



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

Itsepalvelukassat lounasravintoloissa

Jenni Juuti

Opinnäytetyö
Toukokuu 2017
Palveluliiketoiminta



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Palveluliiketoiminta

JUUTI JENNI:
Itsepalvelukassat lounasravintoloissa

Opinnäytetyö 36 sivua, joista liitteitä 2 sivua
Toukokuu 2017

Työn tarkoituksena on tutkia, miten itsepalvelukassa vaikuttaa asiakaskokemukseen. Työssä selvää, mitä ihmiset odottavat palvelulta ja missä tilanteissa he ovat valmiita käyttämään itsepalvelukassoja. Työtä ei ole tehty minkään yrityksen toimeksiantona. Työstä on mahdollisesti hyötyä yrityksille, jotka harkitsevat itsepalvelukassojen hankintaa omaan yritykseen.

Tutkimuksessa ihmisten ajatuksiin itsepalvelukassoista perehdyttiin e-lomakekyselyn avulla. Yritysten näkökulma huomioitiin työssä lounasravintolan ravintolapäällikön asi-
antuntijahaastattelulla. Tutkimuksen tulosten analysoinnissa käytettiin sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä, jotta tutkimuskohteesta muodostuisi mahdollisimman laaja käsitys.

Onnistuneen palvelukokemuksen piirteisiin kuuluu asiakkaiden odotuksien ylittyminen sekä asiakkaiden tarpeiden täytyminen. Tässä tutkimuksessa palvelukokemuksen tärkeimmiksi asioiksi nousi asiakaspalvelu, palvelun nopeus sekä vaivattomuus. Yritysten liitännäispalvelujen toimiessa moitteettomasti on tutkimuksen perusteella mahdollista saada onnistunut palvelukokemus asiakkaan käyttäessä itsepalvelukassaa. Asiakkaat haluavat saada yritykseltä tarvitsemansa palvelun, mutta maksutapahtumassa ei enää välttämättä tarvita kassahenkilöä tai -tarjoilijaa.

Asiakkaat kaipaavat tutkimuksen mukaan edelleen kontaktia asiakaspalvelijan kanssa. Itsepalvelukassa on kuitenkin hyvä lisäpalvelu yritykseen perinteisten kassojen rinnalle, sillä tutkimuksen mukaan pelkkä itsepalvelukassa ei täytä asiakkaiden odotuksia palvelutapahtumassa. Itsepalvelukassat mahdollistavat siis asiakaskokemuksen rikastuttamisen, koska asiakkaalla on maksutilanteessa valinnanvapaus toimia parhaaksi katsomallaan tavalla.

Asiasanat: itsepalvelukassa, palvelukokemus, asiakaskokemus, digitalisoituminen

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme of Hospitality Management

JUUTI, JENNI:
Self-service Checkouts in Lunch Restaurants

Bachelor's thesis 36 pages, appendices 2 pages
May 2017

The purpose of this thesis is to study how self-service checkouts affect the customer experience. The work outlines what people are expecting from the service and in what situations they are willing to use self-service checkouts. This thesis was not conducted for any specific company, but it might benefit businesses, which are considering purchasing self-service checkouts.

In this study, consumers' thoughts about self-service checkouts were studied through an e-form questionnaire. The business perspective was considered by interviewing a restaurant manager at a lunch restaurant. In analyzing the results of the survey and the interview, both quantitative and qualitative methods were used to make the subject of the study as extensive as possible.

The features of a successful service experience include exceeding customers' expectations and meeting customer needs. In this study, customer service, service speed and ease were the most important issues in the service experience. According to this study, it is possible to have a successful service experience if the company's ancillary services function properly. Customers want to get the service they need, but the payment transaction no longer necessarily requires an employee.

According to the study, customers still seek traditional face-to-face assistance from a cashier. Self-service, however, is a good additional service to the company alongside cash registers, as the study shows that self-service checkouts alone do not fulfil customer expectations. Self-service checkouts therefore can enrich the customer experience by giving the consumers the choice of either a face-to-face interaction or the ability to use the self-service checkout option to complete their transaction.

Key words: self-service checkouts, service experience, customer experience, digitalisation

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	PALVELU	7
	2.1 Palvelukokemus	7
	2.2 Asiakaskokemus	8
	2.3 Asiakaskokemuksen laadun arviointi	10
3	RAVINTOLA-ALAN DIGITALISOITUMINEN.....	12
	3.1 Ravintoloiden kassajärjestelmät	12
	3.2 Itsepalvelukassat	13
	3.3 Maksutavat ja maksuvälineet.....	14
	3.4 Asiakaspalvelu perinteisenä palvelumuotona.....	15
4	Case: Tampereen yliopiston lounasravintolan itsepalvelukassa.....	18
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	20
6	TULOKSET	21
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	30
	LÄHTEET.....	33
	LIITTEET	35
	Liite 1. E-kyselylomake	35

1 JOHDANTO

Työssä selvitetään, mitä ihmiset odottavat palvelulta ja missä tilanteissa he ovat valmiita käyttämään itsepalvelukassoja. Tavoitteena on saada vastaus kysymykseen siitä, kannattaako itsepalvelukassoja hankkia lounasravintoloihin. Työtä ei ole tehty minkään yrityksen toimeksiantona. Työstä on mahdollisesti hyötyä yrityksille, jotka harkitsevat itsepalvelukassojen hankintaa omaan yritykseen. Työssä pohditaan, onko palvelukokemuksen odotukset muuttuneet vuosien saatossa. Itsepalvelukulttuuri on noussut arkipäiväiseksi palvelumuodoksi, vaikka samalla puhutaan asiakaskokemuksen rikastuttamista. Työn tuloksilla luodaan käsitys siitä, pystytäänkö itsepalvelulla vaikuttamaan positiivisesti asiakkaan palvelukokemukseen.

Työn päätutkimuskysymyksenä oli, miten itsepalvelukassa vaikuttaa asiakaskokemukseen. Apukysymyksinä oli mikä vaikuttaa itsepalvelukassan valintaan ja miten kassatarjoilijan työnkuva muuttuu yrityksessä, johon itsepalvelukassa hankitaan. Itsepalvelukulttuurista, itsepalvelukassoista ja miten ne vaikuttavat palveluun ja palvelukokemukseen ei ole juurikaan tehty tutkimuksia. Itsepalvelukassojen ollessa arkipäivää päivittäistavara-kaupoissa ja niiden yleistyessä myös ravintoloissa, on ajankohtaista selvittää, mitä mieltä asiakkaat ovat tästä uudistuksesta.

Lounasravintolalla tarkoitetaan ravintolaa, joka pääsääntöisesti toimii lounasaikaan. Esimerkkeinä tästä ovat henkilöstöravintolat ja opiskelijaravintolat. Lounasravintolamaailmassa on kiireistä ja asiakkaita voi olla monta tuhatta, kaikilla on mahdollisesti kiire takaisin työn tai opintojen pariin. Tutkimuksen kannalta on mielekästä selvittää, mitä ihmiset oikeastaan kaipaavat palvelutapahtumassa. Esimerkiksi riittääkö vain se, että saadaan ruoka mahdollisimman nopeasti vai jäävätkö asiakkaat kaipaamaan palvelutapahtumassa asiakaspalvelijaa. Itsepalvelukassojen myötä myös kassatarjoilijan rooli saattaa muuttua. Kassatarjoilija voidaan siirtää avustaviin tehtäviin, joita ovat esimerkiksi linjaston ylläpito tai ravintolan siisteydestä huolehtiminen. Ravintolan siisteys ja ruoan saatavuus vaikuttavat palvelutapahtumaan merkittävästi.

Ihmisten kuluttamiskäyttäytymistä kuvataan kirjallisuudessa sanalla hybridikuluttaminen. Hybridikuluttaminen tarkoittaa sitä, että ihminen ei ole yhden ravintolan kanta-asiakas eikä halua aina samanlaista palvelua. Hän saattaa toisinaan haluta lounaalla nopeasti

mukaan saatavan annoksen tai vaihtoehtoisesti lounastaa rauhassa ilman kiirettä. Digitalisuus tuo monia mahdollisuuksia asiakkaille heidän vieraillessaan ravintolassa. Ravintolan ruokalistoja ja arvosteluja on pystynyt jo kauan selaamaan internetin kautta ennen kuin ravintolassa on edes päätetty vierailta. (Erkko 2015.)

