



# jamk

## Ravintola Majakan liiketoiminnan kehittäminen

Niemelä Sanni M3164  
Niskanen Sara M2878

Opinnäytetyö, AMK  
Toukokuu 2022  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala  
Restonomi (AMK), Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Niemelä, Sanni & Niskanen Sara

## **Ravintola Majakan liiketoiminnan kehittäminen**

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Toukokuu 2022, 46 sivua.

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala. Matkailu- ja palveluliiketoiminnan tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

### **Tiivistelmä**

Opinnäytetyössä tutkittiin Ravintola Majakan liiketoiminnan kehittämistä palvelumuotoilun ja asiakaslähtöisyyden kautta. Tutkimuksen tavoitteena oli parantaa kesäravintolan toimintaa Paviljonki rakennuksen osalta, jonka käyttö on jäänyt melko vähäiseksi viime vuosien aikana. Tavoitteena oli selvittää, minkälaisilla toimenpiteillä Paviljongin käyttöastetta saataisiin nostettua ja asiakkaat viihtymään siellä.

Tutkimus toteutettiin laadullisena eli kvalitatiivisena tutkimuksena teemahaastattelun muodossa, haastatteleamalla Ravintola Majakan paikallisia asiakkaita, jotka vierailevat ravintolassa useamman kerran kesäkauden aikana. Haastatteluun määriteltiin keskustelua ohjaavia kysymyksiä teeman mukaisesti, jotka haastattelun yhteydessä synnyttivät uusia kysymyksiä ja lisäkeskustelua aiheesta.

Haastatteluista saadun datan avulla tietoon saatiin asiakkaiden näkemyksistä ravintolan toiminnasta nykyisellään, sekä heidän toiveistaan ja tarpeistaan ravintolan suhteen tulevaisuudessa. Esiin tuli myös ravintolan nykyisen toiminnan heikkouksia, kuten markkinointi ja tilat.

Haastatteluiden tuloksista saatiin johdettua konkreettisia kehitysehdotuksia ja suunnitelmia Ravintola Majakan tulevaa toimintakautta varten, jotka ravintolan yrittäjä ja henkilökunta voivat ottaa käyttöön toimintakauden alkaessa. Näitä ovat muun muassa Paviljongin tilojen ehostaminen viihtyisämmäksi kasvi- ja valoelementeillä sekä panostus sosiaalisen median markkinointiin johdonmukaisesti.

### **Avainsanat (asiasanat)**

Kesäravintolan kehittäminen, liiketoiminnan kehittäminen, palvelumuotoilu, palvelupolku, Ravintola Majaka Suolahti

### **Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)**

Esim. opinnäytetyön liitteen salassapitoperuste, ks. raportointiohjeen luku 4.1.2

**Niemelä, Sanni & Niskanen Sara**

### **Title and possible subtitle**

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, May 2022, 46 pages.

Tourism and Hospitality Management. Bachelor's Degree Programme in Tourism and Service Business. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

### **Abstract**

In this thesis, Restaurant Majakka's business development was examined through service design and customer experiences. The aim of the examination was to improve restaurant's operation specially for the pavilion building. The goal was to solve what kind of actions were needed in order to increase utilization of the pavilion, and how to make it cozy for the customers.

The research was executed by using qualitative research methods in form of theme interview, and by interviewing Restaurant Majakka's local customers, who visits the restaurant frequently in the summertime. The questions guiding the interview were defined by the theme and were creating new questions and more discussion throughout the interview.

The data achieved from the interviews gave information about the customers' views of the restaurants operations as they are now, and also information about their hopes and needs for the future. Weaknesses in the restaurant's current operations, such as marketing and facilities, were also highlighted.

By analyzing the results of the interviews, development proposals and plans were conducted for Restaurant Majakka's next operating period, and the entrepreneur and restaurant's staff can start using them as the summer season begins. These proposals and plans were such as recondition of the pavilion for more cozy with plant and lightning elements and improve the marketing in social media.

### **Keywords/tags (subjects)**

Summer restaurant development, business development, service design, customer journey, Ravintola Majakka Suolahti

### **Miscellaneous (Confidential information)**

## Sisältö

<b>1</b>	<b>Johdanto</b> .....	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Ravintola Majakan yrityshistoria</b> .....	<b>4</b>
2.1	Ruoka .....	5
2.2	Viihde.....	6
<b>3</b>	<b>Palvelumuotoilu</b> .....	<b>9</b>
3.1	Ravintola Majakan kehittäminen palvelumuotoilun avulla .....	9
3.2	Ravintola Majakan palvelumuotoiluprosessi .....	10
3.3	Ravintola Majakan palvelupolku .....	11
<b>4</b>	<b>Kesäravintolatoiminta Keski-Suomessa</b> .....	<b>14</b>
4.1	Keski-Suomen kesäravintolat .....	14
4.2	Kesäravintolatoiminnan haasteet Ravintola Majakassa sekä koronan vaikutus toimintaan.....	17
<b>5</b>	<b>Tutkimusasetelma</b> .....	<b>19</b>
5.1	Tutkimusongelma .....	19
5.2	Tutkimusmenetelmä.....	20
5.3	Kvalitatiivinen tutkimus.....	21
5.4	Aineistonkeruumenetelmät .....	23
<b>6</b>	<b>Tutkimustulokset</b> .....	<b>25</b>
<b>7</b>	<b>Johtopäätökset</b> .....	<b>31</b>
7.1	Ravintolapalvelut.....	32
7.2	Paviljonki.....	33
7.3	Asiakasviestintä .....	35
	<b>Pohdinta</b> .....	<b>37</b>

<b>Lähteet .....</b>	<b>40</b>
<b>Liitteet .....</b>	<b>42</b>
Liite 1. Haastattelun saatekirje.....	42
Liite 2. Haastattelurunko .....	43

## **Kuviot**

Kuvio 1. Ruokalista 1. ....	6
Kuvio 2. Ruokalista 2. ....	6
Kuvio 3. Ruokalista 3. ....	6
Kuvio 4. Ruokalista 4. ....	6
Kuvio 5. Ääniä Festivaali mainos. ....	7
Kuvio 6. Majakka Open Air mainos. ....	8
Kuvio 7. Majakan Venetsialaiset mainos.....	8
Kuvio 8. Palvelumuotoiluprosessi .....	10
Kuvio 9. Palvelupolku. ....	14

## **Taulukot**

Taulukko 1. Keski-Suomen kesäravintolat .....	15
Taulukko 2. Haastateltavat (n=3) .....	23
Taulukko 3. Haastateltavat (n=3) .....	25

## 1 Johdanto

Tässä opinnäytetyössä pyrimme keskittymään Suolahden satamassa sijaitsevan Ravintola Majakan liiketoiminnan kehittämiseen erillisen tanssipaviljongin osalta. Paviljongi on oma rakennuksensa Majakan päärakennuksen vieressä, jossa asiakaspaikkoja on 100. Paviljongissa on kiinteä lava, tanssiparketti, ja asiakkaita varten neljänhengen pöytäryhmät tuoleineen. Tällä hetkellä paviljongin käyttö rajoittuu viikonloppuiltoihin, jolloin siellä on järjestettyä ohjelmaa, muina päivinä viikossa se seisookin käyttämättömänä ja tyhjillään, vaikka asiakkailta on sinne pääsy kaikkina ravintolan aukioloaikoina. Aurinkoisina päivinä ruokailu paviljongin tiloissa ei ole ihmisille mieluinen vaihtoehto kaikkien terassipaikkojen ollessa käytössä, mutta ei myöskään sateisina päivinä, jolloin jono keittiöön ei ole pitkä, ja paviljongissa sateensuojassa olisi paljon tilaa ruokaileville asiakkaille.

Toimeksiantajana opinnäytetyölle toimi Niskanen Restaurants yritys, joka toimi Ravintola Majakassa kesäkauden 2021. Tarve opinnäytetyön tutkimukselle ilmeni, kun sadepäivinä huomattiin merkittävä kato asiakasmäärissä. Keliolosuhteet vaikuttavat suuresti terassipainotteisen kesäravintolan toimintaan, ja pitkällä juoksulla on tärkeää, sateisen ja viileän kesän varalta, löytää ratkaisu tähän ongelmaan. Toinen opinnäytetyön kirjoittajista on Niskanen Restaurantsin yrittäjä, ja vaikka Ravintola Majakan yrittäjä vaihtuu kesäkaudelle 2022, tulee kirjoittaja kuitenkin olemaan kesän 2022 töissä Ravintola Majakassa ravintolapäällikön virassa.

Aloitimme opinnäytetyön kirjoittamisen Majakan yrityshistoriasta, sillä koimme, että on tärkeää kertoa heti ensimmäisenä mistä on kyse ja miten Majakka on saanut alkunsa. Saman yläotsikon alle kirjoitimme myös Majakassa järjestettävistä tapahtumista, jotta lukija saa tietoa millaisia tapahtumia Majakassa on järjestetty.

Opinnäytetyötä käsitellään enimmäkseen perustuen kesän 2021 sesongin kokemuksiin, toisen kirjoittajan toimittua ravintolan yrittäjänä silloin, sekä paikallisten asiak-

kaiden kanssa käytyjen keskustelujen pohjalta, jotta saataisiin näkemystä asiaan sel-  
laisilta asiakkailta, jotka ovat potentiaalisia asiakkaita kelistä riippumatta. Tutkimus-  
tavaksi valittiin kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus, jotta vastaajat saadaan rajat-  
tua paikallisiin ihmisiin, sillä tahdomme kehittää majakan toimintaa paikallisten miel-  
tymysten mukaan. Hyödyllisimmäksi tavaksi katsomme aktiivisten asiakkaiden mieli-  
piteet ja kokemukset.

Tämän opinnäytetyön keskeinen tutkimuskysymys on:

- 1) *Miten Ravintola Majakasta saataisiin houkuttelevampi paikallisten asiak-  
kaiden keskuudessa?*

Lisäksi tarkastelemme ravintolan toimintaa palvelumuotoilun näkökulmasta, saavut-  
taaksemme kattavamman asiakasymmärryksen ja kehittääksemme palveluita asia-  
kaslähtöisesti ja heidän toiveiden ja tarpeiden mukaisiksi.

Valmiin opinnäytetyön tuloksia tullaan käyttämään hyväksi kesän 2022 toiminnassa.

Aiempiä tutkimuksia liittyen kesäravintoloiden liiketoiminnan kehittämiseen on tehty  
yksittäisille toimipisteille kehittämistarpeiden mukaan, muun muassa lähikunnissa si-  
jaitseviin kesäravintoloihin. Ravintola Majakalle ei kuitenkaan ole aiemmin ollut toi-  
meksiantoja kehittämistutkimukseen.

## **2 Ravintola Majakan yrityshistoria**

Ravintola Majakka on Suolahden satamassa toimiva kesäravintola, joka on raken-  
nettu vuonna 1993, ja sitä on vuosien varrella luotsannut moni eri yrittäjä. Nykyisellä  
konseptillaan, koko perheen ruokaravintolana sekä matkailijoille että paikallisille, se  
on toiminut viimeiset neljä kesää. Ravintola- ja kahvilapalvelujen lisäksi Majakassa on  
anniskeluoikeudet, ja viikonloppuisin tarjolla on karaokea ja livemusiikkia. Aivan Ma-

jakan vieressä sijaitsevat Suolahden satamapalvelut vieraslaitureineen, tankkauspisteineen sekä veneilijöiden taukotiloineen. Viimeisen neljän vuoden aikana Majakasta on muotoutunut paikallisille ihmisille suosittu ravintola, jonne voi tulla viettämään aikaa, ja minkä avautumista aletaan odottaa jo hyvissä ajoin keväällä.

Majakka on kesäkaudella päivittäin auki, sunnuntaista torstaihin kello 10:00–20:00 (keittiö kello 19:00) ja perjantaista lauantaihin kello 10:00–00:00 (keittiö kello 21:00). Tarpeen mukaan sulkemista on kuitenkin venytetty puolella tunnilla tai tunnilla, mikäli asiakasmäärät ovat olleet sellaisia, että aukioloaikaa on kannattavaa jatkaa. Juhannuksena ja erikoistapahtumailtoina ravintolaa on varauduttu pitämään auki kello 02:00 asti.

