönroos (2020) kirjoittavat kumpikin siitä, kuinka palvelu on lähtökohtaisesti asiakkaan tarpeen täyttämistä ja toisaalta se koetaan hyvin henkilökohtaisesti. Palvelu on aineetonta, mutta ruokaravintolassa kuten tässä tapauksessa se on myös konkreettinen asia kuten ruoka. Tuotteen laatua ei tarkastella etukäteen vaan se tuotetaan ja sitten kulutetaan ja tästä saadaan palvelukokemus, jota sitten arvioidaan.

Seuraavaksi käsittelemme tutkimuksen ainoan avoimen kysymyksen vastauksia. Kysymyksessä haluttiin kuulla asiakkaiden ideoita siihen, kuinka ravintola Auringon toimintaa voisi kehittää. Huomioiden sekä Eräsalon että Grönroosin ajatukset, täytyy vastauksia käsitellessä huomioida niiden henkilökohtainen näkökulma.

Toisaalta, jos vastauksissa esiintyy samat asiat useaan kertaan, se on jo suuremman joukon kehitysidea.

Kyselyyn vastanneista (N=199) 44 % oli antanut oman kehitysideansa ravintolan toiminnan kehittämiseksi. Huomioin tässä kohdassa aiempien tutkimustuloksissa nousseet kehittämissideat sekä nostan esille asioita, jotka toistuivat useassa kommentissa.

Seuraavissa kappaleissa otan suoria lainauksia tutkimusaineistoista. Vastaajien kommentit on lainattu suoraan ja ne on kursivoitu sekä keskitetty. Alhaalla on näkyvissä vastaajan numero. Näin säilytetään vastaajien intymiteettisuoja.

Ruokapaikan ja oman opiskelu- tai työpisteen välimatkaa pidettiin ongelmallisena asiana, mutta siitä ei tullut kehitysideoissa oikeastaan yhtään suoraa kommenttia. Korona-aika on voinut tuoda oman haasteensa tähän, sillä osa opiskelijoista opiskelee osittain etänä. Välimatka ravintolaan voi olla siis esimerkiksi kotoa käsin liian pitkä, jotta ravintolaan lähtisi ruokailemaan.

Aiemmissä tuloksissa nousi esille kehittämiskohteena ruokavaihtoehtojen vähyys, joka vaikuttaa lähes 25 % kyselyyn vastanneiden ravintolan käyttämättä jättämiseen ja 21 % kyselyyn vastanneista nosti esille myös ruokapaikkojen vähyden. Kehitysideoissa nousi esille seuraavanlaiset asiat liittyen ruokavaihtoehtoihin ja ruokailupaikkoihin.

Vähemmän einessruokaa.

Vastaaja 10

Vähentäisin einessruoan, etenkin makkaran määrää. Tai laskisin ruoan hintaa. Henkilökunnalle isompi ja vähämeluisempi oma ruokailutila.

Vastaaja 19

Ruoan laatu suhteessa hintaan ei ole oikea. Torniossa saa 7,20 Kisällin lounaan. Kemissä lounas maksaa 6,20 ja on paljon eineksiä nykyään. Ennen laatu oli huippu! Henkilökunnalle varattu tila on liian pieni.

Vastaaja 15

Useammassa kehitysideassa oli kirjoitettu einesruoasta ja sen vähentämisestä. Uuden ravintola Auringon keittiö on kehitysvaiheessa ja kehitystyö jatkuu edelleen. Tällä hetkellä osa ruuista tuodaan Lappian toisesta ravintolasta ravintola Aurinkoon ja osa tuotteista on valmisruokaa, koska tuotantotilat ovat vielä kehittymässä ja sieltä puuttuu esimerkiksi iso keittopata. Kun ruokaa ei voida täysipainoisesti itse tehdä, se aiheuttaa sen, että osa tarjottavista ruuista on valmisruokaa, jota lämmitetään. Tämän lisäksi erityisesti henkilökunta kaipaa omaa tilavampaa ruokailutilaa.

Kasviksia ja vihanneksia voisi olla useammin tarjolla. Ehkä jopa joka päivä.

Vastaaja 42

Enemmän kotiruokaa, reseptejä ei muutettais kuten esim makaroonilaatikossa oli muutettu. Kasviksia ei tarvi tunkea joka murkinaan.