Ravintola-ala on tällä hetkellä suuressa muutoksessa maailman digitalisoituessa ja myös asiakkaiden kulutuskäyttäytyminen muuttuu sen myötä. Itsepalvelukassoja näkee jo melkein jokaisessa päivittäistavarakaupassa ja näyttää siltä, että ne ovat myös löytäneet käyttäjäkuntansa. Esimerkiksi vaasalainen Oy Winpos Ab on kehittänyt ravintola-alalle suunnattuja itsepalvelukassajärjestelmiä, joita on otettu käyttöön suomalaisissa lounas- ja pikaruokaravintoloissa.

Tutkimuksessa kohderyhmän ajatuksiin itsepalvelukassoista perehdyttiin e-lomakekyselyllä, joka lähetettiin Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoille sekä Tampereen yliopiston henkilökunnalle. Työhön toi yrityksen näkökulmaa Tampereen yliopiston lounasravintolan ravintolapäällikön asiantuntijahaastattelu. Tutkimustulosten analysoinnissa hyödynnettiin sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista menetelmää, jotta tutkimuskohteesta muodostuisi mahdollisimman laaja käsitys.

Onnistuneen palvelukokemuksen piirteisiin kuuluu kirjallisuuden mukaan asiakkaan odotuksien ylittyminen sekä asiakkaiden tarpeiden täyttyminen. Tässä tutkimuksessa palvelukokemuksen tärkeimmiksi asioiksi nousi asiakaspalvelu, palvelun nopeus sekä vaivattomuus. Yritysten liitännäispalvelujen toimiessa moitteettomasti on mahdollista saada onnistunut palvelukokemus, vaikka asiakas olisi käyttänyt itsepalvelukassaa. Edelleen halutaan saada yritykseltä tarvitsemansa palvelun, mutta välttämättä siihen ei enää vaadita asiakaspalvelijaa. Odotukset siis siitä, mitä palvelukokemus on, ei ole muuttunut vaan jalostunut nykytilanteeseen sopivammaksi.

2 PALVELU

2.1 Palvelukokemus

Palvelulla tarkoitetaan sellaista toimintaa, joka helpottaa asiakasta tekemään jotakin. Yleensä palvelu on vuorovaikutusta, tekemistä, tapahtumaa, toimintaa tai se on jonkinlainen suoritus. Palvelu määritellään pääasiassa aineettomaksi toiminnaksi, jossa asiakaspalvelija antaa asiakkaalle tarvitsemansa. Palvelutapahtumassa kysymys on aina siitä, että asiakas saa tyydytystä tarpeisiinsa. Tarpeita on esimerkiksi nälkä, jolloin asiakas haluaa saada ruokaa ja hänellä ei ole sillä hetkellä mahdollisuutta tehdä itse ruokaa. Tuotteen saaminen asiakkaalle edellyttää palvelua, joka kruunaa koko palvelukokemuksen. (Tuulaniemi 2011, 30; Eräsalo 2011, 12.)

Palvelukokemukseen liittyy hyvin vahvasti myös erilaisia osa-alueita, jotka luovat palvelukokemuksen. Palvelukokemuksen yksi monista tekijöistä on palveluilmapiiri, johon liittyy kaikki se, mitä asiakas kokee ja näkee saapuessaan palvelutapahtumaan. Asiakas saattaa kiinnittää huomiota työntekijöiden väliseen kommunikointiin, ovatko työntekijät iloisia ja ystävällisiä vai tuntuuko, että ilmapiiri on huono. Palveluhenkisyys vaikuttaa myös suuresti asiakkaan kokemukseen. Asiakkaalle välittyy hyvä kuva yrityksestä, jos asiakaspalvelijat ovat iloisia ja tulevat toimeen asiakkaiden kanssa. Hyvä asiakaspalvelija tulee toimeen erilaisten asiakkaiden kanssa ja jos on huono päivä, he eivät anna sen näkyä asiakkaille. (Hemmi, Häkkinen & Lahdenkauppi 2008, 47–48.)

Palvelukokonaisuus kootaan ydinpalvelun ympärille. Ravintolaan mennessä ydinpalvelu on ruokailu, mutta ennen kuin asiakas saapuu ydinpalveluun, asiakas käyttää muitakin palveluita, kuten asiakaspalvelua. (Hiekkataipale, Keränen & Soininen 2008, 13.) Ravintoloiden tulee miettiä millaista palvelukokonaisuutta he asiakkaalle haluavat tarjota. Ravintolaan saapuessa asiakkaalla on odotukset sekä vaatimukset. Ravintolan tulee siis miettiä mahdollisia keinoja, miten tyydyttää asiakkaan tarpeet. (Hemmi ym. 2008, 48.) Palvelukokonaisuuden suunnitteluun vaaditaan osaamista, tekniikkaa sekä hyviä raaka-aineita. Palvelukokonaisuuden onnistumisen ratkaisee kuitenkin se, miten asiakaspalvelu on onnistunut. Asiakaspalvelua on mahdotonta varastoida ja toistaa aina samanlaisena, se syntyy aina uudestaan ja aina erilaisena. (Hiekkataipale ym. 2008, 15.)

Palvelutapahtuman aikana asiakkaan ja yrityksen välillä tapahtuu kohtaamisia, jotka vaikuttavat asiakkaan arvioon ravintolasta. Asiakkaan saapuessa ravintolaan hänelle syntyy mielipide, jonka avulla hän arvio eri osien yhteensopivuuden sekä lupauksen ja todellisuuden välisen kuilun. Palvelun tuottamiseen vaaditaan aina asiakasta, asiakaspalvelijaa, palveluympäristöä sekä muita asiakkaita. Palveluiden tuottamiseen osallistuu myös muita näkymättömiä osia, kuten keittiössä oleva henkilöstö sekä tuotantotilat. (Hiekkataipale ym. 2008, 16.) Asiakas itse osallistuu aina palvelun tuottamiseen ja vaikuttaa palvelun lopputulokseen. Palvelu ympäristön viihtyvyys vaikuttaa kokonaiskokemukseen. Siistit tilat, tarvittavat välineet sekä kalusteet ja toimivat tilat tuovat asiakkaalle viihtyvyyden tuntua. Muut asiakkaat vaikuttavat myös palvelun onnistumiseen. Ravintolan ollessa täysi tai tyhjä se luo asiakkaalle erilaisia mielikuvia ravintolasta. Muiden asiakkaiden käyttäytyminen vaikuttaa myös palvelun onnistumiseen. (Hemmi ym. 2008, 49.)

2.2 Asiakaskokemus

Löytänä & Kortesuon (2011, 7) kirjassa määritellään asiakaskokemus seuraavasti ”*Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa.*” Asiakaskokemus on aina yksilöllinen ja se tulkitaan puhtaasti omasta näkökulmasta (Filenius 2015, 25). Viime vuosina asiakaspalvelu on kokenut suuria muutoksia. Palvelutilanteet ovat muuttuneet uusien kansainvälisten tapojen myötä sekä itsepalvelun tullessa enemmän arkipäiväksi. Yritysten kuitenkin tulee jatkuvasti pyrkiä vaikuttamaan asiakaskokemukseen. (Renfors & Salo 2013, 10.)

Asiakaskokemuksista on tehty monia erilaisia tutkimuksia. IBM:n tutkimuksen mukaan, hyvä asiakaskokemus saa 44 prosenttia asiakkaista käyttämään palvelua uudestaan. 33 prosenttia suosittelee palvelua ystävilleen ja 14 prosenttia ihmisistä kertoo siitä sosiaalisessa mediassa. (IBM 2014, 10.) Yritykset ovat alkaneet sisäistää sen, että heidän tarvitsee alkaa tuottaa erinomaista asiakaskokemusta, jotta erottuisivat kilpailijoistaan (Filenius 2015, 15).