## **2.1 Ruoka**

Majakan suurin vetovoima on ruokalistassa, joka koostuu pizzoista, hampurilaisannoksista, salaateista ja erilaisista koriannoksista. Pizzalistalta löytyy neljä majakan omaa pizzaa, ja saatavana on myös pizzat omavalintaisilla täytteillä. Hampurilaisannoksia on kuusi erilaista, mukaan lukien kasvisvaihtoehto, ja kaikki annokset on kehitetty sillä periaatteella, että ne erottuvat muista muiden ravintoloiden samankaltaisista annoksista, esimerkiksi lisäämällä väliin suolatikkuja tai perunalastuja. Erikoisruokavaliota on huomioitu käyttämällä pääsääntöisesti laktoosittomia tai vähälaktoosisia raaka-aineita, sekä mahdollisuuksien mukaan myös gluteenitonta, esimerkiksi kahvileivoksissa. Majakan ruokalistat nähtävissä kokonaisuudessaan kuvioissa 1.-4.



Kuvio 1. Ruokalista 1.



Kuvio 3. Ruokalista 2.



Kuvio 2. Ruokalista 3.



Kuvio 4. Ruokalista 4.

## 2.2 Viihde

Viikoittain kiinteänä ohjelmana paviljongissa järjestetään perjantaisin karaoke kello 20.00 alkaen, mikä on osoittautunut erittäin suosituksi asiakkaiden keskuudessa. Karaokea on myös käytetty satunnaisesti lauantaisin paikkaamaan ohjelman puutetta,

mikäli esimerkiksi illan esiintyjä onkin lopetellut jo alkuillasta. Pääsääntöisesti käytössä on ollut erillinen, ravintolahenkilökuntaan kuulumaton karaokejuontaja, mutta mikäli tällaista ei ole ollut käytettävissä, on keittiöhenkilökunnasta yksi siirtynyt paviljonkiin karaokea vetämään.

Lauantai-illat on pääsääntöisesti varattu livemusiikille, joko paviljongin puolella tai terassilla, riippuen kelistä ja esiintyjäkoonpanosta. Enimmäkseen esiintyjät ovat olleet paikkakuntalaisia trubadureja tai bändejä, mutta välillä esiintymään on otettu myös isompia nimiä ympäri Suomea, kuten esimerkiksi kesällä 2019 Tauski ja Johanna Depreczeni.

2021 kesällä isompiin tapahtumiin kuuluivat Äänekosken monitaidefestivaali Ääniä Festivaali, ensimmäistä kertaa järjestetty rockilta Majakka Open air sekä kesäkauden päättävät Venetsialaiset. Ääniä Festivaalin ohjelma sijoittui 30.7.–1.8. viikonlopulle, jolloin tuttuun tapaan perjantaina laulettiin karaokea, lauantaina terassilla esiintyivät Jyväskyläläinen Ilona Lehtonen ja Äänekoskelainen Sysiässä orkesteri, ja sunnuntaina paviljongissa esiintyivät paikkakuntalainen Ainesmaa Dream Team ja keskisuomesta kotoisin oleva jazz orkesteri Desho Desho (Ravintola Majakan viikonloppu, 2021).



Kuvio 5. Ääniä Festivaali mainos.

Majakka Open air järjestettiin Suolahden kesäpäivien yhteydessä, laajennetulla anniskelualueella Majakan viereisellä parkkipaikalla, Äänekosken kaupungilta käyttöön saadulla lavalla. Tavoitteena oli järjestää rockhenkinen iltama, jossa saatiin esille paikallista musiikkiosaamista, josta vastasivatkin Scars of Solitude ja The Newborns, sekä kuopiolainen Kaikkeus (tapahtuman mainos kuviossa 6.)



Kuvio 6. Majakka Open Air mainos.

Kesäkauden päättävät Venetsialaiset vietettiin Majakassa lauantaina 28.8., samalla tavalla laajennetulla anniskelualueella ja lainalavalla kuten Majakka Open Air. Esiintymässä keskisuomalainen 50-60-lukujen klassikoita soittava Fifty Sixty orkesteri sekä Jani Wickholm. Alkuillasta hämärän tullen ammuttiin ilotulitus, ja ravintola-alueen ulkopuolella esiintyi tulitaiteilija Pelle Pälvipalo, jotta perheen pienimmätkin oli ohjelmassa huomioitu. Majakan Venetsialaisten mainos kuviossa 7.



Kuvio 7. Majakan Venetsialaiset mainos.

## 3 Palvelumuotoilu

### 3.1 Ravintola Majakan kehittäminen palvelumuotoilun avulla

Palvelumuotoilu auttaa organisaatiota havaitsemaan palveluiden strategiset mahdollisuudet liiketoiminnassa, innovoimaan uusia palveluita ja kehittämään jo olemassa olevia palveluita. Palvelumuotoilu on osaamisala, joka tuo muotoilusta tutut toimintatavat palveluiden kehittämiseen ja yhdistää ne perinteisiin palvelun kehityksen menetelmiin. (Tuulaniemi 2011, 23.) Palvelumuotoilu on konkreettista toimintaa, jossa yhdistyy käyttäjien tarpeet ja odotukset sekä palveluntuottajan liiketoiminnalliset tavoitteet, jotka yhdessä muodostavat toimivat palvelut.

Ihminen on keskeinen osa palvelua. Palvelumuotoilun yhteydessä puhutaan asiakkaan palvelukokemuksesta. Asiakas on aina osa palvelutapahtumaa, ja hän muodostaa kokemuksensa palvelusta joka kerta palvelutapahtumassa henkilökohtaisesti uudestaan. (Tuulaniemi 2011, 26.) Palvelumuotoilun tärkein tavoite on optimoida asiakkaan palvelukokemus, joka tapahtuu keskittymällä asiakaskokemuksen kriittisiin pisteisiin. Tämä tapahtuu optimoimalla palveluprosessi, tilat, vuorovaikutus, työtavat ja poistamalla palvelua häiritsevät tekijät. Tärkeintä siis kokonaisuudessa on se, että asiakkaalle muodostuu mahdollisimman positiivinen palvelukokemus.

Majakan palvelukokemus pyrkii aina ottamaan asiakkaan huomioon heti heidän astuttuansa sisään ravintolaan ja jo ennen sitä. Käydessämme läpi yllä mainittuja asioita Majakan näkökulmasta kuten itse palveluprosessi, Majakan tilat, vuorovaikutus ja työtavat, huomasimme heti, että esimerkiksi Majakan tilat ovat hyvin pienet, kuten keittiö ja sisätila, josta pääsimmekin pääongelmaamme, joka oli erillisen paviljongin vähäinen käyttö. Vaikka tilaa ei ravintolassa paljoa ole, eivät ihmiset silti käytä paviljongissa olevaa syömätilaa. Suurin ongelmakysymys oli siis yleisesti se, että miksi näin on. Mikseivät asiakkaat käytä paviljongia ja kuinka voisimme parantaa tiloja ja selkeyttä ravintolan ja paviljongin välillä.

### 3.2 Ravintola Majakan palvelumuotoiluprosessi

Tuulaniemi (2011, 126) kuvailee palvelumuotoiluprosessin viiden vaiheen loogisesti etenevänä prosessina, jossa keskitytään ongelman ratkaisuun. Prosessi noudattaa jokaisessa palvelumuotoilutapauksessa samaa kaavaa, mutta on joka kerta erilainen luovan ja innovoivan lähestymistapansa kautta.

Palvelumuotoilulla tarkoitetaan palvelujen innovointia, suunnittelua ja kehittämistä hyödyntäen aiemmin muotoilussa kehitettyjä menetelmiä. Kansainvälisesti on käytössä termi ”service design”. (Virrankoski 2013.) Lähdimme kehittämään Ravintola Majakan palvelumuotoilua alla olevan kuvio 8. avulla. Hyödynsimme näistä viidestä kolmea ensimmäistä palvelumuotoilun vaihetta apuna suunnitellessa Majakan liiketoimintaa. Nämä vaiheet auttoivat meitä eteenpäin Majakan palvelumuotoilussa ja kerromme myös mitä jokainen vaihe käytännössä tarkoittaa ja miten hyödynsimme sitä Majakan kohdalla.



Kuvio 8. Palvelumuotoiluprosessi

Määrittelyvaiheessa tutustutaan ratkaistavaan ongelmaan ja palvelun tuottajaan, mitä palvelua lähdetään kehittämään, kenen toimesta ja kelle, sekä muodostetaan ymmärrys tavoitteesta, joka palvelumuotoilulla halutaan saavuttaa. Majakan kohdalla kyseessä oli siis Majakan liiketoiminnan lisääminen ja syyn löytäminen erillisen paviljongin vähäiselle käytölle ja miten siitä saisi asiakkaille mieluisan.

Tutkimusvaiheessa hankitaan kohderyhmiltä asiakasymmärrystä, jotta asiakkaiden toiveet ja tarpeet saadaan tietoon. Tutkimusvaiheessa kiinnitetään myös huomiota palvelun toteuttavan organisaation liiketoiminta- ja ansaintamallin suunnitteluun. Ravintola Majakan osalta oli tärkeää kerätä asiakasymmärrys vakioasiakkailta, jotta

saadaan mahdollisimman paljo hyödyllistä tietoa ja mielipiteitä Majakan liiketoiminnan parantamiseen.

Itse varsinaisessa suunnitteluvaiheessa ideoidaan ratkaisuvaihtoehtoja perustuen asiakailta saatuun informaatioon heidän tarpeistaan ja toiveistaan. Tähän vaiheeseen sisältyy myös prototypointi, jossa testataan uutta palvelutuotetta yhdessä kohderyhmän kanssa. Tuotantovaiheessa palvelusta markkinoille viedään testattavaksi pilotti palvelusta asiakkaille arvioitavaksi, ja siitä saadun palautteen mukaan palvelua kehitetään vielä lisää. Tämän jälkeen palvelu voidaan lanseerata julkisesti käyttöön. Viimeisenä vaiheena palvelumuotoiluprosessissa on arviointi, johon kuuluu palvelun jatkuva kehittäminen käytössä saadun palautteen ja tarpeiden muutosten mukaan. (Tuulaniemi 2011, 130.)

Tässä opinnäytetyössä palvelumuotoiluprosessi toteutetaan kolmen ensimmäisen vaiheen osalta. Ravintolan kausiluontoisuudesta ja rajallisesta aukiolokaudesta johtuen tuotanto ja arviointi osuudet jäävät kesän toimintakaudelle ravintolan itse toteutettavaksi.

### **3.3 Ravintola Majakan palvelupolku**

Palvelupolku on visuaalinen kuvaus asiakkaan ja yrityksen välisistä palveluhetkistä ja se kuvataan aina asiakkaan näkökulmasta. Palvelupolku tekee aineettoman palvelun näkyväksi kuvaamalla asiakkaan kokeman palvelun kontaktipisteet. (Törrönen 2020.) Tekniikka kehittyy jatkuvasti ja sen mukana myös asiakaspolku. Tämän takia säännöllisten visuaalisten kuvausten tekeminen auttaa yrityksiä ymmärtämään ja hahmottamaan paremmin asiakkaiden kipukohtia palvelupolussa. Säännöllinen palvelupolun luominen auttaa myös huomaamaan ja ymmärtämään asiakkaan vuorovaikutusta tuottamaasi palveluun. Asiakaskokemustutkimuksen tekeminen jokaisessa kosketuspisteessä auttaa myös ymmärtämään paremmin kaikki palvelupolun kipukohdat ja

niiden kautta myös asiakkaan odotukset palvelustasi. Erittäin tärkeää on myös muistaa, että jokainen palvelupolku keskittyy asiakkaan näkökulmiin, tunteisiin, ja kokemukseen. On siis tärkeää huomioida kaikki mahdolliset tunteet asiakkaan näkökulmasta ja ne huomioon ottaessa voi myös oivaltaa jotakin jota yritys voi käyttää esimerkiksi yksilöllisempien markkinointikampanjoiden luomiseen. Myös asiakaspalaute on tärkeää ja yrityksen täytyy oppia kuuntelemaan asiakasta ja jopa huono palaute voi auttaa ohjaamaan yrityspäätöksiä, jotka voivat kasvattaa asiakasuskollisuutta ajan mittaan. (Aneja 2020.)