Vastaaja 80

Osa vastaajista toivoi lisää kasvisruokia päivittäiseen lounasvalikoimaan ja osa taas toivoi, että kasvista ei laitettaisi joka ruokaan. Opetushallitus on tehnyt ruokailusuosituksen oppaan muotoon. Hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä ruokailusta (2019, 17–19) oppaan mukaan terveyttä edistävä ruokavalio voidaan toteuttaa monella tavalla, mutta siinä vaihtelevat liha ja kala sekä erilaiset kasvikset. Punaisen lihan määrää tulisi selkeästi vähentää suositusten mukaan.

Erityisruokavalioiden huomioimisen koki lähes kolmasosa 27 % ongelmalliseksi. Kehittämisehdotuksissa nousi esille gluteeniton ruokavalio ja sen huomioiminen. Ruokalistalla on päivittäin gluteeniton vaihtoehto, mutta sen monipuolistamista toivottiin.

Gluteenitonta enemmän. Ei paljon lohduta ja nälkää vie kun useimmiten ollut tarjolla kevyt kasviskeitto ainoa gluteenittomana! Nykyään on niin helppo tehdä liharuuat ilman jauhoja, miksi niitä pitää sotkea joka paikkaan?

Vastaaja 45

Opiskelijaravintoloiden tulee huolehtia siitä, että jokainen opiskelija saa tasapainoisen ja riittävän ravinnon jokaisella ruokailukerralla (Hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä ruokailusta, 39). Erityisruokavalioiden monipuolisuuteen ja riittäviin ravintosisältöihin on tärkeää kiinnittää huomiota tulevaisuudessa ja kehittää ruokalistaa niin, että ne vastaavat ravintosuosituksia.

Myös salaattibuffettiin toivottiin monipuolisuutta useammassa kommentissa.

Kasvisruokavaihtoehtoja toivoisin lisää ja salaattibuffettiin proteiinilähde (esim marinoitu kikherne)

Vastaaja 1

Monipuolisempaa salaattibuffettia.

Jäävuorisalaatin merkitys komponenttina on jokseenkin outo, sille ei aina ole muuta seuraa kuin raaste, joka minusta itsestään on sekoitus.

Vastaaja 37

Salaattivalikoimaa voisi olla enemmän ja keittolounas olisi hyvä olla aina saatavilla. Ja jos haluaa syödä vain salaattilounaan, niin olisi kiva, jos saisi samalla tavalla kuin Torniossa, lisäksi proteiinilisän (lohi, kananmuna, raejuusto).

Vastaaja

Ravintola Auringossa ei tällä hetkellä tarjoilla salaattilounasta vaan ruokalistalla on vaihtoehtoina arkiruoka ja kevyt keittolounas ja näihin aterioihin kuuluu salaattibuffet, leipävalikoima ja juoma. Salaattibuffettia ei tällä hetkellä ole suunniteltu sillä tavalla, että siinä olisi huomioitu kaikki eri komponentit riittävään ravinnon saantiin, koska salaatti on lisä keitolle tai jollekin muulle ruualle.

Ruokasuositusten mukaan puolet ateriasta täytyy koostua kasviksista joko tuoreista tai kypsistä. Yksi neljäsosa koostuu perunasta, ohrasta, viljaseoksesta, tummasta riisistä tai täysjyväpastasta. Viimeinen neljännes täytetään proteiinin lähteillä. (Hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä ruokailusta 54.) Nämä suositukset toteutuvat joka päivä, mutta jatkoa ajatellen voi pohtia, voisiko ravintola tarjota myös pelkästään salaattilounaan tarjoamista vaihtoehtona.

Ruokalinjaston toimivuuteen oli vastaajista 24 % tyytymättömiä. Kehitysideoissa nousi esille tarjottimet ja niiden puute. Uuden ravintola Auringon tilat rakennettiin ammattiopisto Lappian omiin aiemmin opetuskäytössä oleviin tiloihin. Ravintola Auringon asiakaspaikkojen määrä väheni ja siinä samassa tila myös pieneni. Ravintolan keittiö täytyi rakentaa keskelle ravintolaa ja sen ympärille koottiin asiakaspaikat ja linjastot sekä astianpalautuspiste. Keittiön kapasiteetti on pienempi kuin aiemmassa ravintolassa ja se näkyy myös esimerkiksi astianpalautuspisteellä ja siinä, että tiskattavien astioiden määrää täytyi rajata. Suunnitteluvaiheessa päädyttiin siihen, että tarjottimet jätetään kokonaan pois. Tämä on saanut huonon vastaanoton asiakkaiden suunnalta ja se näkyi myös kehittämissideoissa.