Yleisesti ajatellaan, että asiakaskokemus muodostuu ostotilanteessa, vaikka todellisuudessa asiakaskokemus alkaa jo ennen kuin asiakas saapuu palvelutapahtumaan. Asiakaskokemuksen voi nykypäivänä jakaa neljään kohtaan, jotka ovat lähtötila, ennen ostosta, ostotapahtuma, oston jälkeen. Lähtötilassa asiakkailla on yleensä selkeä kuva siitä, millaista

palvelua he ovat hakemassa ja mistä sitä saa. Heillä saattaa olla mielipide ravintolasta, jossa he aikovat asioida, asiakkaat ovat lukeneet arvosteluja ja kuulleet arvioita ystävil-tään. Mielikuva yrityksestä on voinut myös tulla jo toisista yrityksistä, jotka tuottavat samanlaista palvelua. Ennen ostosta asiakas altistuu yrityksen markkinointiin ja tietää mitä yrityksellä on tarjota. 70 – 80 prosenttia ostopäätöksistä syntyy asiakkaan tiedosta-matta ja ostopäätöksiin voidaan myös vaikuttaa. Asiakkaalla saattaa olla aikaa myös ver-tailla vielä, mitä muilla yrityksillä olisi tarjota hänen tarpeeseen ja tässä vaiheessa tehdään lopullinen päätös vierailta yrityksessä. Ostotapahtumassa asiakas on päättänyt vierailta yrityksessä. Asiakas ostaa tarvitsemansa tuotteen, maksaa sen kassalle ja lähtee yrityk-sestä pois. Oston jälkeen asiakas ja yritys saattavat olla vielä yhteydessä. Asiakkaalla voi olla jotain kysymyksiä tai hän haluaa tehdä reklamaation. Yritys voi myös itse ottaa asi-akkaaseen yhteyttä kysyäkseen palautetta. Asiakaskokemus kokonaisuudessaan siis saat-taa koostua näistä kaikista neljästä vaiheesta. (Filenius 2015, 24–25; Valvio 2010, 59.)

Digitaalisessa asiakaskokemuksessa rajoitetaan helposti näkökulma pelkästään sellaisiin tilanteisiin ja tapahtumiin, joissa asiakas kommunikoi digitaalisen palvelun kanssa. Ny-kypäivänä digitaalinen palvelu ei rajoitu pelkästään tietokoneisiin, puhelimiin tai tablet-teihin. Digitaalisia ratkaisua on paljon ja niitä on joka puolella. Asiakas menee kauppaan ja maksaa ostokset kortilla käyttäen digitaalista maksupäätettä. Käytännössä kaikkialla missä haluaa maksaa kortilla, on käytössä digitaalinen maksupäätte. Tärkeää onkin muis-taa, että asiakaskokemus muodostuu myös siitä, miten hyvin esimerkiksi ravintolassa di-gitaalinen maksupäätte suoriutuu tapahtumasta. (Filenius 2015, 76.)

Sähköiset palvelut ovat muuttaneet palvelujen ja tuotteiden saatavuutta sekä käytettä-vyyttä helpommaksi. Nykyisin pystytään ostamaan tuotteita sekä palveluita internetin avulla, jolloin ihmiset eivät oikeasti kohtaa keskenänsä. Näissä tilanteissa yritysten pitää alkaa miettiä, miten pystyy vastaamaan asiakkaiden odotuksiin ja tarpeisiin, vaikka itse kohtaamista ei tapahdu. (Valvio 2010, 20–22.)

Asiakaskokemusta pystytään myös ravintola-alalla rikastuttamaan digitaalisuuden avulla. Ruokalistat pystytään siirtämään digitaaliseen muotoon tabletille, jolloin asiakas saa ra-jattomat mahdollisuudet tutkia ja tutustua ruokalistan taustoihin. Ruokalista voi sisältää tietoa, miten annos on valmistettu ja mistä raaka-aineet ovat tulleet, onko ne lähiruokaa

tai luomua. Digitaaliseen viinilistaan pystyisi esimerkiksi lisäämään tervehdyksen viinin-tuottajalta ja saada lisätietoa viinistä, sekä nähdä tarkalleen, missä se on valmistettu ja miten. (Anteroinen 2013, 32.)

2.3 Asiakaskokemuksen laadun arviointi

Ihmiset ovat pohjimmiltaan mukavuudenhaluisia, mutta myös innokkaita kokeilemaan uusia asioita. Ihmiset haluavat tietää ja oppia, mitä ympärillä tapahtuu. He haluavat myös päästä mukaan luomaan uusia palveluja. Asiakkaan tullessa ravintolaan hän arvioi palvelun laadun tuotantoprosessin jokaisen vaiheen. Tärkeimpinä arvion kohteina ovat ydinpalvelu, liitännäispalvelut sekä asiakaspalvelu. Ydinpalvelun ja liitännäispalveluiden avulla asiakas saa muodostettua melko nopeasti luotettavan kuvan palvelusta. Jos ravintolalla tapahtuu esimerkiksi yksikin pieni virhe, jonka asiakas huomaa ja se vaikuttaa palvelukokemuksen laatuun, saattaa asiakas tehdä johtopäätöksen koko ravintolan ja yrityksen toiminnasta. Asiakaspalvelu on aineetonta, joten asiakkaan on vaikeampaa muodostaa mielipidettä palvelusta. (Hiekkataipale ym. 2008, 16; Filenius 2015, 22.)

Palvelujentuottajilla ei ole mahdollisuuksia päästä asiakkaittensa mieleen tarkastelemaan, mitä he mahdollisesti palvelulta odottavat. Asiakaskokemus on kuitenkin aina yksilöllinen. Yksilöllisyyden vuoksi asiakaskokemuksen mittaaminen on käytännössä mahdotonta. Yritysten pitää aina kehittää palveluitaan ja saada selville millaisia kokemuksia asiakkaat saavat palvelutilanteessa. On myös hyvä selvittää, missä on mennyt hyvin ja missä on vielä parannettavaa. Kukaan ei pysty täysin määrittelemään, mitkä asiat vaikuttavat ihmisen päätöksiin ja mieltymyksiin. Paras keino saada selville asiakkaiden mieltymykset, on monitoroida asiakkaiden käyttäytymistä aktiivisesti palvelutapahtumassa ja suhtautua kriittisesti, mutta myös vakavasti löydöksiin. Asiakokemuksen mittaamisen tavoitteina on tietää palvelun nykyinen tila ja löytää kehittämiskohteet. Mittaamisessa voi myös vertailla kilpailijoita. Paras ja helpoin tapa saada selville, mitä mieltä asiakkaat ovat palvelusta, on kysyä sitä heiltä. (Filenius 2015, 22, 122, 133.)

Onnistuneessa asiakaskokemuksessa asiakkaalle on jäänyt positiivinen mielikuva ja hänen odotukset ovat täyttyneet ja ehkä myös ylittyneet. Huonossa kokemuksessa taas asiakkaan odotukset eivät ole täyttyneet ja asiakas on tyytymätön palveluun. Ravintolassa

tärkeimpänä menestystekijän onkin korkea laatutaso palvelussa. Onnistuneeseen asiakaskokemukseen vaikuttaa myös se, miten henkilökohtaista palvelua asiakas on mielestään saanut. Henkilökohtaisuus on sitä, että asiakaspalvelija omistautuu asiakkaaseen juuri siitä hetkestä lähtien, kun asiakas saapuu ravintolaan. Kun palvelutilanne jää lyhyeksi, se on asiakaspalvelijalle haastava tilanne asiakaskokemuksen syntymistä ajatellen. Itsepalvelun lisääntyminen saattaa olla uhka palvelualoilla, koska asiakas pystyy myös kotonaan palvelemaan itseään. (Hiekkataipale ym. 2008, 16; Eräsalo 2011, 21.)

Asiakaskokemuksen laadun arvioinnin yhtenä välineenä käytetään palautteen antoa. Palautteen tarkoituksen on parantaa yrityksen toimintaa ja auttaa heitä kehittymään, jotta voidaan vastata entistä paremmin asiakkaiden tarpeisiin. Palautteenantomahdollisuuksia on lähes rajattomasti. Palautteen voi antaa suullisesti, sähköisesti tai esimerkiksi ravintolassa voi olla palautevihko, johon asiakkaat kirjoittavat palautteen. Palaute saattaa parhaimmillaan parantaa työntekijöiden suoritusta 40 prosentilla. Palaute toimii parhaiten, kun vastaanottaja on halukas parantamaan omaa suoritusta ja osaa ottaa palautteen oikein vastaan. (Janakka 2016.)

3 RAVINTOLA-ALAN DIGITALISOITUMINEN

3.1 Ravintoloiden kassajärjestelmät

Mikään yritys ei pysty toimimaan ilman maksavia asiakkaita, koska palveluiden tuottaminen on kallista. Ravintoloissa vaaditaan monipuolisia ja joustavia atk-pohjaisia kassajärjestelmiä, koska järjestelmän avulla hoidetaan sisäistä tiedonkulkua ja myös rahavirtoja. Kassajärjestelmällä saadaan myös päivittäiset myyntiraportit tulostettua. Järjestelmien avulla ravintoloiden päivittäiset rutiinit hoituvat sujuvasti ja kassahenkilölle jää enemmän aikaa asiakaspalvelulle. (Hemmi ym. 2008, 94–95.) Kuitintarjoamisvelvollisuus käteiskaupassa lain (658/2013) mukaan yrityksen on tarjottava asiakkaalle maksusuorituksessa laadittua kuittia, jos maksu on suoritettu käteisellä rahalla tai siihen rinnastettavalla tavalla. Kuittia on mahdollista myös tarjota sähköisesti. Lain tarkoituksen on torjua harmaata taloutta elinkeinoharjoittajien keskuudessa.