Palvelupolku kuvaa koko palvelutapahtuman asiakkaan näkökulmasta. Palvelupolku alkaa siitä pisteestä, jossa asiakas päättää lähteä hakemaan ravintolaa, jossa käydä syömässä.

Nettiselailun jälkeen asiakas päätyy Majakkaan, tarkastettuaan ravintolan aukioloajan ja ruokalistan Majakan sosiaalisesta mediasta. Vaikka omia verkkosivuja Majakalla ei ole, Facebookista ja Instagramista löytyy omat sivut. Päivän ollessa lämmin ja aurinkoinen, Majakan suuri terassi järven rannalla houkuttelee. Nelihenkinen perhe lähtee paikalle omalla autolla, ja perille saavuttuaan huomaa, että ravintolan edustalla on reilusti parkkitilaa. Ensimmäisenä paikalle saavuttua hän ajattelee, oliko sinne helppo löytää ja huomaa sen sijainnin ja ympäristön.

Ravintola-alueella perhe huomaa ravintolan olevan melko täynnä, mutta muutama vapaa pöytä näyttää olevan. Seuraavaksi perhe astuu sisään ja kiinnittää huomionsa ravintolan siisteyteen ja yleisilmeeseen. Asiakas päätyy tilaamaan ruokaa ja kohtaa henkilökunnan. Tässä kohtaa mahdollisesti myös tarvittaessa kysyy tarjoilijalta suosituksia ruoan suhteen. Asiakkaista on mukava huomata, että kaikki annokset ovat saatavilla myös lastenannoksina. Ruuat maksetaan tilauksen yhteydessä ja juomat saa myös mukaansa heti. Tiskillä henkilökunta kertoo vielä mikä on jonotilanne keittiössä, ja aika-arvio perheen tilauksien valmistumiselle. Perhe siirtyy terassille vapaana olevaan pöytään ja jää odottamaan ruokia. Odotellessa he huomaavat laiturin kyljessä olevat kaksi vesijettiä, ja kiinnostuvat niiden mahdollisesta kokeilemisestä. Seuraavaksi asiakas saa eteensä ruoka-annoksen, josta hän toivon mukaan nauttii. Mikäli

juoma loppuu kesken ruokailun yhteydessä, ravintolan sisätiloista voi käydä ostamassa lisää.

Ruokailun jälkeen perhe palauttaa astiat ulkona olevaan astiakärryyn, ja käy vielä ostamassa sisätiloista jälkiruokajäätelöt mukaan. Samalla he tiedustelevat tiskillä henkilökunnalta vesijettien vuokrausta, ja varaavatkin jo heti vuokra-ajan viikonlopulle. Lopputervehdysten jälkeen perhe poistuu ravintolasta parkkialueelle autolleen, ja lähtevät ajamaan kotiin. Käynnin jälkeen asiakkaat mahdollisesti suosittelevat ravintolaa ystävilleen tai jättävät palautetta Majakan Facebook sivuille tai Google arvosteluihin.

Tässä siis kuvattuna tarkalleen se, miten Majakan palvelupolku toimii asiakkaan näkökulmasta ja myös mitä ennen itse palvelua tapahtuu ja sen jälkeen. Toiveena olisi, että asiakas kertoisi aina kokemuksensa ja mielipiteensä ravintolalle paikan päällä tai viimeistään palautteena nettisivuilla, jotta ravintola tietää missä onnistui tai missä voisi parantaa seuraavaa kertaa ajatellen. Mikäli asiakkaalla on reklamoitavaa palvelusta tai tuotteesta, on erittäin tärkeää asiakaskokemuksen kannalta, että asiakas kokee tullessa kuulluksi välittömästi (Barwitz & Maas 2018, 124).

Majakan palvelupolku koostuu siis monesta eri osasta ja tilanteesta. Tärkeimmiksi niistä koettiin sijainti, ensivaikutelma, siisteys, henkilökunta ja viihtyvyys. Majakan palvelupolkuun kuuluu myös muitakin tärkeitä osia, kuten esimerkiksi ravintolaan pääsyn ja sen toiminnan selkeys, ruoka, hinta ja niin edelleen. Opinnäytetyössä päätettiin keskittyä kokonaiskuvaan, jotta saadaan selkeämpi kuva Majakan toiminnasta, sekä sen hyvistä ja parannettavissa olevista asioista.

<b>Motivaatio</b>	Nälkä			Aurinko			Halu kokoilla uutta	
				Hyvä sää				
<b>Polku</b>	Nettiselailu	Saapuminen Majakkaan	Ruuan tilaaminen tiskiltä	Terassille odottelemaan ruokia Vesijetit kiinnostävät huomion	Ruuan saapuminen	Astioiden palautus Jälkiruuan tilaus	Kysely vesijeteistä Vesijettien varaus viikonlopuksi	Suosittelut ystäville Arvostelu nettiin
<b>Kontaktipisteet</b>	Majakkan nettisivut	Parkkipaikat	Ravintolan tiski	Terassi	Ruoka	Ravintolan tiski		Majakkan Facebook-sivu
	Suolahden ravintolat	Sijainti, ympäristö	Henkilökunnan kohtaaminen			Jäätelöallas		
<b>Ihmiset</b>	Perhe		Perhe		Perhe	Perhe		Perheenjäsen
			Henkilökunta		Tarjoilija	Henkilökunta		Ystävä

Kuvio 9. Palvelupolku.

Yllä olevassa kuviossa 9. on kerrottu visuaalisesti, kuinka koko palvelupolku tapahtuu asiakkaan näkökulmasta. Palvelupolku lähtee asiakkaan nälän tunteesta ja päättyy siihen, kun hän lähtee ravintolasta ja suosittelee ravintolaa läheisilleen.

Kuviossa oleva motivaatio kertoo, miksi asiakas tekee polulla olevat asiat palvelun aikana. Polku kertoo vaihe vaiheelta mitä asiakas konkreettisesti tekee palvelun aikana. Kontaktipisteet ovat konkreettiset asiat, tilat tai paikat, jotka asiakas kohtaa tai käyttää palvelun aikana. Ne muodostavat tärkeimmän kokonaisuuden ja niiden avulla saadaan selvempi kuva siitä, mitkä kaikki prosessin vaiheet ja tilat ovat tärkeitä polkua ajatellen. Palvelupolulla asiakas kohtaa ihmisiä ja kuviossa perhe on pääosassa ja siinä näytetään missä kohtaa perhe kohtaa esimerkiksi henkilökunnan ja missä vaiheessa on yhteydessä esimerkiksi ystäviin.

## 4 Kesäravintolatoiminta Keski-Suomessa

### 4.1 Keski-Suomen kesäravintolat

Keski-Suomesta löytyy useita kesäajan ravintoloita, joista Ravintola Majakkaa lähinnä sijaitsevat Matilan Ankkuri Sumiaisissa, Cafe Rantapuisto Äänekoskella sekä Häyrylänranta ja Kivisalmenkievari Konnevedellä. Näiden ravintoloiden toiminta on hyvin

samanlaista kuin Ravintola Majakan, niiden tarjotessa ruokalistallaan pizza- ja burgeriannoksia, sekä ohjelmassa karaokea ja artisteja. Alla olevassa taulukossa 1 havainnollistettuna Keski-Suomessa sijaitsevia kesäravintoloita.

Taulukko 1. Keski-Suomen kesäravintolat

RAVINTOLA	SIJAINTI	AVOINNA	RUOKA	MUUT PALVELUT
MAJAKKA	Suolahti	Kesä-elo-kuu	Pizzat, burgerit, salaattit, koriannokset, kahvilapalvelut	Karaoke, livemusiikki, tapahtumat, vesijetti- ja Sup-lautavuokraus
MATILAN ANKKURI	Sumiainen	Touko-lokakuu	Pizzat, burgerit, salaattit	Karaoke, live musiikki
CAFE RANTAPUISTO	Äänekoski	Heinä-syyskuu	Toastit, salaattit, pastongit	-
KUKONHIEKKA	Saarijärvi	Huhti-lokakuu	Grilli-kahvio	Tanssit, live musiikki
KIVISALMEN KIEVARI	Konnevesi	Kesä-elo-kuu	Burgerit, salaattit, peruna-annokset	-
CAFE MEIJERINLII-TERI	Joutsa	Kesä-elo-kuu	Kahvilatuotteet	Kirpputori, näyttelyitä ja musiikkitapahtumia
TAULUNKARTANO	Kankainen	Heinäkuu	Keitot, pihvit, salaattit	Majoitus, sauna, elämyspaaketit
KONTTIRAVINTOLA MORTON	Jyväskylä	Touko-syyskuu	Burgerit, salaattit	-

HÄYRYLÄNRANTA	Konnevesi	Touko- syyskuu	Burgerit, pizzat	Karaoke, live musiikki
---------------	-----------	-------------------	------------------	------------------------

Näistä ravintoloista Cafe Rantapuisto ja Matilan ankkuri ovat Majakan keskeisimpiä kilpailijoita tarjonnaltaan ja sijainniltaan, näiden kaikkien kuuluessa Äänekosken kaupungin alueeseen. Kaikki kolme ravintolaa sijaitsevat Keitelelen rannalla, joten ne sijoittuvat näin kesän veneilijöiden mahdollisille reiteille. Majakka sijaitsee Suolahden sataman ja veneilijöiden tankkaus- ja huoltopalveluiden yhteydessä, Cafe Rantapuisto vain kävelymatkan päässä Äänekosken satamasta, jossa on myös tankkaus- ja huoltomahdollisuudet veneilijöille. Vaikka Matilan Ankkuri ei Sumiaisten satamassa sijaitsekaan, on se monina toiminta vuosinaan jo vakiinnuttanut asemansa Keiteleellä veneilevien keskuudessa.

Tarjonnaltaan lähinnä Majakan toimintaa on 30 kilometrin päässä Konnevedellä sijaitseva Häyrylänranta, jonka ruokalistaan kuuluu myös pizzat ja burgerit, ja joka myös tarjoaa ohjelmana karaokea ja livemusiikkia. Välimatka ja sijainnit eri venereiteillä kuitenkin erottaa näiden kahden ravintolan asiakasryhmät toisistaan, eikä siksi näiden välillä varsinaisesti ole kilpailua.

Kaikilla taulukossa 1. esitetyillä kesäravintoloilla on toimintakautensa ulkopuolellakin selkeät ja hyvin informatiiviset verkkosivut ja sosiaalisen median kanavat. Koska tämä opinnäytetyö toteutettiin syksyn 2021 ja kevään 2022 aikana, ei mahdollisuutta kesäravintoloissa vierailuihin ollut ravintoloiden rajallisten toimintakausien takia. Toinen opinnäytetyön kirjoittajista on vierailut aiempina vuosina Matilan Ankkurissa, mutta sen jälkeen ravintolassa on yrittäjä vaihtunut.

Kesällä 2021 ravintola Majakassa toteutettiin ensimmäistä kertaa yhteistyössä Huber-Rentin kanssa vesijetti- ja Sup-lautavuokrauspalvelu, jollaista muilla Keski-Suomen kesäravintoloilla ei ole. Tämä tuntui olevan erittäin mieluisa lisäpalvelu niin paikallisille kuin kauempaakin tuleville asiakkaille. Haasteita vuokrauspalvelussa huomattiin

kuitenkin olevan palvelun jouhevuudessa, vesijetteilyn ja sup-lautailun ollessa aurinkoisin ja lämpimän kelin ajanvietettä, jolloin ravintolassa on muutenkin kiirettä. Myös monet asiakkaat vuokrattuaan vesijetin Majakasta ajelivatkin vuokra-ajan aikana muihin Keitele-järven rannoilla sijaitseviin kesäravintoloihin.