Tarjottimet käyttöön.

Vastaaja 2

Tarjottimet takaisin

Vastaaja 16

Tarjottimet takaisin, ruokalinjasto selkeämpi pitää moneen kertaan käydä hakemassa jotain juuri tuon tarjottimen vuoksi. Laatu heikentyi vaihdon jälkeen, ei maistu.

Vastaaja 25

Tarjottimet takas. Hankala kantaa lautanen kuppi haarukka veitsi leivät ja muut ilman tarjotinta

Vastaaja 35

Tarjottimet takasin nii ei sämpylöitä ja voinappeja tarvi taskussa aina kantaa

Vastaaja 52

Ruokalinjaston toimivuudessa on selkeästi kehitettävää ja tarjottimet halutaan takaisin helpottamaan linjastolla asioimista ja kulkemista pöytiin.

Tutkimustuloksista nousi esille asioita, jotka toimivat ja myös selkeitä kehittämistarpeita. Asiakaspalautteen huomioiminen ja toiminnan kehittäminen niin, että asiakkaat ovat entistä tyytyväisempiä, on ravintolan toiminnan kannalta ehdottoman tärkeää.

5.6 Ravintola Auringon valonsäteet ja varjot

Tässä luvussa esittelen koonnin tutkimustuloksista. Alla olevan posterin kautta tutkimustuloksista on kerrottu myös asiakkaille.

ASIAKASTYYTYVÄISYYS- TUTKIMUKSEN TULOKSET

OPISKELIJA- JA
HENKILÖSTÖRAVINTOLA

AURINGOSSA

ONNISTUMISET JA KEHITTÄMISKOHDAT
ESITELLÄÄN ALLA OLEVASSA KUVIOSSA!



Miksi meillä on mukava asioida?

93% vastaajista pitää ravintolan palvelua positiivisena.

Vastaajista 92% mukaan lounasta on tarjolla riittävästi ja koko päivän ajan.

Palvelun sujuvuuteen ollaan tyytyväisiä.

Uudistetun salin viihtyvyydestä kiitellään.

Ruoka näyttää herkulliselta 83% mukaan.



Miten voisimme kehittää toimintaamme?

25% vastaajista koki että ruokavaihtoehtoja on liian vähän.

Erityisruokavaliota ei huomioida tarpeeksi.

Palvelulinjaston toimivuutta halutaan parantaa.

41% vastaajista haluaa tarjottimet takaisin!

Välimatkaa ravintolan ja opiskelupaikan tai työpisteen välillä pidetään liian pitkänä.

6 POHDINTA

Anttila ja Iltanen (2007, 51–52) kirjoittaa hyvin konkreettisesti siitä, kuinka kauas ”paha kello” kuuluu eli kun asiakas on tyytyväinen, hän kertoo kokemuksestaan keskimäärin kolmelle henkilölle, mutta kun hän on tyytymätön, hän kertoo tyytymättömyydestä yhdelle toista ihmiselle. Asettukaa asiakkaan asemaan ja huolehdi ”pikkuasioista” ja yksityiskohdista kirjoittaa Lena Heikkilä (2005) artikkelissaan asiakastyytyväisyyden tärkeydestä.

Opinnäytetyöni tavoitteena oli toteuttaa asiakastyytyväisyystutkimuskysely ravintola Auringon asiakaskunnalle. Tehtävänä oli tutkia uuden ravintolan asiakastyytyväisyyttä opiskelijoiden ja henkilökunnan osalta, ja tutkimustulosten kautta nostaa esille ravintolassa toimivat asiat ja kehittämiskohteet. Tämä kaikki tehtiin ja asiakastyytyväisyystutkimustulosten kautta saatiin nostettua esille asiat, jotka ovat hyvin ja myös selkeät kehittämiskohteet, joiden avulla ravintolan toimintaa voidaan alkaa kehittää eteenpäin. Suuret raamit ravintolan toiminnalle toki antaa myös se, että ravintola Aurinko on henkilöstö- ja opiskelijaravintola ja sen toimintaa määrää myös erilaiset ohjeistukset. Esimerkiksi Opetushallitus, Terveystieteiden tutkimuskeskus ja hyvinvoinnin laitos sekä Valtion ravitsemusneuvottelukunta antavat ohjeistuksia ja määräyksiä siitä, millaista ruokaa ja millä ehdoilla opiskelijoille tulee tarjota.