Kassajärjestelmät ovat kehittyneet vuosien myötä ja digitalisoituminen näkyy myös nykypäivän kassajärjestelmissä. Winposin myyntijohtajan Olli-Pekka Vanhasen mukaan hyvän kassajärjestelmän tärkeimmiksi ominaisuuksiksi on noussut laitteen helppokäyttöisyys ja nopeus. Kun järjestelmää on helppo käyttää ja samalla se on myös nopeaa, siitä hyötyy niin asiakaspalvelija kuin asiakaskin. Ravintolan investoidessa uuteen kassajärjestelmään, joka on nykyaikainen, moni asia helpottuu. Kassajärjestelmän pystyy linkittämään tietojärjestelmiin ja pilvipalveluihin, mikä mahdollistaa esimerkiksi hintojen ja tuotteiden hallittavuuden. Tämä mahdollistaa nopean reagoinnin esimerkiksi erilaisiin kampanjoihin. Internetin katkeamistakaan ei tarvitse pelätä, koska kaikki tiedot siirtyvä pilvipalveluihin ja sama pätee myös laiterikon sattuessa. Pilvipalvelusta pystyy varmuuskopion avulla palauttamaan kassajärjestelmän tiedot uuteen laitteeseen. (Välimäki 2015, 23.)

3.2 Itsepalvelukassat

Itsepalvelukassat on tehty äärimmäisen yksinkertaisiksi. Itsepalvelukassojen näytöt ovat kosketusnäytölliset. Kassojen näytölle pystytään asentamaan yrityksessä myytävien tuotteiden kuvia, joita asiakas itse painaa. Asiakas näkee hinnan, maksaa ostokset kortilla ja saa ostoksistaan kuitin. Asiakkaille itsepalvelukassa on suunniteltu helppokäyttöiseksi ja pitkälle automatisoiduiksi, jotta saadaan hyvää ja nopeaa itsepalvelua. Itsepalvelukassoja valvoo yksi kassahenkilö, joka pystyy samalla sekä palvelemaan asiakkaita henkilökohtaisesti ja samalla seuraamaan muita itsepalvelukassoja. Asiakkaille tiedotetaan, että itsepalvelukassoja valvotaan, jotta estetään väärinkäytökset. (Nurmisto 2011.)

Winpos on yksi monista, jotka ovat kehittäneet itsepalvelukassajärjestelmän. Itsepalvelukassa on ajateltu sopivaksi esimerkiksi pikaruokaravintoloihin ja lounasravintoloihin, joissa tuotevalikoima on selkeä. Järjestelmä on kehitetty helppokäyttöiseksi ja nopeaksi. Itsepalvelukassan pääajatuksena on lyhentää jonoja ja näin ollen nopeuttaa palvelua. Samalla myös saadaan henkilökuntaa irrotettua muihin tehtäviin. (Proresto 2015, 61.)

Vuonna 2007 Lempäälässä kokeiltiin itsepalvelukonseptia. Ravintolan viiteen pöytään asennettiin kosketusnäytöt, joista asiakas saa itse tilata annokset sekä maksaa sirukortillaan. Itsepalvelukonseptista huolimatta asiakasta palvellaan, tarjoilija tuo asiakkaan juomat ja ruuat tavalliseen tapaan pöytiin. Kosketusnäyttöihin on myös suunniteltu liitettäväksi viihdettä sekä aktiviteetteja lapsille. Ravintolapäällikön mukaan varsinaista ruuhkaa itsepalvelupöytiin ei ole syntynyt, mutta ne on kuitenkin otettu myönteisesti vastaan. (Automatisoitu itsepalvelu rantautui ravintolaan. 2007.)

McDonald's on ottanut käyttöön itsepalvelukioskeja ja he ovat kertoneet, että ne tulevat käyttöön jokaiseen ravintolaan Yhdysvalloissa. Itsepalvelukioskien toiminta-ajatuksena on se, että asiakas saapuu kioskille ja tilaa ruokansa kosketusnäytöltä. Asiakkaat valitsevat pöydän numeron, jolla asiakaspalvelija osaa tuoda heidän tilaamansa tuotteet asiakkaan pöytään. McDonald's on kertonut myös ottavansa käyttöön sovelluksen, jonka avulla asiakkaat maksavat ostokset, joten jatkossa ei tarvitse edes maksukortteja. McDonald'sin toimitusjohtajan Steven Easterbrookin mukaan itsepalvelukioskeista on kolme suurta hyötyä. Toimitusjohtaja kertoi myös asiakkaiden olevan tyytyväisiä saadessaan lisää palveluvaihtoehtoja. Työntekijät ovat vähemmän stressaantuneita, koska itsepalvelu-

koskien ansiosta normaalien kassojen jonot lyhenevät ja kolmas hyöty on se, että asiakkaat kuluttavat enemmän rahaa kioskeissa. Toimitusjohtaja kertoo syyksi sen, että asiakkaat kokevat saavansa tehdä tilauksen rauhassa ja näin ollen he valitsevat enemmän tuotteita tilattavaksi. (Kowitt 2015; Lutz 2016).

3.3 Maksutavat ja maksuvälineet

Maksutavat jaetaan kahteen ryhmään, käteiseen ja luotolliseen. Käteismaksu tapahtuu pääsääntöisesti rahalla, maksukortilla sekä ulkomaisella valuutalla. Luotollisiin maksuvälineisiin luokitellaan luottokortit, lounassetelit ja erilaiset sopimuskuponit. Jokaisessa ravintolassa on nykyään maksupäätte, joka soveltuu kaikkiin maksu- ja luottokortteihin. Lähes jokainen kuluttaja omistaa maksukortin ja käteisen rahan käyttö on huomattavasti vähentynyt. (Hemmi ym. 2008, 100; Mobile transaction 2015.)

Käteistä rahaa käytetään vielä ravintoloissa maksuvälineenä. Käteistä rahaa vastaanottaessa tulee aina tarkistaa setelin kunto sekä oikeellisuus. (Hemmi ym. 2008, 101) Useissa ravintoloissa on käytössä setelien aitoustunnistajat, joiden läpi seteli viedään ja laite ilmoittaa heti onko seteli aito. Ravintola kohtaisesti voi myös määritellä minkä suuruisia seteleitä tunnustajan kautta laitetaan vai laitetaanko kaikki setelit tunnustimen läpi. (Turvatekijät 2017.)

Yrityksissä voidaan käyttää lounasseteleitä, mutta se edellyttää yritykseltä sopimusta jonkin lounasseteliyrityksen kanssa. Lounassetelit otettiin Suomessa käyttöön jo 1970-luvulla. Suomessa toimii kaksi paperista lounasseteliä tarjoavaa yritystä. Käytetyin ja yleisin näistä kahdesta on Edenred. Lounassetelien arvot vaihtelevat 8,20€ ja 10,30€ välillä. Lounasetelissä maksaessa siitä ei saa rahaa takaisin, jos setelin arvo on enemmän kuin lounaan hinta. Asiakkaan maksaessa lounasetelillä se tulee aina merkitä ruksilla käteykseksi, jotta väärin käyttäjä ei setelien kanssa tulisi. (Hiekkataipale ym. 2008, 99; Lounaseteli – tuttu lounasedun maksuväline 2017.) Lounassetelien rinnalle on kehitetty erilaisia vaihtoehtoja, jotka toimivat matkapuhelimen avulla. Esimerkiksi Eazybreak sovellus, joka toimii tekstiviestillä tai sovelluksella, joka ladataan puhelimeen. (Eazybreak 2017.)

Asiakkaan laskutus voidaan suorittaa palvelun eri vaiheissa, joko heti tilauksen yhteydessä tai ruokailun päätyttyä. Mahdollista on myös laskuttaa asiakkaita jälkikäteen lähettävällä paperisella laskulla tai vaihtoehtoisesti etukäteislaskutuksella, jolloin asiakas on ostanut etukäteen ruokalipukkeita. Ruokalipukkeita käytetään usein esimerkiksi sopimusruokailussa. (Hiekkataipale ym. 2008, 95–96.)