## **4.2 Kesäravintolatoiminnan haasteet Ravintola Majakassa sekä koronan vaikutus toimintaan**

Kesäravintolatoiminnan haasteet tulivat tutuksi uudelle yrittäjälle kesällä 2021, ja moni asia tuli huomattua käytännön kautta. Yksi keskeisimpiä kesäravintolatoiminnan haasteita on lyhyt toimintakausi, jolloin on saatava tehtyä koko vuoden tulos. Kauden kesto vaihtelee yhdestä kuuteen kuukautta riippuen ravintolasta, ja Ravintola Majakalla kesäkausi kestää kolme kuukautta. Tähän vaikuttavat pitkälti keliolosuhteet, Majakan ollessa lämpimän kelin ravintola suurimman osan asiakaspaikoista ollessa terassilla. Vaikka myös sisätiloissa on asiakaspaikkoja, rakennukset on rakennettu aikanaan kesämökkityyppisesti, eivätkä ne varaa lämpöä. Myös sijainti järvenrannalla vaikuttaa kylmyyteen viileällä kelillä, joten liian aikaisin keväällä ravintolan avaaminen ei ole järkevää. Keliolosuhteet yleisesti toimintakauden aikana ovat haaste kesäravintolalle, asiakkaiden ollessa enimmäkseen liikkeellä aurinkoisina ja lämpiminä päivinä, ja huomattavasti vähemmän sateisella ja viileällä kelillä. Myös kesälomien ajankohta vaikuttaa Majakan aukioloon, sillä edellisinä kesinä kauden on todettu hiljentyvän huomattavasti koulujen alettua ja lomien loputtua.

Pitkät ruokien odotusajat ovat myös yksi haasteista, joka pahimmillaan saattaa kääntää asiakkaan pois heti ovella. Koska kesäravintola on auki vain lyhyen ajan vuodesta, asiakkailla on rajattu aika vierailta ravintolassa, mikä aiheuttaa välillä suuriakin ruuhkia, varsinkin lämpöisinä ja aurinkoisina päivinä. Ruuhkaisimpina aikoina jonot keittiöön voivat olla jopa yli tunnin mittaisia, mikä on osalle asiakkaista liian pitkä

aika odottaa, varsinkin jos mukana on lapsia. Tällä hetkellä Ravintola Majakka on aivan ääri rajoillaan kantokykynsä suhteen, keittiön ollessa tiloiltaan niin pieni, että ruoka-annoksia ei pystytä välillä valmistamaan siihen tahtiin mitä asiakkaita olisi.

Yksi kausiluontoisuuden haasteista on henkilökunnan saatavuus toimintakauden ajaksi. Kesällä 2021 huomattiin myös valtakunnallinen ilmiö ravintola-alalla, kun työntekijöitä ei enää meinannut löytyä. Korona-aika vei monelta työt ravintoloiden ollessa suljettuina tai avoinna rajoitetuin aukioloajoin, mikä monella alan työntekijällä johti päätökseen vaihtaa alaa. Nyt kun töitä taas olisi ollut tarjolla, ei niille löytynytkään enää tekijöitä. (Uusitalo 2021.) Tämä huomattiin myös Majakassa jo keväällä, kun aiempien vuosien työntekijöitä alettiin kutsua töihin. Moni oli ehtinyt vaihtaa työpaikkaa ja alaa, eivätkä olleet kesäksi käytettävissä, ja muutkin lähialueen ke-sä ravintolat etsivät työntekijöitä sosiaalisen median kautta. Koska tekijöitä ei saatu kesäksi niin paljon kuin olisi ihanteellisesti tarvittu, kesä vedettiin minimimiehityksellä ja välillä keittiön henkilökuntaa lainattiin anniskelun puolelle sekä karaoken pyörittämiseen keittiön sulkeuduttua. Muut työtehtävät eri yrityksissä voivat olla este sitoutumaan kesän ajaksi kausityöhön, ja joka vuosi uusien työntekijöiden kouluttaminen ja perehdyttäminen vie oman aikansa ja on myös haastavaa kiireisessä ravintolatyössä.

Toimintakauden päätteeksi hävikin minimointi tuo myös oman haasteensa, sillä varastot on osattava ajaa alas toiminnan päättymistä varten siten että viimeisinä aukiolo päivinä on kuitenkin vielä myytävää jäljellä. Myymättä jääneet ruokatuotteet menevät suoraan hävikkiin, eikä kaikkia juomatuotteitakaan ole mahdollista palauttaa juomatehtaalle mistä ne on ostettu.

Koronavirustaudin (Covid19) maailmanlaajuinen leviäminen alkoi alkuvuodesta 2020, ja se alkoi sulkemaan Suomessakin yhteiskuntaa. Voimakkaasti ravintola-alaa kurittanut pandemia on nyt rajoittanut kahden vuoden ajan toimintaa anniskelun- ja aukioloaikojen suhteen, välillä lievemmin ja välillä kokonaan. Kesää kohden rajoituksia on höllennetty tapahtumien ja ravintoloiden osalta, joka on mahdollistanut Ravintola Majakan toiminnan lähes normaalina koko toimintakautensa ajan. Valtioneuvoston

Ravintolarajoitukset koronaepidemian aikana (Ravintolarajoitukset koronaepidemian aikana 2022) asettamien yleisten hygieniavelvoitteiden noudattaminen on kuitenkin ollut ravintoloissa ajankohtainen muista rajoituksista huolimatta.

Kesäkaudelle 2021 Ravintola Majakan avautuessa olivat voimassa rajoitukset, jotka rajoittivat anniskelun kello 00:00 asti, ja ravintolat täytyi sulkea kello 01:00. Myös sisätilojen asiakaspaikat oli rajattu 75 %, terassilla asiakaspaikkojen määrää ei varsinaisesti ollut rajoitettu, mutta turvaväleistä tuli huolehtia. (De Fresnes 2021a.) Ennen ravintolan avaamista sisätiloista poistettiin asiakaspaikkoja vastaamaan sen hetkisiä rajoituksia, valmisteltiin kirjalliset valtioneuvoston määräämät ohjeet sekä asetettiin käsien desinfiointipisteitä ympäri ravintolaa.

Kesän 2021 aikana rajoitukset muuttuivat useaan otteeseen, välillä lievemmiksi ja välillä kovemmiksi. Ravintola Majakan viikonloppujen ohjelmia ajatellen tärkein helpotus oli tanssi- ja karaokekiellon päättyminen (Strömberg 2021). Kesän aikana rajoitukset vaihtelivat aukioloaikojen ja asiakaspaikkojen osalta useaan kertaan (De Fresnes 2021b, Niemonen 2021), mutta aukioloja koskevat rajoitukset eivät haitanneet Ravintola Majakan toimintaa, ja asiakaspaikkoja koskevat rajoitukset olivat viikonloppuohjelmien takia haastavat, mutta erityisjärjestelyillä ravintolassa toiminta saatiin järjestettyä rajoitteiden mukaisesti.

## **5 Tutkimusasetelma**

### **5.1 Tutkimusongelma**

Tutkimusongelmana oli Ravintola Majakan paviljongin vähäinen käytettävyys. Opin näytetyön tarkoituksena oli selvittää, millä keinoilla tanssipaviljongin käyttöastetta saataisiin nostettua ja sen kaikki mahdollinen potentiaali hyödynnettyä.

Tämän tutkimuksen keskeisin tutkimuskysymys oli:

*1) Miten Ravintola Majakasta saataisiin houkuttelevampi paikallisten asiakkaiden keskuudessa?*

Keskeisin ongelma ravintolalla on sadepäivät, jolloin asiakkaita ei juurikaan ole liikenteessä, vaikka paviljongin sisätiloistakin löytyy ruokailutilaa.

Kesällä 2021 ravintolassa paviljongin tiloissa kokeiltiin viikoittain järjestettäviä bingoa torstaisin ja pokeria sunnuntaisin. Nämä ohjelmat siirtyivät vetäjineen Viljo's Street Barista Majakkaan, ja niillä oli jo ennestään valmis pelaajakunta. Bingo ja pokeri päätettiin kuitenkin jättää pois viikko-ohjelmasta vähäisten osallistujamäärien takia. BINGO:n kohdalla mahdolliseksi syyksi päätettiin vääränlaisten viestintäkanavien käyttöä asiakkaiden tiedottamisessa, pokerin kohdalla mahdollisesti huonoa ajankohtaa.

Keskeinen tutkimuskysymys tässä opinnäytetyössä on, miten Ravintola Majakasta saataisiin houkuttelevampi, jotta asiakkaat kokisivat sen viihtyisäksi. Alatutkimuskysymykset ovat mikä on Majakassa sellainen vetovoimatekijä mikä saa asiakkaan vierailemaan uudestaan ja minkä viestintäkanavan kautta asiakkaat tavoittaa parhaiten liittyen Majakan ajankohtaisiin ilmoituksiin.

## **5.2 Tutkimusmenetelmä**

Tutkimusmenetelmää valittaessa päädyttiin käyttämään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta, jotta tutkimusotanta saadaan rajattua paikallisiin asiakkaisiin, jotka käyttävät ravintolan palveluita säännöllisesti. Tällainen tietoisesti valittu harkinnanvarainen otanta palvelee tutkimuksen tarkoitusta ratkaista tutkimusongelma hypoteesitomasti ilman ennako-oletuksia (Eskola & Suoranta 1998, 15-16), ja saada syvämpi näkökulma aiheeseen henkilöltä jolle ravintolan nykyinen toiminta on jo entuudestaan tuttua.

Toisena vaihtoehtona tutkimusmenetelmälle oli kvantitatiivinen tutkimus, jonka järjestäminen olisi tapahtunut verkkokyselynä Ravintola Majakan Facebook seuraajien kesken. Ongelmana kvantitatiivisessa tutkimuksessa pidettiin etukäteen nykyaikana hyvin yleiseksi muodostunutta ns. ”nettitrollaamista”, jossa verkkovierailijan profiilin takana saattaa olla joku muu kuin mitä profiili antaa ymmärtää, ja hänen käyttäytymisensä ja motiivit kyselyssä voivat muodostua kyseenalaisiksi (Kananen 2014, 16). Muita huonoja puolia verkkokyselyn toteuttamisessa todettiin olevan kohderyhmän tavoitettavuus, edustavuus, kohderyhmän hajanaisuus sekä tutkimuksen luotettavuus ja tulosten yleistettävyys (Mts. 21-24). Ravintolan asiakaskunnan ollessa ikähaarukaltaan varsin laaja, on verkkokyselyssä riski, että otantaan ei saada niitä asiakkaita, jotka aktiivisesti käyttävät ravintolan palveluita, koska kyselyyn vastaaminen tapahtuu sosiaalisen median kautta, ja esimerkiksi kaikilla vanhemmilla asiakkailla ei välttämättä ole edes pääsyä verkkoon. Opinnäytetyön tutkimuksen edun kannalta on toissijaista saada vastaus toisella puolella maata asuvalta, kerran kesässä ravintolassa vierailevalta asiakkaalta, kun tavoitteena on selvittää, mikä saa paikalliset asiakkaat tulemaan ravintolaan myös sateisina päivinä. Tutkimuksen ja sen tulosten kannalta on myös tärkeää saada mahdollisimman korkea vastausprosentti, jotta asiaan saadaan mahdollisimman laaja näkökulma. Verkkokyselyn haaste on saada sitoutettua asiakkaita vastaamaan kyselyyn, jotta ilmiöstä saataisiin tarvittavan luotettava kuva (Mts. 24).