Lähtökohtaisesti asiakastyytyväisyystutkimukseen vastanneiden joukko oli aika pieni. Se, miksi asiakkaat eivät vastaa kyselyyn, on hyvä kysymys. Tarkoittaako vastaamattomuus sitä, että ollaan tyytyväisiä palveluun ja tuotteiden laatuun, sillä yleensä ainakin ne asiat, jotka eivät ole hyvin, halutaan tuoda esille. Kyselyn tulokset vastasivat arjessa saatua välitöntä palautetta melko hyvin.

Tulokset osoittivat, että ravintola Auringon palvelua pidettiin ystävällisenä ja hyvänä ja tätä mieltä on 93 % vastanneista. Lounasta oli myös tarjolla riittävästi koko päivän ajan eli ruokaa tehdään riittävästi ja sitä pidetään tarjolla koko lounasaika 92 % mukaan kyselyyn vastanneista. Myös palvelun sujuvuutta pidettiin hyvänä 86 % kyselyyn vastanneiden mielestä. Ravintola Auringon asiakaspalvelu

on siis kyselyyn vastanneiden mielestä onnistunutta ja ruokaakin on riittävästi tarjolla.

Sen sijaan ravintola toiminnan kehityskohteet koskivat ruuan monipuolisuutta, erityisruokavalioita ja ravintolan palvelulinjaston toimivuutta. Näitä asioita korosti 21 %- 27 % vastanneista. Ravintolan keittiön eli tuotantoympäristön kehittämistarpeet näkyvät siis asiakkaille siinä, että ruokaa ei ole mahdollista valmistaa itse, koska välineitä ja laitteita monipuoliseen ruuanvalmistukseen ei ole ja se väistämättä vaikuttaa siihen, että tarjottavista ruuista osa on lämmitettäviä valmisteita.

Palvelulinjaston toimimattomuudesta nousi myös selkeä kehittämistarve. Tarjottimien puute aiheuttaa haasteita asiakkaille ja he kokevat tarjottimien puutteen selkeäksi ongelmaksi. Tarjottimet on jätetty pois, koska astianpalautuslinjasto on pienempi ja sen kapasiteetti nähtiin liian pieneksi siihen, että myös tarjottimet olisivat tiskattavina. Nyt tähän asiaan täytyy pureutua kunnolla ja miettiä kuinka astianpalautuspistettä voidaan kehittää niin, että tarjottimet voidaan ottaa takaisin käyttöön.

Lisäksi avoimista vastauksista nousi esille pieniä, mutta helposti toteutettavissa olevia asioita kuten esimerkiksi ruokalistan lisääminen näkyvälle paikalle heti kun saapuu ravintolarakennukseen.

Nämä kaikki kehittämiskohteet täytyy ottaa siis tarkastelun alle ja katsoa, mitä niiden eteen voi tehdä. Ravintolan toiminnan kannalta asiakastyytyväisyys on tärkeää, koska ilman asiakkaita ei ole ravintolatoimintaa tai ainakaan liikevaihtoa. Asiakastyytyväisyys on ravintolan yksi tärkeimmistä asioista ravintolan kannattavuuden kannalta. Jos ei ole tyytyväisiä asiakkaita ei ole koko ravintolaa. Ravintoloita on paljon, ja se aiheuttaa suurta kilpailua asiakkaista.

Asiakkaat täytyy huomioida aina, jos et huomioi asiakasta niin asiakas saa huonon kuvan koko paikasta ja se jää ainoaksi käynniksi, koska asiakas ei osta sellaista palvelua tai tuotetta, johon hän ei ole tyytyväinen. Toki ravintola Auringon asiakkaista suurin osa on toisen asteen opiskelijoita, jotka saavat nauttia Kelan

korvaamaa ilmaista kouluateriaa, mutta ateriatuki ei liiku ravintolan suuntaan, jos palvelua ei käytetä.