Mobiilimaksaminen eli matkapuhelimella maksaminen on tätä päivää ja tulevaisuutta. Erilaiset maksusovellukset lisääntyvät ja kaikille löytyy vaihtoehtoja minkä kanssa maksaa. Suomessa suosituimpia maksusovelluksia on Pivo OP-ryhmältä, MobilePay danke pankilta, Elisan lompakko ja DNA Täpäkkä. Nämä kaikki ovat erilaisia maksuun ja maksuseurantaan liittyviä sovelluksia. (Mobiilimaksaminen laajentuu. 2015.) MobilePay ja Winpos ovat ryhtyneet yhteistyössä kehittämään mobiilimaksut osaksi kassajärjestelmiin. Mobiilimaksutapa on suunnattu kaikkien pankkien asiakkaille ja se toimii lähes kaikissa älypuhelimissa. MobilePayn kautta maksetut maksut veloittuvat suoraan käyttäjän sovellukseen kirjaamalla maksukortilta. Palvelussa on mahdollista tunnistautua ja sillä voi maksaa suurempia ostoksia, kuin maksukortin lähimaksuominaisuudella, sillä MobilePay sovelluksen taustalla on palvelun tarjoajan mukaan korkeatasoinen tietoturva. (MobilePay ja Winpos yhteistyöhön 2016.)

3.4 Asiakaspalvelu perinteisenä palvelumuotona

Asiakaspalvelu on aina vuorovaikuttamista, vaikka se ei välttämättä aina tapahdu asiakkaan kanssa kasvotusten. Asiakaspalvelu voi tapahtua muillakin keinoin esimerkiksi, jos asiakas varaa ravintolasta pöydän saattaa hän soittaa ravintolaan tai varata pöydän sähköisesti, jolloin tämäkin tapahtuma on asiakaspalvelua. Se miten ravintolassa vastataan puhelimeen tai annetaan varausvahvistuksia vaikuttaa asiakkaan kokemukseen palvelusta. Tärkeintä ravintola-alla tapahtuva asiakaspalvelu on kasvokkain tapahtuvaa palvelua, jolloin asiakaspalvelijan tärkeimmäksi välineeksi nousee hänen oma persoonallisuutensa. Asiakas näkee herkästi sen, mikä on asiakaspalvelijan kyky ja halu toimia vuorovaikutustilanteessa. Asiakaspalvelijan tunnistaessaan omat kyvyt ja halut, voi hän niitä kehittää haluamaansa suuntaan. Asiakaspalvelija on oman palvelualan asiantuntija. (Eräsalu 2011, 14.)

Jokainen asiakas on yksilöllinen ja erilainen, mutta asiakkaissa on myös samoja piirteitä. Asiakkaina voi olla perheitä, lounastajia, kokousasiakkaita, juhlatilaisuuksien järjestäjiä ja niihin osallistujia ja turisteja. Näiden ryhmien odotukset palvelulta tiedetään kohtalaisen tarkasti. Suuret haasteet tulevat, kun asiakas tulee yksilönä hakemaan palvelua. Yksilöiltäkin löydetään yhtenäisiä piirteitä ja näitä pystytään hyödyntämään palvelutapahtumassa. Asiakaspalvelijan tunnistessaan yksilön käyttäytymisessä tuttuja piirteitä hän pystyy muovaamaan omaa rooliaan kohtaamiseen sopivaksi. Yhdenmukaisten piirteiden tunnistaminen yksilöissä antaa lisää työkaluja palvelutapahtuman eteenpäin viemiseksi. (Eräsalo 2011, 94.)

Asiakaspalvelijan palvelurooli edellyttää perusteellista tietämystä yrityksen tuotteista ja palveluista, jotta hän on osa vastata oikein asiakkaan esittämiin kysymyksiin. Jos asiakaspalvelija ei osaa vastata kysymykseen, hänen ei tule vastata ”en tiedä” vaan ”otan asiasta selvää”, vaikka asiakas ei välttämättä koskaan vastausta saa on hänelle tullut tunne, että häntä on yritetty auttaa palvelutilanteessa. (Eräsalo 2011, 95.)

Asiakaspalvelijan sosiaaliset taidot eli tunneäly, tarkoittaa kykyä toimia palvelutilanteessa rakentavasti ja tarkoituksenmukaisesti siten, että kaikki tapahtuman osapuolet kokevat tullessaan riittävästi huomioon otetuiksi. Tunneälyllinen asiakaspalvelija osaa hyödyntää tunteita ja tunnetietoa omassa ajattelussaan ja toiminnassaan. Yleisin käsitys asiakaspalvelijasta on se, että he ovat ulospäinsuuntautuneita, mutta jos hän on liian puhelias saattaa asiakkaalle jäädä tunne, että hän on jäänyt toiselle sijalle. Ujoilla ihmisillä on sen sijaan herkkyyttä kuunnella helpommin toisia ihmisiä, mutta se voi myös muuttua esteeksi, jos siihen liittyy niin suurta arkuutta, että se estää toiminnan vuorovaikutussuhteessa. Asiakaspalvelija voi aina kehittää toimintaansa oli hän sitten ujo tai puhelias, tarkastelemalla ja miettimällä, miten voisi toimia toisin. (Eräsalo 2011, 105.)

Käsitykset hyvästä palvelusta tai asiakaspalvelijan toiminnasta saattaa olla hyvin erilainen eri asiakkailla. Näkemystä ei pidä vähätellä tai mitätöidä, koska se on asiakkaan oma ja se pitää hyväksyä sellaisenaan. Asiakas odottaa, että hänelle osoitetaan empatiaa ja ymmärrystä, jos hän on kokenut palvelun epäonnistuneen. Asiakaspalvelija ei väitä vastaan asiakkaan kanssa missään tilanteessa. Todetaan, että virhe on tapahtunut, pyydetään anteeksi ja pahoitellaan. Tällaisessa tilanteessa onkin syytä selvittää, haluaako asiakas

jonkinlaisen hyvitykset tai korvauksen tapahtuneesta. Asiakas myös voi olla ymmärtäväinen ja hyväksyä tosiasiat, eikä vaadi korvauksia, koska asiat ei siitä muuksi muutu. Kyseessä on voinut olla täysin inhimillinen virhe. (Eräsalo 2011, 109.)

Työn tekemisen tarkoituksen on aina ollut tuottaa arvoa, joka tarkoittaa liiketaloudellisesti suuntautuneissa yrityksissä rahallista arvoa. Työpaikkojen yhteishenki on myös yksi tärkeä osa työntekoa. Yhteistyöhengen syntymiseen yhteisössä vaaditaan tavoitteellisia pyrkimyksiä ja yhteiset näkemykset tulevasta. Työstä saa palkitsevaa, kun ihmiset viihtyvät yhdessä ja työssään. Tärkeää on, että työ vastaa työntekijöiden vaatimuksia ja heillä on mahdollisuus toteuttaa tarpeitaan ja odotuksia työn suhteen. Jokaisen tulisi tuntea olevansa oman alansa asiantuntija. Hyvä yhteishenki työpaikalla luo energiaa, vahvistaa toimintaa ja tuottaa samalla myös lisäarvoa yritykselle. Asiakkaat myös aistivat yrityksen hyvän hengen ja työn ilon, joka tuo viimeisen silauksen palveluun. (Eräsalo 2011, 124, 130.)

4 Case: Tampereen yliopiston lounasravintolan itsepalvelukassa

Opinnäytetyön aihetta miettiessä ja tutkiessa löysin internetistä tietoa, että Tampereen yliopiston ravintolassa on käytössä itsepalvelukassat. Otin yhteyden ravintolan ravintolapäällikköön, tarkoituksena päästä tutustumaan, miten tällainen konsepti toimii käytännössä. Tutustumisen yhteydessä, pidin mielessä yritysnaikokulman tutkimuskysymyksen, miten työntekijöiden työnkuvat muuttuvat itsepalvelukassan tultua ravintolaan.

Tampereen yliopiston lounasravintolassa on käytössä kahdessa pisteessä itsepalvelukassa. Molemmat käyttöjärjestelmät ovat Winpos:ilta hankittuja. Tärkeänä tekijänä myös näissä järjestelmissä on se, että kaikki kyseisen ravintolan kassajärjestelmät linkittyvät toisiinsa, joten myyntien seuraaminen helpottuu. (Karonen, 2017.)