### **5.3 Kvalitatiivinen tutkimus**

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen tavoitteena on saada syvällistä tietoa tutkitavasta aiheesta, tutkittavan henkilön näkökulmasta (Laadullisen tutkimuksen tekeminen n.d.). Kananen (2014, 48) määritteleeekin laadullisen tutkimuksen olevan sanallista tulkintaa tutkimukseen valitusta ongelmasta tai ilmiöstä. Tutkimus, jossa tavoit-

teena on kehittäminen ja muutos, kuten tässä opinnäytetyössä, on tärkeää, että tutkimusongelma ja tiedonkeruumenetelmät on määritelty tarkasti, jotta ongelma saadaan ratkaistua. Jo olemassa olevaa aineistoa aiheesta, eli sekundääriaineistoa (aiheesta kirjoitettuja kirjoja, dokumentteja yms.) on hyvä käyttää ilmiön pohjustamista varten, ja varsinainen primääriaineisto, joka keskittyy ongelman nykytilaan ja sen ratkaisuun, saadaan kerättyä haastatteluiden, havainnoinnin ja kyselyiden avulla. (Kananen 2014, 31-32.)

Teemahaastattelu on yksi laadullisen tutkimuksen tutkimusmenetelmistä, jossa tutkimusaineistoa kerätään vapaamuotoisessa keskustelussa haastateltavan kanssa, ennakoon laadittua teemahaastattelurunkoa mukaillen. Sekä Kananen (2014, 89-91) että Eskola ja Suoranta (1998,12-13) korostavat, että haastattelun yhteydessä haastateltavalta saadut näkemykset voivat synnyttää tarkentavia lisäkysymyksiä, jotka täydentävät haastateltavan näkemystä kyseisestä teemasta, joka taas tuo haastattelijalle lisää syvyyttä ja elävyyttä tutkimusprosessiin. Tavoitteena onkin muodostaa kokonaisvaltainen ymmärrys tutkittavasta aiheesta, jossa huomio on tutkittavan kokemuksissa ja näkemyksissä. (Kananen 2014, 62-93.) Haastattelurunkoa ja itse haastattelua tehdessä on tärkeää muistaa välttää liiallista ammattitermistön käyttöä, jotta vastaaja ymmärtää keskustelun aiheet ja kykenee samaistumaan niihin (Laadullisen tutkimuksen tekeminen n.d.).

Eskolan ja Suorannan (1998, 63) mukaan Hirsjärvi ja Hurme (1980) pitävät haastatteluille tyypillisinä piirteinä niiden haastattelun suunnittelemista ennakoon, haastattelijan aloitteellisuutta, keskustelun ylläpitämistä ja motivointia, sekä haastateltavan luottoa siihen, että kaikki haastattelussa ilmi tulleet asiat pysyvät luottamuksellisina.

## 5.4 Aineistonkeruumenetelmät

Tutkimus toteutettiin laadullisena eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Tieto kerättiin haastatteluilla, ja haastattelutavaksi valittiin teemahaastattelu, jossa haastateltaville annettiin haastatteluteemaan liittyviä keskusteluaiheita kysymysmuodossa, jotta haastateltava pääsee tilanteessa kunnolla ääneen, rajaamatta keskustelun etenemistä yksi kysymys kerrallaan. Tutkimukseen haastateltiin kolmea Ravintola Majakan vakioasiakasta, jotka vierailevat ravintolassa useamman kerran sen kolmen kuukauden toimintakauden aikana, ja ravintolan palvelut ja tarjonta on heille entuudestaan tuttuja. Haastattelut toteutettiin huhtikuussa 2022 viikolla 17, ja niiden pituus vaihteli 11 minuutista 25 minuuttiin (taulukko 2). Haastattelut nauhoitettiin ja haastateltaville kerrottiin saatekirjeessä (liite 1) sekä haastatteluiden alussa nauhoituksesta, sekä siitä että vastauksia tullaan käyttämään opinnäytetyön tutkimukseen, ja aineistoa käsitellään nimettömästi. Aineistot litteroitiin propositiotasoisesti, eli keskeiset teemoihin liittyvät vastaukset ovat puhtaaksikirjoitettu tiivistetysti (Haastattelut N.d.). Opinnäytetyön valmistuttua haastattelumateriaalit tullaan tuhoamaan.

Vaikka tutkimuksen otanta on melko suppea, voidaan sitä kuitenkin pitää luotettavana, samojen asioiden ja ongelmakohtien toistuttua jokaisen haastattelun vastauksissa.

Taulukko 2. Haastateltavat (n=3)

Haastateltava	Ikä	Haastattelun kesto min
A	28	19:43
B	30	25:25
C	32	11:17

Haastateltaville päätettiin esittää 5 pääkysymystä ja jatkaa keskustelua niiden pohjalta. Tällä tavalla pystyttiin varmistamaan myös se, että vastaukset tulisivat olemaan mahdollisimman laajoja, eikä vain kyllä tai ei vastauksia. Teemahaastattelulla ja tällä tekniikalla haastatteluista saatiin rentoja ja keskeiseen aiheeseen johdattelevia, jotta haastattelija kokisi voivansa puhua mahdollisimman avoimesti.

Liitteessä 2. löytyvät teemahaastattelun kysymykset jaettiin kuuteen keskeiseen teemaan, jotka esitettiin haastattelutilanteissa:

- *Teema 1.*

*Mikä on Majakassa sellainen vetovoimatekijä, joka saa sinut vierailemaan uudestaan?*

- *Teema 2.*

*Miksi käytät palvelujamme, mikä on hyvää mikä huonoa?*

- *Teema 3.*

*Oletko käyttänyt paviljongin tiloja ravintolassa vieraillessasi, jos kyllä niin millaisessa tilanteessa?*

- *Teema 4.*

*Millainen mielekkään paviljongin sinun mielestäsi pitäisi olla?*

- *Teema 5.*

*Minkä tilanteen muuttuessa käyttäisit palvelujamme enemmän?*

- *Teema 6.*

*Mitä viestintäkanavaa käytät eniten ajankohtaisten tietojen saamiseen ravintoloista?*

## 6 Tutkimustulokset

Tutkimukseen haastateltiin Ravintola Majakan paikallisia asiakkaita, jotka vierailevat ravintolassa kesäkauden aikana useaan kertaan. Näkökulmaa Majakan liiketoiminnan kehittämiseen saatiin niin lapsiperheen, tapahtuma- ja ravintola-alan sekä nuorisotyön edustajilta.

Taulukko 3. Haastateltavat (n=3)

Haastateltava	Ikä	Haastattelun kesto min
A	28	19:43
B	30	25:25
C	32	11:17

### Teema 1. Majakka ravintolana

Ensimmäisenä haastatteluissa lähdettiin kartoittamaan haastattelijoiden nykyistä suhdetta ravintolaan, keskustelemalla heidän näkemyksistään Majakan nykyisestä toiminnasta ja tarjonnasta. Haastattelut aloitettiin kysymyksellä ”Mikä on Majakassa sellainen vetovoimatekijä, joka saa sinut vierailemaan uudestaan”, ja kaikissa haastatteluissa yhteisenä tekijänä mainittiin ravintolan aurinkoinen terassi järven rannalla. Muita vastauksia olivat ruoka, tuttu ja mukava henkilökunta sekä Majakan ympäristö kauniine maisemineen sekä vieressä sijaitseva leikkipuisto perheen pienimmille.

Haastateltava B:

*”Yksinkertaisesti paras paikka missä olla kesällä. Sieltä saa ruokaa, sieltä saa juomista, nauttia auringosta siinä terassilla.”*

Teemassa 1 korostui selvästi se, että tärkein tekijä Ravintola Majakan takana on sen suuri terassi järvenrannalla, jossa voi nauttia aurinkoisesta kesäpäivästä.

## **Teema 2. Tarjonta**

Seuraavaksi haastattelu eteni kartoittamaan haastateltavien näkemyksiä nykyisestä tarjonnasta ruoka- ja juomapuolen suhteen. Pääsääntöisesti ruokatarjonta koettiin hyväksi ja tarpeeksi monipuoliseksi kesäravintolalle, ja haastateltavat kertoivatkin käyvänsä kesän aikana ravintolassa syömässä useamman kerran. Tulevaisuudessa uusiin annoksiin suhtaudutaan mielenkiinnolla, sillä aiemminkin uudet annokset ovat olleet mieluisia yllätyksiä. Yhdessä haastattelussa mainittiin, että jotkut annokset ovat tuntuneet hieman mauttomilta, ja että kovin helteisillä keleillä ei tee mieli syödä rasvaista ja kovin raskaasti, minkä takia salaattiannokset ruokalistalla on hyvä vaihtoehto. Lisäksi toivottiin tulevaisuudelle kehitysehdotuksena nopeaa suolaista sormisyötävää, mitä olisi mahdollista saada jo heti tilauksen yhteydessä ruuan odotusajaksi pahimpaan nälkään, ja mitä pystyisi tilaamaan myös keittiön ollessa illalla suljettuna. Moni saapuu Majakkaan nälkäisenä, ja välillä jonot keittiöön ovat yli tunnin mittaiset, joten pieni naposteltava pahimpaan nälkään ruokaa odotellessa olisi erittäin toivottua. Nykyiseen juomatarjontaan oltiin tyytyväisiä ja valikoima koettiin tarpeeksi laajana. Haastatteluissa tuli ilmi Äänekosken työttömyystilanne, jonka vuoksi monet asiakkaat arvostavat edullista perusolutta. Myös erikoisoluille on oma asiakaskuntansa, ja nykyinen valikoima vehnäoluilla, tummalla oluella, IPA ja Corona oluilla koettiin riittäväksi. Trendijuomia, kuten Selzerit, Aperol Spritz ja sangria toivottiin tulevaisuudessa valikoimaan.

Teemassa 2 korostui tyytyväisyys ravintolan ruokalistaan ja juomatarjontaan, mutta pitkät ruokien odotusajat koettiin ongelmallisina.

### **Teema 3. Paviljongin tilojen käyttö aiempina kesinä**

Kysyttäessä haastateltavilta ovatko he käyttäneet paviljongin tiloja ravintolassa vieraillessaan, kaikki vastasivat, että ainoastaan silloin, kun siellä on jotain ohjelmaa. Majakka nähdään kesäterassiravintolana, jonne halutaan tulla nauttimaan kesästä ja auringosta, ja sisätilat eivät houkuttele, koska talvella saa tarpeeksi istuskella ravintoloiden sisätiloissa. Usein ravintolassa kesän aikana vierailevat tietävät, että paviljonki on asiakaskäytössä ja sinne saa mennä aina ravintolan auki ollessa, mutta haastattelussa tuli ilmi, että monesti uudet asiakkaat kysyvät muilta asiakkailta, saako paviljonkiin mennä. Vaikka paviljongin ovi on auki, se näyttää pimeältä ja jos siellä ei ole muita asiakkaita, se vaikuttaa vain ravintolan varastotiloilta. Ravintolan vähäisen varastointikapasiteetin takia paviljongin takaosaa käytetäänkin välillä tavaroiden varastointitilana, joka saattaa uusille asiakkaille näyttää siltä, että paviljonkia ei ole tarkoitettu asiakaskäyttöön vaan henkilökuntatiloiksi.

Haastateltava B:

*”On vaan vähän aikaa tää suomen kesä, niin sit sä saat kuitenkin talvella istua semmoisessa ravintolassa sisätiloissa ihan tarpeeksi sen 6–7 kuukautta.”*

*”Jos sä menet sinne [Paviljonkiin] uutena niin saatat säikähtää, että onkohan tää joku henkilökunnan tila sittenkin.”*

Teemassa kolme huomattiin suurimpana paviljongin ongelmana vähäinen mielenkiinto sitä kohtaan. Sisätilat eivät kykene kilpailemaan aurinkoisen terassin kanssa lämpöisenä kesäpäivänä, eivätkä ne nykyisellään houkuttele asiakkaita myöskään sadepäivinä. Paviljonki nähdään selkeästi erillisenä osana ravintolaa, jonka käyttötarkoitus ei ole kaikille asiakkaille selkeä, varsinkaan arkisin.