Asiakastyytyväisyystutkimuksia on tehtävä säännöllisesti, jotta ravintolan toimintaa voidaan kehittää eteenpäin. Nyt onkin syytä pohtia ja määrittää säännöllinen väli asiakastyytyväisyystutkimuksen tekemiselle. Kun selkeät kehittämishaasteet on nostettu esille, on toimintaa ensin kehitettävä mahdollisuuksien mukaan ja tehtävä uusi asiakastyytyväisyystutkimus sitten kun toiminnassa on tehty parannuksia ja asiakkailta saatu palaute on huomioitu. Nyt on syytä ottaa askeleet kohti kehittämistyötä.

Opinnäytetyö on tehty eettisten periaatteiden mukaan ja kunnioittaen toimeksiantajan toiveita. Asiakastyytyväisyyslomake oli toimeksiantajan suunnittelema ja tekemä ja tutkimuksen toteutuksessa käytettiin heidän ohjelmiansa ja viestintäkanavia. Asiakastyytyväisyyskyselylomake lähetettiin melkein 1400 henkilölle, mutta vastaajien määrä oli vain 199 henkilöä. Vain joka seitsemäs vastasi siis asiakastyytyväisyystutkimukseen. Tutkimustulokset nostivat kuitenkin melkein yksimielisesti esille ne asiat, joissa ravintolassa onnistutaan ja ne asiat, joita tulee kehittää. Näin ollen tutkimustuloksia voidaan pitää luotettavina.

Työssä on käytetty luotettavia lähteitä ja tutkittua tietoa. Opinnäytetyön ja tutkimuksen tekijänä sain tuen toimeksiantajalta ja opinnäytetyön tehtävä ja tavoite on toteutettu. Ravintola Auringon esimies ja henkilökunta saavat tiedon siitä, missä nyt mennään ja kehittämistyön seuraava vaihe voi alkaa.

LÄHTEET

- Albanese, P. & Boedeker, M. 2002. Matkailumarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Anttila, M. & Iltanen, K. 2007. Markkinointi. Helsinki: WSOY.
- Grönroos, C. 2020. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 5. painos. Helsinki: Talentum.
- Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Helsinki: Restamark Oy.
- Fisher, M. & Vainio, S. 2015. Potkua palvelubisnekseen. Helsinki: Talentum.
- Harris, E. 2010. Customer service: A practical approach. Boston Mass: Pearson Education.
- Heikkilä, L. 2005. Huolehtikaa ”pikkuasioista” ja yksityiskohdista: asettukaa asiakkaan asemaan. Vitriini 2005:2 s.33–35.
- Hirsjärvi, S. Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. 13., osittain uudistettu painos. Helsinki: Tammi
- Hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä ruokailusta - Ruokailusuositus ammatillisin oppilaitoksiin ja lukioihin, Oppaat ja käsikirjat 2019:5a. Opetushallitus. E-kirja. Viitattu 1.11.2021. https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/hyvinvointia_ja_yhteisollisyytta_ruokailusta.pdf
- Lappia, 2021. Ammattiopisto Lappian internet-sivut. <https://www.lappia.fi/tietoa-lappiasta/>
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M.& Hansen, T. 2012. Marketing management. Harlow. Pearson.
- Mertanen E. 2020. Ruokapalvelujen monenlaiset kehittämistarpeet. Teoksessa Ruokapalvelut muutoksessa, toim. Mertanen E. Jyväskylän ammattikorkeakoulun julkaisuja 296. E-kirja. Viitattu 9.9.2021. https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/356269/JAMKJULKAISUJA2962020_web.pdf?sequence=2&isAllowed=y
- Raulio, S. 2019. Hyvinvointiverkosto. OPH, THL, VRN-julkaisuja. Viitattu 19.10.2021. [https://sakury.fi/tiedostopankki/80-Hyvinvointiverkosto/11%20Hyvinvointipaivat/2019/SAKURY_2019_Raulio%20\(1\).pdf](https://sakury.fi/tiedostopankki/80-Hyvinvointiverkosto/11%20Hyvinvointipaivat/2019/SAKURY_2019_Raulio%20(1).pdf)
- Rissanen, T. 2005. Hyvä palvelu. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.
- Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Finn Lectura.
- Webropol. 2021. www.webropol.fi