Oppilaille suunnattu MySalad-konsepti toimii kahvilan yhteydessä. Itsepalvelukassa on toiminnassa iltaisin kahvilan suljettua ovensa. MySalad-palvelun toiminta-ajatuksena on että, asiakas kokoaa erilaisista salaattikomponenteista annoksen, siirtyy punnitsemaan tuotteensa ja maksaa sen itsepalvelukassalle. Ravintolapäällikkö kertoi haastattelussa, että oppilaille suunnattu palvelu ei ole vielä saanut toivottua huomiota. Ravintolapäällikkö epäili, ettei opiskelijat ole vielä tietoisia kyseisestä palvelusta, koska sitä ei ole juurikaan markkinoitu muualla, kuin heidän omilla internetsivuilla. Ravintolapäällikkö mainitsikin vielä, että opiskelijoille suunnattu itsepalvelukassa on lähinnä lisäpalvelua aukiolojen ulkopuolelle eikä juurikaan voiton tavoitteluun tarkoitettu. (Karonen, 2017.)

Yliopiston ravintolassa on henkilökunnalle koko aukiolojen aikana auki oleva itsepalvelukassa. Haastattelua tehdessä itsepalvelukassa oli melko tuore uudistus ravintolassa. Henkilökunta maksaa lounaansa itsepalvelukassaan, mutta heillä on myös mahdollisuus halutessaan mennä maksamaan perinteiselle kassalle, jossa heitä palvelee asiakaspalvelija. Itsepalvelukassalla on myös mahdollisuus ostaa muita tuotteita esimerkiksi lounaskahvin ja muita tuotteita, joissa on viivakoodit. (Karonen, 2017.)

Henkilökunnan itsepalvelukassan tullessa käyttöön yksi henkilö oli muutaman viikon opastamassa itsepalvelukassan käyttöä. Itsepalvelukassan yläpuolelle on myös asetettu ohjeistus, miten itsepalvelukassan kanssa kuuluu toimia. Järjestelmän näytöllä on selkeät

kuvat. Ravintolapäällikkö näytti, miten itsepalvelukassa toimii. Itsepalvelukassalla voi maksaa ainoastaan kortilla. (Karonen, 2017.)

Ravintolapäällikkö toi ilmi haastattelun aikana, etteivät ole selvittäneet asiakkaiden mielipidettä itsepalvelukassasta. Kuitenkin joitakin kommentteja he ovat saaneet. Näiden mukaan muutamat ovat jääneet kaipaamaan ihmiskontaktia ja pitäneet itsepalvelukassaa hieman persoonattomana. Asiakkaiden käyttäessä itsepalvelukassaa se ei ole juurikaan tuottanut ongelmia. Ravintolapäällikkö mainitsi, että he ovat joutuneet ainoastaan yhden kerran olemaan yhteydessä Helpdeskiin eli kassajärjestelmän tukipalveluun järjestelmän jumittuessa. (Karonen, 2017.)

Itsepalvelukassan saapuessa ravintolaan ravintolapäällikkö kertoi, ettei yhtään henkilöä ole jouduttu irtisanomaan. Nämä, jotka ennen olivat henkilökunnan kassalla rahastamassa asiakkaita, ovat nyt siirtynyt muihin tehtäviin. Näitä oli esimerkiksi linjaston täyttöä, erilaisiin avustuksiin tehtäviin sekä ravintolan siisteyden ylläpitämiseen. Nämä seikat vaikuttavat asiakkaiden viihtyvyyteen suuresti, joten muutoksesta on saatu hyötyjä asiakkaiden tyytyväisyyteen palvelukokonaisuutta ajatellessa. Ravintolapäällikkö kertoi, että pienen asiakasmäärän ravintolaan tuskin kannattaa hankkia itsepalvelukassaa, koska kustannukset itsepalvelukassasta kuitenkin ovat kohtuullisen suuret. Kyseinen yritys on melko suuri ja heillä on ravintoloita ympäri Tamperetta ja muuallakin Suomessa ja yrityksellä on muuallakin itsepalvelukassoja toiminnassa, joten kustannukset näin suuressa konseptissa ei ole juurikaan mainittavat. (Karonen, 2017.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

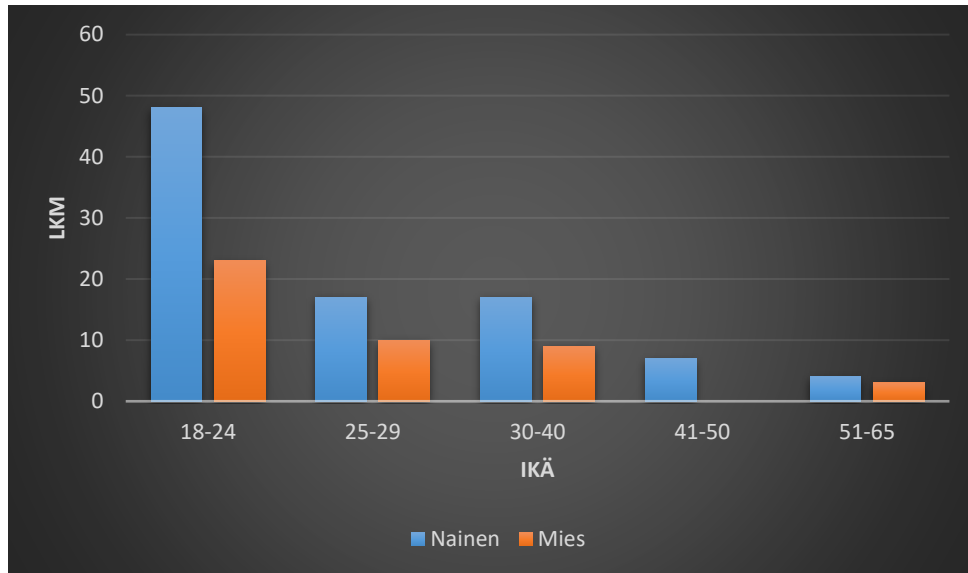
Tutkimuksen kyselyosuus toteutettiin E-lomakkeella. (Liite 1.) Tutkimuksen yhtenä tausta-ajatuksena oli tutkijan oma hypoteesi siitä, että ikä tai sukupuoli vaikuttaa itsepalvelukassan valintaan. E-lomakkeen avulla oli tarkoitus testata hypoteesia. E-lomakekyselyä lähetettiin satunnaisesti Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoille ja Tampereen yliopiston opettajille. Yhteensä kysely lähti 1050 ihmiselle ja vastauksia tuli takaisin 138. Vastausprosentti kyselyssä oli 13.

Tutkimuksen tulosten analysoinnissa hyödynnettiin sekä kvantitatiivisia että kvalitatiivisia menetelmiä. Tavoitteena oli saada mahdollisimman laaja kuvaus tutkimuksen kohteesta. Näitä keinoja hyödyntämällä kartoitettiin kohderyhmien mielipidettä itsepalvelukulttuurista ja itsepalvelukassoista. Lomake luotiin tutkimuskysymysten pohjalta. Päättökysymyksenä oli, miten itsepalvelukassa vaikuttaa asiakaspalvelukokemukseen. Apukysymyksenä oli, mikä vaikuttaa itsepalvelukassan valintaan ja miten kassatarjoilijan työnkuva muuttuu yrityksessä, johon itsepalvelukassa hankitaan.

Lomake lajiteltiin kolmeen eri osioon. Ensimmäisessä osiossa oli yleisiä kysymyksiä itsepalvelusta. Toiseen osioon pääsi vastaamaan, jos oli käyttänyt itsepalvelukassoja esimerkiksi päivittäistavarakaupoissa. Osiossa keskityttiin syihin, jotka vaikuttavat itsepalvelukassan valintaan normaalikassan sijasta sekä siihen, mitkä seikat vaikuttavat palvelun onnistumiseen. Kolmanteen osioon pääsi vastaamaan, jos oli käyttänyt itsepalvelukassaa ravintolassa. Osiossa syvennettiin siihen, miten itsepalvelukassat ovat vaikuttaneet palvelukokemukseen. E-lomakkeen vastaukset koottiin Excel-taulukkolaskentaohjelmaan matriisiksi, jonka jälkeen matriisi vietiin Tixel-ohjelmaan. Tixelissä vastauksista koostettiin kuvioita, joiden avulla kyselyn tuloksista pyrittiin luomaan kattava kokonaiskuva. Lomakkeessa oli myös avoimia kysymyksiä, joiden vastaukset luokiteltiin. Mielipiteet itsepalvelukulttuurista luokiteltiin kolmeen pääluokkaan: positiivisiin, negatiivisiin ja neutraaleihin. Muissa avoimissa kysymyksissä vastaukset ryhmiteltiin sisällön perusteella yhteneväisiin ryhmiin. Tutkimuksen johtopäätösten muodostamisessa käytettiin apuna myös asiantuntijahaastattelua, jossa haastateltavana oli Tampereen yliopiston ravintolapäällikkö. Asiantuntijahaastattelussa kuvailtiin käytännön kokemuksia itsepalvelukassan käyttöönoton hyödyistä ja haasteista, joiden perusteella luotiin laajempi käsitys tutkimusaiheesta.