#### Teema 4. Paviljonki tilana

Kaikissa haastatteluissa tuli ilmi, että paviljonki nähdään melko pimeänä ja kolkkona, eikä se houkuttele asiakkaita. Sisätilat ovat isot ja kaikuisat mikä vähentää viihtyvyyttä. Myös ulkoasu, kuten koko muulla ravintolalla, nähdään yleisesti ottaen hienona mutta hieman kulahtaneelta, ja se kaipaisi pientä kunnostusta. Haastateltavat toivoivatkin paviljonkiin lisää valoisuutta sekä raikkautta viihtyvyyden kasvattamiseksi.

Haastateltava A:

*”Se ei oo välttämättä hirveen kutsuvan näköinen, koska niin kun mun mielestä se näyttää vähän semmoiselta niin kun joltakin just varastorakennukselta, isolta varastorakennukselta. Vaikka siinä on ikkunat sinne järvelle päin mitkä on siis tosi kivat, siinä on joku vaan semmoinen et sinne ei vaan halua mennä.”*

Haastateltava C:

*”Siistin näköinen, tyyli on hieno mutta sit sitä vois ehkä vähän kunnostamisen puolesta tehdä paremmaksi.”*

4. teemassa tuli ilmi syitä, minkä takia paviljongin tilat ovat asiakkaiden keskuudessa vähäisellä käytöllä. Paviljonkia ei koeta niin viihtyisäksi tilaksi, että siellä tekisi mieli ruokailla tai viettää aikaa ilman erillistä ohjelmaa, vaikka tilaa olisi huonolla kelillä, jolloin myös jonot keittiöön ovat lyhyet. Paikallisille, usein ravintolassa vieraileville, on tuttua, että paviljonkiin saa mennä ravintolan kaikkina aukioloaikoina, mutta harvemmin vieraileville se ei olekaan yhtä selvää. Paviljongin epäkutsuva sisäänkäynti ja kolkko sisus eivät houkuttele asiakkaita.

#### Teema 5. Kehittäminen

Haastatteluissa ilmeni, että erilaiset aktiviteetit paviljongissa lisäisivät sen käytön mielekkyyttä. Puheeksi tulivat edellisenä kesänä kokeillut bingo ja pokeri, eikä ku-

kaan haastateltavista ollut tietoinen tällaisista ohjelmista, vaikka vierailivat ravintolassa säännöllisesti. Bingo ja tietovisa kiinnostivat konseptina, sekä myös erilaiset omatoimiset aktiviteetit kuten darts ja lautapelit, joiden parissa voisi ystäväporukalla viettää iltaa. Lapsiperheille kohdennettua ohjelmaa ei juurikaan ole aiempina vuosina ollut, vaikka lapsiperheet ovat yksi Majakan pääasiakasryhmistä, ja niitä toivottiin järjestettäväksi. Myös erilaiset teemaillat, esimerkiksi mahdolliset viini- ja juustoillat, oluidenmaistelut ja texmex-illat kiinnostivat haastateltavia kovasti.

Haastateltava A:

*”Jos sitä saisi jotenkin tavallaan pienennettyä sitä tilaa just jollakin valoilla tai kankailla, jotka toimisi samalla myös akustiikkaelementteinä ja sisustuselementteinä että siitä saisi paljon intiimimmän oloisen niin sitten se vois olla sadepäivänäkin semmoinen, että siellä olisi kiva tunnelma, et vaikka muuten olisi harmaata, semmoinen lämmin tunnelma et sinne vois mennäkin.”*

Haastateltava C:

*”Miksei sitten jotain dartsin tai pienemmän omatoimisen pelin tynkää. Semmoista pikkutekemistä.”*

Teemassa 5 keskusteltiin paviljongin viihtyvyyden parantamisesta ja erilaisten aktiviteettien lisäämisestä, niin ohjattujen kuin itsenäisten. Erilaiset lautapelit ja muut seurapelit paviljongissa nähdään mukavana mahdollisuutena sadepäiville, ja ohjatut aktiviteetit, kuten viini- ja juustoilta vaikutti kiinnostavalta konseptilta kaikkien haastateltavien keskuudessa. Myös muutokset paviljongin sisätiloissa nähtiin haastatteluissa tarpeellisena, jotta siitä saisi luotua viihtyisemmän ja tunnelmallisemman, niin että asiakkaat jatkossa kokisivat sen paikkana, jossa ruokailla ja viettää aikaa.

## Teema 6. Viestintäkanavat

Haastatteluissa viestintäkanavista kysyttäessä sosiaalisen median tärkeys asiakkaiden tiedottamisessa korostui. Kukaan ei varsinaisia nettisivuja kaivannut, vaan Facebook ja Instagram korostuivat olevan tärkeimmät kanavat nykypäivänä. Facebookista on helppo etsiä yleistä tietoa ravintolaan liittyen, esimerkiksi aukioloajat ja ruokalista, Instagram koetaan helpompana kanavana löytää ravintolan ajankohtaiset päivitykset. Erityisesti Instagramin tarinat osiota pidettiin tärkeänä työkaluna ravintolan markkinoinnissa, sillä niitä käyttäjät katsovat usein niiden visuaalisuuden takia, ja ne katoavat 24 tunnin jälkeen, eivätkä jää ravintolan sivulle roikkumaan. Facebookin tarinat osio vaikuttaa olevan vähemmän suosittu ja seurattu, ja monella Facebookin etusivulla tietotulva on niin valtava, että monet päivitykset hukuvat niiden sekaan ja jäävät monilta kokonaan huomaamatta. Molemmat sosiaalisen median alustat koetaan kuitenkin tärkeinä, koska vaikka monet käyttävät molempia, jotkut käyttävät vain jompaakumpaa, ja näin ne molemmat tavoittavat eri asiakaskunnat. Nuoret ovat siirtyneet käyttämään enemmän Instagramia, koska kuvien kautta selaaminen on helpompaa ja mukavampaa. Myös aktiivinen sosiaalisen median päivittäminen pitää asiakkaiden mielenkiintoa yllä, ja esimerkiksi sadepäivinä olisi hyvä muistuttaa somen kautta, että ravintola on auki kelistä huolimatta, sillä moni saattaa kuvitella, että ravintola ei ole sateisella kelillä auki, jäätelökioskien tapaan.

Haastateltava A:

*”Jos mä etsin jostakin just ravintolasta infoa niin yleensä Facebookista sen löytää. Ensimmäisenä mä kirjotan googleen ja siellä yleensä ekana tarjotaan, jos ei ihan omia nettisivuja, niin sitten Facebook-sivua. Jos on kaks eri somekanavaa niin kun Facebook ja Insta, sä pystyt tavoittaan niin paljon eri ikäryhmiä niillä.”*

*”Ylipäättänsä että sateisena päivänä laitetaan jotakin, niin se on taas semmoinen asia, että sen noteeraa- aini, vaikka sataa niin tää on silti auki.”*

Teema 6 muodostui yhdeksi tutkimuksen tärkeimmäksi teemaksi, ja korosti sosiaalisen median markkinoinnin tärkeyttä nykypäivänä. Aktiivinen sosiaalisen median päivittäminen pitää ravintolan vuorovaikutuksen asiakkaiden kanssa aktiivisena vaikei asiakas olisikaan ravintolassa paikan päällä. Kaksi eri viestintäkanavaa tavoittaa eri kohderyhmät, ja samat päivitykset ovat helposti jaettavissa molempiin eri viestintäkanaviin.

Ravintolan aukioloajat nousivat myös puheenaiheeksi haastatteluissa. Aiempien keksien sunnuntaista torstaihin sulkemisaika kello 20 harmitti usein viime kesän aikana, sillä aurinkoisina ja lämpiminä kesäiltoina olisi mukava istua terassilla iltaan asti, varsinkin jos päivällä ei muiden menojen takia aiemmin ole ehtinyt. Tämä kellonaika miellettiin myös melko aikaiseksi kesäravintolan sulkemiselle kesälomakauden aikana.

## **7 Johtopäätökset**

Haastatteluiden perusteella kerättyjen tietojen mukaan Ravintola Majakka miellettäen niin vahvasti terassiravintolaksi, että sen vahvin vetovoimatekijä on aurinkoisena ja lämpimänä kesäpäivänä suuri, järven rannalla sijaitseva terassi. Kesällä asiakkaat haluavat nauttia lämmöstä ja auringosta ulkona, mistä syystä sisätilat eivät asiakkaita houkuttele, kun vaihtoehtona on ruokien ja juomien nauttiminen ulkona. Tästä syystä on ymmärrettävää, että hyvällä kelillä Paviljongin puolella ei asiakkaita ole, ellei siellä ole mitään erityistä järjestettyä ohjelmaa.

## 7.1 Ravintolapalvelut

Ravintolapalveluiden osalta asiakkaat ovat tyytyväisiä tarjontaan, mutta toivovat valikoimaan lisäksi suolaista sormisyötävää. Tällaisen pitäisi olla sellaista nopeaa ja helppoa tarjoilla asiakkaalle heti tilauksen yhteydessä, jotta heillä olisi jo varsinaista ruokaa odotellessa jotain syötävää pahimpaan nälkään, kun keittiö on ruuhkautunut ja jonot ovat pitkät. Aiempina kesinä asiakkaat ovat pitkästä keittiön jonotilanteesta kuullessaan kyselleet tilausta tehdessä, saavatko ruokansa nopeammin, jos tilaavat pelkästään ranskalaisia. Ne kuitenkin valmistetaan keittiössä, eikä annosvalinta näin vaikuta jonotilanteeseen. Varsinainen keittiössä valmistettava alkuruoka ei tähän tarkoitukseen sovi, sillä se ruuhkauttaisi keittiötä ennestään ja alkuruokienkin saaminen veisi aikaa, eikä Majakan resurssit tällaisenaan tilojen, laitteiden tai henkilökunnan puolesta riitä erikseen valmistettavaan alkuruokaan.

Mikäli tulevaisuudessa ravintolaan tahdottaisiin lisätä keittiöstä erillinen piste alkuruokien valmistukseen, tulisi tiloja remontoida ja hankkia lisää laitteita tähän käyttötarkoitukseen. Myös kiireisimpinä päivinä jokainen henkilökunnasta on jo valmiiksi todella kiireinen annosten valmistamisessa ja tarjoilussa muun asiakaspalvelun ohessa, että alkuruokien valmistamista varten tarvittaisiin lisää henkilökuntaa, ainakin osaksi päivää. Toimiva ratkaisu tähän ongelmaan voisi olla esimerkiksi maissilasatut salsalla, jotka saa nopeasti annettua asiakkaalle heti mukaan, ja yhden annoksen voi jakaa koko pöytäseurue. Näin asiakkaat saisivat heti alkuun pientä naposteltavaa ruoka-annoksiaan odotellessa, eikä se vaikuttaisi keittiön toimintaan, tai hidastaisi tilausten vastaanottoa tiskillä. Myös tällaisen annoksen tarjoilu keittiön aukioloaikojen ulkopuolella olisi mahdollista viikonloppuisin, kun keittiö sulkeutuu muutama tunti ennen muun ravintolan sulkeutumista.

Keittiön koko on ollut jo pitkään yksi ravintolan suurimmista haasteista, ja toiminnan pullonkaula, sillä se ei pysty tuottamaan annoksia siihen tahtiin mitä asiakkaita virtaa.

Tilat ja työtasot ovat pienet, eikä keittiöön mahdu kahta työntekijää enempää kerrallaan. Myös laitteiston puolesta annosten yhtäaikainen valmistus on rajallinen. Suunnitelmissa on ollut keittiön laajentaminen, mikä vaatisi melko suuren remontin koko ravintolaan, mutta toistaiseksi sitä ei ole ollut vielä mahdollista toteuttaa.