6 TULOKSET

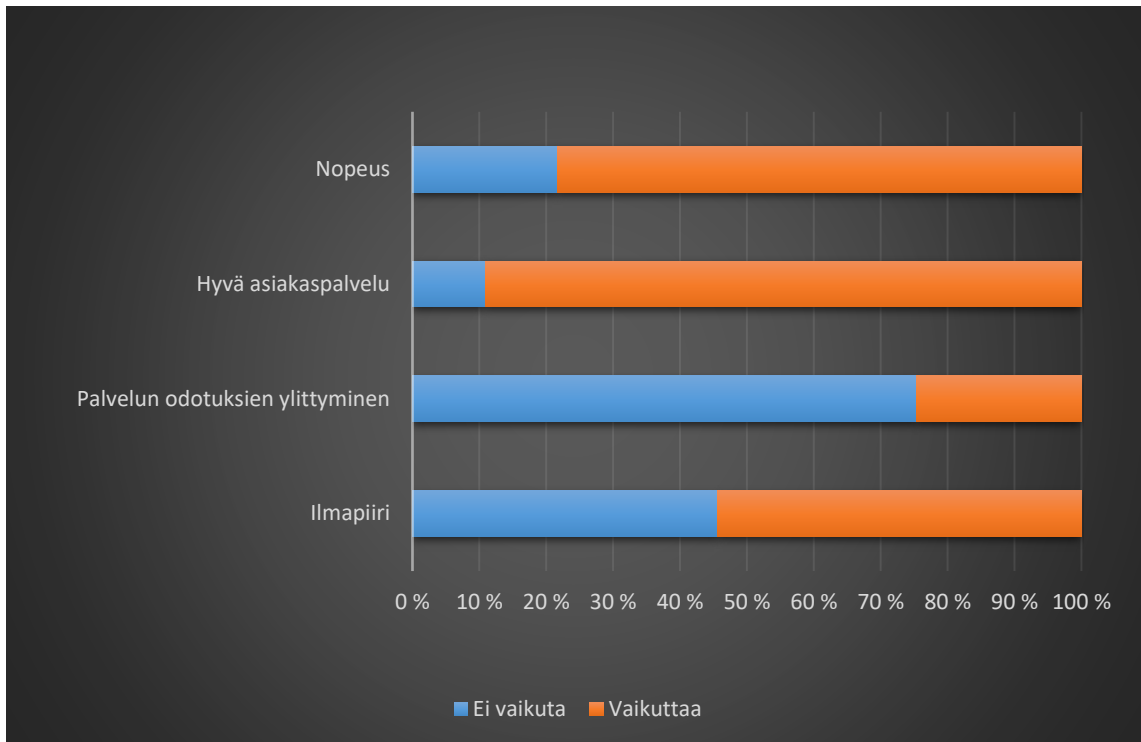
Kuviosta 1 nähdään, miten sukupuolet ja iät jakautuivat vastaajien kesken.



KUVIO 1. Sukupuoli verrattuna vastaajien ikään lukumäärinä

Kyselyyn vastasi 93 naista ja 45 miestä. Yhteensä vastauksia kyselyyn saatiin 138 kpl. Kyselyyn vastasi eniten 18–24 vuotiaat. 25–29 vuotiaat naiset ja 30–40 vuotiaat naiset vastasivat kyselyyn saman verran ja lähes saman verran samoista ikäluokista tuli myös miehiltä vastauksia. Miehiä vastasi 25–29 vuotiaista 10 ja 30–40 vuotiaista yhdeksän. 41–50 vuotiailta vastauksia tuli vain seitsemän ja kaikki naisilta. 51–65 vuotiailta tuli vastauksia miehiltä ja naisilta lähes saman verran, naisilta vastauksia tuli neljä ja miehiltä vastauksia tuli kolme.

Kuviosta 2 nähdään, mitkä tekijät vaikuttivat palvelukokemuksen onnistumiseen.



KUVIO 2. Palvelukokemukseen vaikuttavat tekijät.

Kysymykseen oli mahdollista valita useampi vastausvaihtoehto. Suurin osa vastaajista oli sitä mieltä, että suurimmat tekijät palvelukokemuksen onnistumiseen olivat nopeus (78,3%) ja hyvä asiakaspalvelu (89,1%). Vastaajien mielestä palvelun odotuksien ylittyminen ei juurikaan vaikuta palvelukokemukseen. Ilmapiiirin kohdalla vastaajien mielipiteet jakautuivat lähes tasaisesti.

”Nopeus ja helppokäyttöisyys.” - Mies 18-24 vuotta

”Se että homma pelittää sujuvasti.” -Nainen 51–65 vuotta.

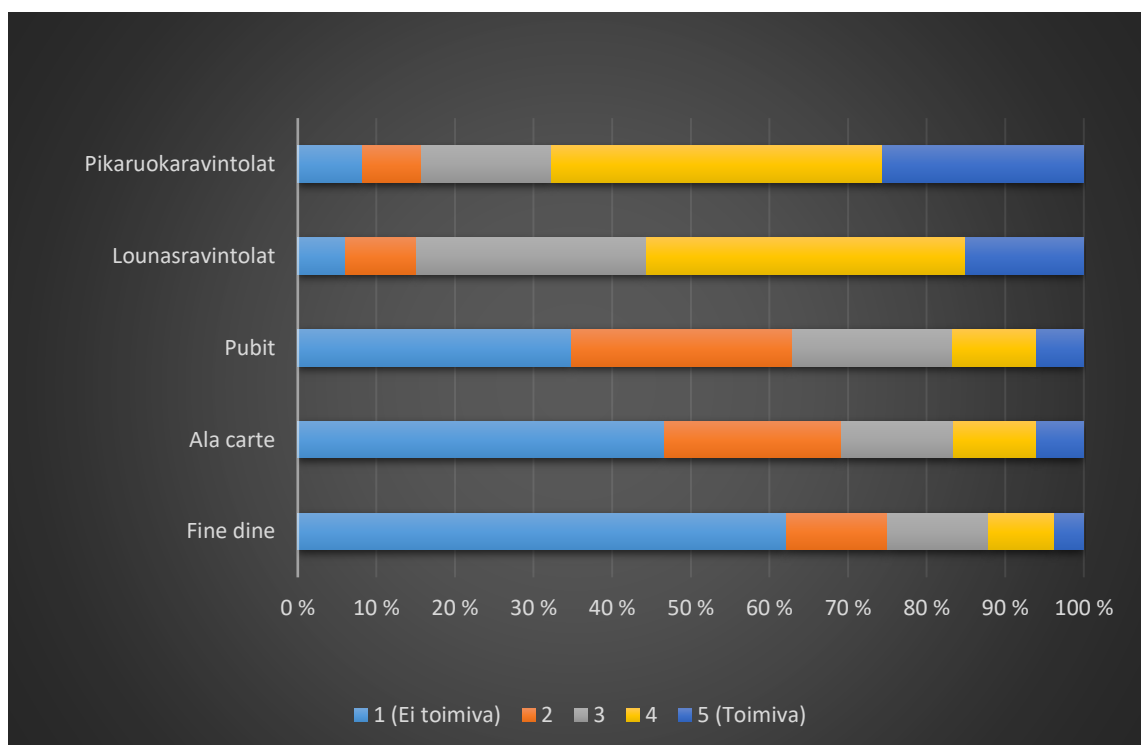
Tärkeintä palvelutapahtumassa vastanneiden mielestä oli se, että palvelu on helppoa, toimivaa ja nopeaa.

”Sujuva ja järkevästi johdettu palvelutapahtuma ensikontaktista viimeiseen kiitos heidän lausahdukseen” -Nainen 18-24 vuotta

”Asiakaspalvelijan positiivisuus ja hymy ovat kaikista tärkeimpiä.” Mies 18-24 vuotta.