Juomapuoleen asiakkaat vaikuttivat haastatteluiden mukaan tyytyväisiltä nykyiseen valikoimaan, jossa löytyy monipuolisesti jokaiselle jotain. Alkoholitonta valikoimaa ravintolassa on erilaisia virvoitusjuomia ja perheen pienimmille, pillimehuja. Alkoholitonta siideriä ja olutta löytyy myös. Alkoholipuolella valikoima on mietojen juomien osalta perusbaarivalikoiman tasoinen, ja väkeviä alkoholijuomia löytyy myös, joskin rajatumpi valikoima. Vaikka Ravintola Majakassa on anniskeluoikeudet, se on ensisijaisesti koko perheen ruokaravintola, eikä siellä siksi ole kaikkien juomien osalta valikoima yhtä kattava kuin baareissa.

Viimevuosien aikana uusina juomatrendeinä ovat tulleet Selzerit ja Aperol Spritzit, jotka sopivat hyvin lämpöisien päivien terassi juomiksi. Myös sangriakannu on suosittu seurueen kesken jaettava juoma, joka on helppo valmistaa ravintolan perusaineksista. Tällaisille juomille on myös oma asiakaskuntansa, ja valikoiman kanssa on hyvä pysyä mukana trendien menossa.

Haastattelujen perusteella voidaan myös todeta, että valikoiman on hyvä olla tarpeeksi laaja, jotta erilaisten asiakkaiden tarpeet tulee huomioitua. Kesäterassilla lämpimällä kelillä on mukava ottaa joku hieman erikoisempi olut mitä normaalisti ei tule juotua, mutta on myös niitä asiakkaita, kenen valinta on se edullisin olut hanasta.

## **7.2 Paviljonki**

Paviljongin osalta haastatteluista voidaan päätellä, että paviljonkia ei koeta kovin viihtyisäksi paikaksi viettää aikaa ravintolassa vieraillessa. Mikäli sen tiloja ei koeta viihtyisäksi, ei se myöskään ole vaihtoehto asiakkaalle ruokailupaikkana. Sadepäivänä

viileä ja märkä terassi ja epäviihtyisä paviljonki sisätiloineen ei kumpikaan ole mieluisa vaihtoehto asiakkaalle, eikä siksi huonolla kelillä ravintolaan tule lähdettyä.

Pintojen kunnostaminen ja valaistuksen lisääminen esimerkiksi erilaisilla valonauhoilla ja lyhdyillä toisivat tiloihin tunnelmaa ja siisteyttä. Myös LED-kynttilät pöydissä toisivat oman säväyksensä, eivätkä olisi turvallisuus riski niin kuin oikeat kynttilät. Erilaisilla kasveilla saisi tuotua tiloihin asiakkaiden kaipaamaa raikkautta.

Tulevina kesinä on myös tärkeää saada viestitettyä asiakkaille paviljongissa olevista asiakaspaikoista, ja ensisijaisesti se, että sisälle saa mennä, kun se edellisinä kesinä on ollut joillekin epäselvää. Vaikka paviljongin ulko-ovea pidetään auki aina ravintolan ollessa auki, on sen sisätilojen pimeys ja hiljaisuus voinut näyttää asiakkaiden silmissä siltä, että mikäli siellä ei ole ohjelmaa, ei se ole käytössä. Sekä sisätiloista että sisäänkäynnistä olisi tehtävä kutsuvan näköinen, että asiakkaan mielenkiinto herää, ja hän haluaa astua sisälle.

Erilaiset aktiviteetit paviljonkiin ovat haastattelujen mukaan toivottuja, sekä ohjatut että itsenäisesti toteutettavat. Erilaiset lauta- ja korttipelit ovat suosittua ajanvietettä kaiken ikäisten keskuudessa, ja harmaina sadepäivinä kun ulkona ei viitsi olla, voisi Majakkaan tulla viettämään kavereiden kesken aikaa pelejä pelaamalla. Myös darts-taulu on helposti toteutettava, kunhan sille järjestetään selkeä paikka tarpeeksi erillään paviljongin istumapaikoista asiakkaiden turvallisuuden takaamiseksi. Myös bingo ja tietovisa kiinnostivat haastateltavia hauskoina leikkimielisinä kilpailuina, joihin on mukava osallistua kaveriporukalla.

Ohjattua ohjelmaa lapsille on aikaisempina vuosina järjestetty todella vähän. Kesällä 2022 järjestettiin Suolahden satamassa yhteistyössä Äänekosken kulttuuritoimen kanssa Maukan ja Väykän Tarinapaatti – esitys, jonka jälkeen Äänekoskelainen Tauri Jore saapui Majakan pihaan viihdyttämään asiakkaita. Tapahtuma veti paikalle paljon lapsiperheitä, mutta lähes kaikki perheet saapuivat paikalle vain seuraamaan ohjelman, ja lähtivät heti sen päätyttyä käyttämättä ravintolan muita palveluja lain-

kaan. Sää oli sinä päivänä melko pilvinen, eli ei kovin houkutteleva jäätelön ostamiselle, ja voi olla, että väen paljous aiheutti perheille mielikuvan ruuhkasta ja pitkistä jonoista ravintolassa, minkä takia myynti ravintolassa oli erittäin pieni väen määrään nähden.

Haastatteluissa esiin nousseet viini- ja juustoilta sekä oluiden- ja mahdollisesti viinienmaistelun järjestäminen herätti mielenkiintoa, ja haastateltavat uskoivat, että niihin varmasti osallistuisi asiakkaita. Konseptiltaan nämä myös olisivat sellaisia, jotka istuisivat Majakan toimintaan hyvin. Viini- ja juusto ilta on helpoin järjestää, mutta maisteluiltojen järjestäminen vaatii yhteistyön panimoiden kanssa juomineen ja esittelijöineen. Teemaillat erilaisine ruokineen on myös mahdollinen mutta vaatii suunnittelua, keittiön tilojen ja laitteiden olevan rajalliset tiettyjen ruokien valmistamiseen. Ruokateemat, joiden valmistaminen onnistuu keittiön varusteilla, on kokeilemisen arvoinen idea, kunhan asiakkaita saa tiedotettua tällaisista illoista hyvissä ajoin.

### **7.3 Asiakasviestintä**

Asiakasviestintä on yksi Ravintola Majakan suurimmista haasteista. Kuten haastatteluissa kävi ilmi, edellisenä kesänä paviljongissa järjestettyjen bingon ja pokerin kohdalla asiakasviestintä epäonnistui, sillä edes asiakkaat, jotka vierailivat ravintolassa säännöllisesti, eivät olleet tietoisia näistä viikko-ohjelmista.

Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus Ry:n Jyrki Kasvi (2019) määrittelee digitalisaation toiminnan parantamista tai muuttamista tietotekniikan avulla. Yrityksen palvelujen, tai osan niistä, siirtyminen internetiin mahdollistaa palvelujen tuonnin lähelle asiakasta ilman että asiakas vierailee yrityksessä paikan päällä. Digitalisaatio lisää parantaa myös asiakaspalvelua, sillä jo selkeiden ja tarpeellisten tietojen löytyminen yrityksestä ja sen palveluista sen verkkosivuilla, on jo hyvää asiakaspalvelua, jo ennen kuin asiakas on mahdollisesti edes vierailut yrityksessä (Ilmarinen & Koskela 2015,

105). Ravintolan yhteystiedot, aukioloajat ja ruokalista ovat tärkeitä tietoja asiakkaalle jo ennen kuin he vierailevat ravintolassa, ja näiden tietojen on oltava helposti löydettävissä verkkosivuilla tai sosiaalisen median kanavissa.

Sosiaalinen media on nykyään niin suuri osa ihmisten elämää, että yrityksiä on pidettävä omat somesivunsa aktiivisina, jotta seuraajien mielenkiinto pysyy yllä. Ravintola Majakalla on Facebookissa 1300 seuraajaa ja Instagramissa 827. Facebook julkaisuissa seuraajien tavoitettavuus on melko kattava, ja varsinkin kesäaikaan, kun ravintola on toiminnassa, vuorovaikutus päivitysten ja asiakkaiden välillä on aktiivista.

Facebook on ollut Ravintola Majakan ensisijainen kanava asiakasviestintään, ja Instagram toissijainen. Mutta kuten haastatteluista kävi ilmi, Instagram alkaa olla ihmisillä aktiivisemmassa käytössä kuin Facebook, ja sivujen tarinat ja päivitykset on helppompaa huomata Instagramissa niiden visuaalisuuden vuoksi. Jatkossa ravintolan täytyykin siis päivittää Instagramia yhtä paljon kuin Facebookia, ja muistaa tehdä päivityksiä aktiivisesti koko kesän ajan.

Majakkan Instagram -sivua selatessa huomattiin, että kesäkuussa päivityksiä oli paljon, kun taas heinä- ja elokuussa päivitykset vähenivät. Tämä voisi johtua esimerkiksi siitä, ettei tapahtumia ole ollut heinäkuussa tai elokuussa, jolloin päivityksiä on tehty vähemmän. Kuten jo aiemmin mainittiin, olisi hyvä muistaa päivitellä sivuja koko kesän ajan, jotta ihmisten mielenkiinto ja kuvien näkyvyys saavuttaisi asiakasryhmät. Mikäli tapahtumia ei ole, voisi Instagramia päivittää esimerkiksi ruoka-annos kuvilla tai vaihtuvilla tarjouksilla.

Facebookin vahvuus on ollut helppo tapa ilmoittaa Majakkaan tulevista esiintyjistä tapahtumien luontien kautta. Niille on Majakan omalla sivulla oma osionsa, mistä näkee kaikki lisätyt tulevat ja menneet tapahtumat. Tapahtumia on järjestetty kerran viikkoon aina lauantaisin, ja välillä ne julkaistaan Facebookissa jo hyvissä ajoin monta viikkoa etukäteen. Siksi on tärkeää, että niille on oma helposti löydettävä osionsa, josta näkee kaikki tulevat tapahtumat kerralla.

Aiempina kesinä asiakkailta on tasaiseen tahtiin tullut kyselyjä, onko Ravintola Majakalla omat nettisivut. Nettisivuja ei ole ollut käytössä, mutta ne olisivat yksi viestintäkanava lisää asiakkaiden tiedottamiseen. Yhtä kätevät ne eivät ole ajankohtaisten ja nopeasti asiakkaiden tietoon saatavien asioiden julkaisuun, mutta selkeät ja kompaktit kotisivut ovat helppo tapa antaa asiakkaiden ulottuville perustiedot ravintolasta, kuten yhteystiedot, aukioloajat ja ruokalista. Sosiaalisen median alustoilla yrityssivut joutuvat noudattamaan alustan valmista profiilipohjaa, eikä kaikkia haluttuja tietoja välttämättä saa etusivulle selkeästi esiin.

## **Pohdinta**

Ravintola Majakasta ei ole aiemmin tehty opinnäytetyötä eikä kehittämistutkimusta, joten tämän opinnäytetyön merkitys Majakalle oli suuri ja sen liiketoiminnan kehittäminen tulevaisuudessa entistä kilpailukykyisemmäksi ja vetovoimaisemmaksi oli tärkeää.

Aloitimme opinnäytetyön viime syksynä Ravintola Majakan kanssa. Aihe oli lähes heti selvä, sillä toinen opinnäytetyön kirjoittajista työskenteli Majakassa ja oli jo valmiiksi pohtinut aihetta viime kesän aikana. Opinnäytetyön tutkimusongelma määräytyi siis heti opinnäytetyön alussa. Tämän avulla saimme myös määriteltyä tutkimuskysymykset ja haastattelun teeman. Heti alusta oli selvää, että tutkimus toteutettaisiin laadullisena tutkimuksena ja pohdintojen jälkeen päädyimme teemahaastatteluun. Valitsimme haastattelumuoto palveli meitä erittäin hyvin, sillä saimme laajasti erilaisia vastauksia kysymyksiimme ja jokainen niistä oli kohdistettu suoraan tutkimusongelmaamme, jolloin kaikki vastaukset olivat erittäin hyödyllisiä. Suunnittelimme kaikki kysymyksemme niin, että niiden vastaukset olisivat mahdollisimman laajoja ja saimme niistä mahdollisimman paljon irti.

Aloitimme opinnäytetyön kirjoittamisen Majakan yrityshistoriasta, sillä koimme, että on tärkeää kertoa heti ensimmäisenä mistä on kyse ja miten Majakka on saanut alkunsa. Saman yläotsikon alle kirjoitimme myös Majakassa järjestettävistä tapahtumista, jotta lukija saa tietoa millaisia tapahtumia Majakassa on järjestetty.

Teoriaosuutena kirjoitimme palvelumuotoilun perusteista ja palvelupolusta. Lähdimme tutkimaan palvelumuotoilua ja käyttämään ja vertaamaan hyvien palvelumuotojen kontaktipisteitä Majakan toimintaan. Kävimme vaihe vaiheelta läpi Majakan palvelutapahtuman asiakkaan näkökulmasta. Teimme myös havainnollistavan kuvion tilannetta kuvaamaan (kuvio 9.), jossa kävimme läpi motivaation, polun, kontaktipisteet ja ihmiset, jotka asiakas kohtaa palvelupolun aikana.

Koimme myös tärkeäksi ottaa selvää Majakan kilpailijoista, joten lähdimme etsimään muita kesäravintoloita, joiden toiminta olisi lähellä Majakan toimintaa. Tästä osiosta teimme havainnollistavan taulukon (taulukko 1.), jossa kävimme läpi kahdeksan eri ravintolan sijainnit, aukioloajat, ruokalistat ja muut palvelut. Näistä kahdeksasta ravintolasta koimme Majakan keskeisimmiksi kilpailijoiksi Ravintola Matilan Ankkurin ja Cafe Rantapuiston, sillä molemmat ravintolat sijaitsevat Äänekosken kaupungin alueella ja ovat toiminnoiltaan samankaltaisia kuin Majakka.

Päätimme myös käydä opinnäytetyössämme läpi 2020 alkanutta koronapandemiaa, sillä se on vaikuttanut hyvin monen ravintola yrittäjän toimintaan. Majakan ollessa kesäravintola, korona ei ole aiheuttanut suurta häviötä tai muutosta Majakalle, sillä rajoituksia on useimmiten höllätty kesää kohden.

Teemahaastattelut sujuivat hyvin ja oli hienoa, että vastaajat olivat aidosti kiinnostuneita aiheesta ja valmiita pohtimaan parannusehdotuksia tutkimusongelmaamme. Saimme kerättyä paljon dataa, jota käyttää ja olimme erittäin tyytyväisiä lopputulokseen ja saatuun tiedon määrään. Uskomme, että ilman päätöstä teemahaastattelusta emme olisi saaneet näin laajaa ja luotettavaa dataa.

Ennen haastatteluja kaikille haastateltaville kerrottiin haastattelujen nauhoittamisesta ja, että vastauksia tullaan käyttämään ainoastaan opinnäytetyötutkimuksesamme. Kaikki tieto käsitellään anonyymisti eikä vastaajia voida tunnistaa haastatteluissa annettujen vastauksien perusteella. Tutkimuksen päätyttyä tutkimuksesta kerätty data tullaan hävittämään.

Suurella määrällä dataa pystyimme lähteä pohtimaan Majakan kipupisteitä, joihin lähdimme keksimään ratkaisuja. Paviljonki sai paljon uutta ideaa, sillä haastattelujen avulla saimme tietää miksi ihmiset eivät käyttäneet sitä. Lähdimme miettimään parannusideoita paviljongille, jotta se olisi houkuttelevampi ja ihmiset tietäisivät, että se on käytettävissä. Ongelmaksi muodostui myös ruokapuoli, sillä moni mainitsi haastatteluissa pitkän odotusajan ruokien odottelussa. Tämä ongelma johtui siitä, että ravintolan keittiö on hyvin pieni ja ruokia voi valmistaa vain muutamia yhtä aikaa. Vaihtoehdoksi ehdotettiin esimerkiksi pieniä sormiruokia, mutta niidenkin valmistukseen tarvittaisiin keittiöhenkilökuntaa ja lisälaitteita. Ratkaisuksi päädyimme johonkin pienen eli esimerkiksi nacholautaseen, jolloin se olisi helppo tehdä tiskillä ja asiakas saisi sen heti mukaansa. Viimeisenä suurempana ongelmana ilmeni Majakan viestintäkanavien vähäinen käyttö. Sosiaalinen media on hyvin tärkeä ja iso osa ihmisten elämää nykypäivänä, joten siihen kannattaa panostaa. Majakan olisi hyvä keskittyä viestintäkanaviin jatkossa enemmän ja päivittämään sivujaan asiakkaille tiheimmin.

Yhteenvetona paviljongin käyttämättömyyteen ja opinnäytetyön tutkimusongelmaan ihmiset kokivat paviljongin tilat kolkkoina ja erehtyivät myös luulemaan sitä varastotilaksi. Paviljonki kaipaisi siis raikkautta, valoisuutta ja pientä sisustamista, jolloin siitä saataisiin heti kutsuvampi ja miellyttävämpi. Viestintäkanavien vähäinen käyttö oli myös johtanut siihen, ettei edes monikaan vakioasiakkaista ollut tiennyt tietyistä Majakan tapahtumista. Haastattelujen perusteella Majakka on kesäpäivän terassiravintola ja se täyttää ihmisten perustarpeet.

Tutkimuksen lopuksi haluamme vielä kiittää Ravintola Majakkaa ja kaikkia haastateltavia.

## Lähteet

- Aneja, S. 2020. Effectively Tracking Customer Journeys is Vital for Improving Your Customer Experience. Artikkelit palvelupolusta Customer Think sivulla 4.12.2020. Viitattu 12.5.2022. <https://customerthink.com/effectively-tracking-customer-journeys-is-vital-for-improving-your-customer-experience/>
- Barwitz, N. & Maas, P. 2018. Understanding the Omnichannel Customer Journey: Determinants of Interaction Choice. Journal of interactive marketing, 43, 116-133. Viitattu 12.5.2022. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.02.001>
- De Fresnes, A. 2021. Ravintolarajoitukset kevenevät helatorstaina ympäri maata – Uudellamaalla valomerkki joko klo 18 tai 19, perustasolla klo 00, ja terasseilla saa tanssia. Uutinen ylen verkkosivulla 12.5.2021. Viitattu 30.3.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-11926982>
- De Fresnes, A. 2021. Ravintoloiden rajoitukset poistuvat torstaina isossa osassa Suomea kokonaan – Uudellamaalla valomerkki siirtyy puoleenyöhön. Uutinen ylen verkkosivulla 22.6.2021. Viitattu 30.3.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-11993884>
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.
- Haastattelut. Jyväskylän Keski-Suomen museon verkkosivuilla oleva tietosivu haastatteluiden tallennusmenetelmistä. Viitattu 10.5.2022. <https://www.jyvaskyla.fi/keskisuomenmuseo/tietopalvelu/ohjeita-nykydokuun/tallennusmenetelmat/haastattelut>
- Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio: yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.
- Kananen, J. 2014. Verkkotutkimus opinnäytetyönä. Laadullisen ja määrällisen verkkotutkimuksen opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Koski, J. 2019. Digi digi digi. Artikkelit digitalisaatiosta Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus Ry:n verkkosivulla 15.10.2019. Viitattu 10.5.2022. <https://tieke.fi/digi-digi-digi/>
- Laadullisen tutkimuksen tekeminen. Nd. Artikkelit laadullisen tutkimuksen tekemisestä. Viitattu 22.2.2022. <https://fi.surveymonkey.com/mp/conducting-qualitative-research/>
- Niemonen, R. 2021. Ravintolarajoitukset kiristyvät jälleen – pilkku tulee puoleltaöin kuudella uudella alueella. Uutinen ylen verkkosivulla 29.7.2021. Viitattu 30.3.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-12039321>
- Orjala, A. 2021. Kannattaako suunnitella ulkomaanmatkaa, järjestetäänkö festareita, miten käy juhlien? 9 kysymystä ja vastausta toisesta koronakesästä. Uutinen ylen verkkosivulla 26.5.2021. Viitattu 30.3.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-11948787>
- Ravintola Majakan viikonloppu. 2021. Ääniä Festivaalin esiintymispaikkakohtainen tietosivu Ääniä Festivaalin verkkosivuilla. Viitattu 8.12.2021. <https://aaniafestivaali.fi/ravintola-majakan-viikonloppu/>

Ravintolarajoitukset koronaepidemian aikana. 2022. Ajankohtainen tietosivu voimassa olevista rajoituksista ja velvoitteista valtioneuvoksen sivuilla. Viitattu 30.3.2022. <https://valtioneuvosto.fi/tietoa-koronaviruksesta/rajoitukset-ja-suositukset/ravintolarajoitukset>

Ravintolat ja kahvilat. N.d. Visit Jyväskylän verkkosivu keskisuomen ravintoloista. Viitattu 9.2.2022 <https://visitjyvaskyla.fi/syo-juo/ravintolat-kahvilat/>

Strömberg, J. 2021. Ravintoloille uusia lievennyksiä ja erilaisten yleisötapahtumien järjestäminen helpottuu – katso, mikä muuttuu ja missä. Uutinen ylen verkkosivulla 8.6.2021. Viitattu 30.3.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-11971249>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Törrönen, V. 2020. Mikä on palvelupolku? Miten se kannattaa tehdä? Blogikirjoitus palvelupolusta Kreapalin verkkosivulla 24.2.2020. Viitattu 25.1.2022. <https://www.kreapal.fi/blogi/mika-on-palvelupolku/>

Uusitalo, K. 2021. Ravintola-alaa vaivaa nyt niin kova työntekijäpula, että jotain on tehtävä – ravintolapomo puuttuisi alan sunnuntailisiin. Artikkelin ylen verkkosivulla 22.7.2021. Viitattu 7.4.2022. <https://yle.fi/uutiset/3-12021811>

Virrankoski, A. 2013. Palvelumuotoilu toi uuden toimintakulttuurin. Signum 3: 30.9.2013. Viitattu 9.5.2022. <https://journal.fi/signum/article/view/8669/6388?acceptCookies=1>

## Liitteet

### Liite 1. Haastattelun saatekirje

Saate teemahaastatteluun osallistuville

22.4.2021

Hei,

kiitos halukkuudestanne osallistua opinnäytetyöhömmme liittyvään haastatteluun. Opinnäytetyömme aiheena on Suolahden Ravintola Majakan liiketoiminnan kehittäminen. Haastattelu toteutetaan teemahaastatteluna, jossa tarkoituksena on käydä läpi Ravintola Majakan palveluja ja toimintaa, erityisesti Paviljonkiin liittyen. Teemahaastattelu on keskustelunomainen tilanne, jossa haastateltavalla on vapaa puheenvuoro. Haastatteluun on hyvä varata aikaa noin yksi tunti.

Haastattelutilanteet nauhoitetaan, ja saatua tietoa tullaan käyttämään osana opinnäytetyömme tutkimusta. Vastaukset tullaan käsittelemään anonymisti, eikä haastateltavia pystytä tunnistamaan vastauksista opinnäytetyössä.

Ystävällisin terveisin,

Sara Niskanen & Sanni Niemelä

Matkailu- ja palveluliiketoiminta

Jyväskylän ammattikorkeakoulu

## **Liite 2. Haastattelurunko**

### **Haastattelurunko (Keskustelua ohjaavat kysymykset)**

Mikä on Ravintola Majakassa sellainen vetovoimatekijä, joka saa sinut vierailemaan ravintolassa uudestaan?

Miksi käytät palvelujamme, mikä on hyvää ja mikä huonoa?

Oletko käyttänyt Paviljongin tiloja ravintolassa vieraillessasi?

Millaisessa tilanteessa?

Minkä tilanteen muuttuessa käyttäisit palvelujamme enemmän?

Millainen mielekkään Paviljongin pitäisi mielestäsi olla?

Mitä viestintäkanavaa käytät ensisijaisesti ajankohtaisten tietojen saamiseen ravintolasta?