Kyselyssä kävi ilmi, että selkeyttä kaivataan palvelutapahtumaan, jotta asiakas tietää, miten hänen kuuluu toimia vieraillessaan yrityksessä. Hyvän asiakaspalvelun merkitys nousi myös esille avoimissa kysymyksissä. Tärkeimpiä piirteitä asiakaspalvelussa oli ystävällisyys, positiivisuus ja se, että asiakaspalvelija todella huomaa asiakkaan. Vastauksia avoimeen kysymykseen tuli 71 kpl.

Kuviosta 3 nähdään vastaajien mielipiteet siitä, kuinka itsepalvelukassat toimisivat erilaisissa ravintoloissa.



KUVIO 3. Itsepalvelukassan toimivuus eri konsepteilla toimivissa ravintoloissa.

Ylipuolet vastaajista oli sitä mieltä, että itsepalvelukassat pikaruokaravintolassa olisi toimiva ajatus. Vain kahdeksan prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, ettei se olisi toimivaa kyseisessä konseptissa.

Itsepalvelukassojen toimivuus lounasravintolassa jakoi hieman enemmän mielipiteitä, kuin pikaruokaravintolassa. Suurin osa oli sitä mieltä, että se olisi toimiva ajatus, mutta vähemmän vastaajista oli siitä täysin varma verrattuna pikaruokaravintolaan. Vastaajilta

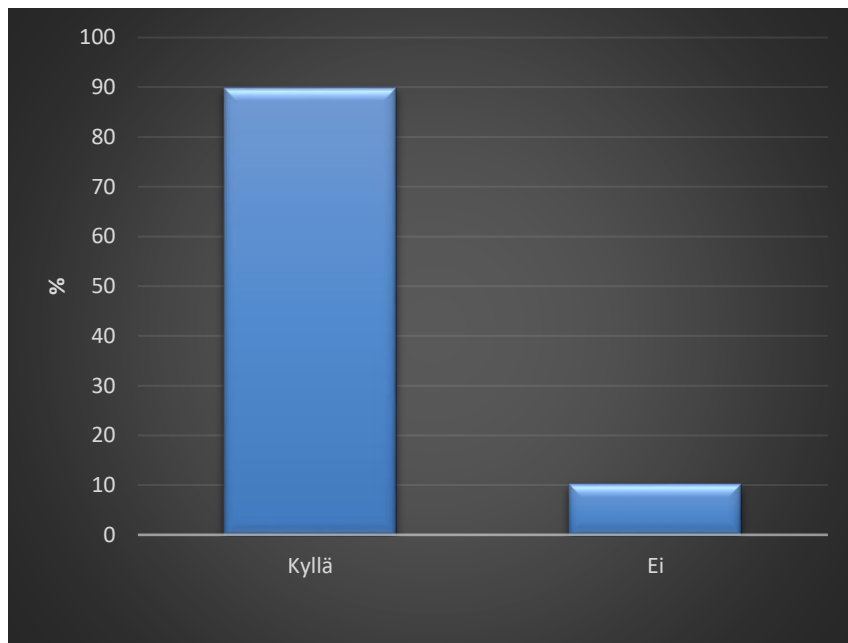
tuli myös tässä kohtaa enemmän harmaata aluetta, eli ei täysin osaa sanoa mielipidettä sen toimivuudesta. Vain 15 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, etteivät ne tulisi toimimaan kyseisessä konseptissa.

Itsepalvelukassojen toimivuudesta pubeissa puolsi todella vähän vastaajista. Vastaajat olivat melko yksimielisiä siitä, että niiden toimivuus kyseisessä konseptissa ei olisi toimiva. Jonkin verran myös epävarmuutta löytyi vastaajista.

Vastaajista lähes 70 prosenttia oli sitä mieltä, että itsepalvelukassojen toimivuus à la carte ravintoloissa ei tule onnistumaan. Todella pieni määrä vastaajista oli taas toimivuuden puolella. Tämän kysymyksen kohdalla 20 prosenttia ei osannut sanoa sen toimivuudesta, mikä on huomattavasti vähemmän, kuin aikaisempien kohdalla.

Itsepalvelukassojen toimivuuden puolesta fine dine ravintoloissa oli vain neljä prosenttia. Vastaajat ovat lähes yksimielisiä siitä, että itsepalvelukassojen toimivuus kyseisessä konseptissa on lähes mahdoton ja vastaajista vain 14 prosenttia ei osannut sanoa mielipidettä.

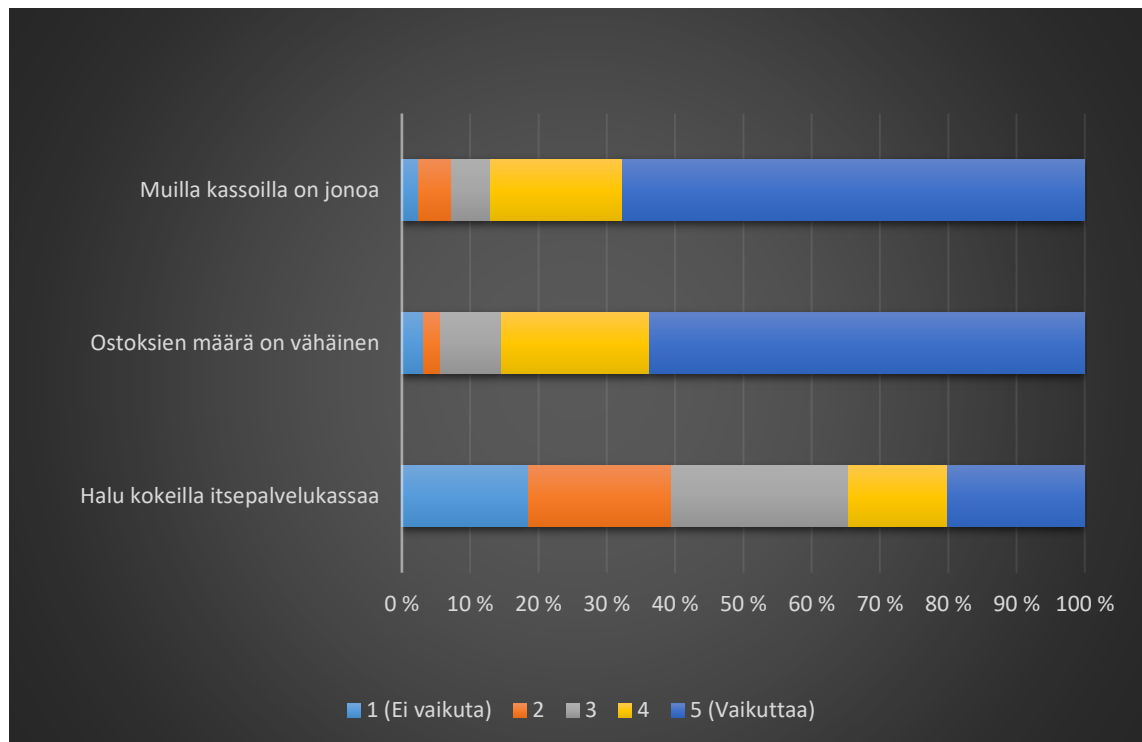
Kuviosta 4 nähdään, kuinka moni vastaajista on käyttänyt itsepalvelukassaa jossain tilanteessa



KUVIO 4. Itsepalvelukassojen käyttäminen.

Kaikista vastanneista 90 prosenttia on käyttänyt itsepalvelukassaa jossain tilanteessa ja vain 10 prosenttia ei ole käyttänyt koskaan itsepalvelukassaa. Avoimen kysymyksen yleisimmät vastaukset siihen, miksi ei ole käyttänyt itsepalvelukassaa olivat, että itsepalvelukassaa ei ole lähikaupassa ja periaatteen vuoksi ei tahdo käyttää kyseistä palvelua.

Kuviosta 5 nähdään, mitkä tekijät vaikuttavat asiakkailla itsepalvelukassan valintaan missä tahansa palvelutapahtumassa.



KUVIO 5. Itsepalvelukassan valintaan vaikuttavat tekijät.

Muiden kassojen jono nousi suurimmaksi syyksi valita itsepalvelukassat ja toiseksi suurin syy oli ostoksien vähäinen määrä. Vastaajista alle 10 prosenttia oli sitä mieltä, ettei muiden kassojen jonoilla tai ostoksien määrällä ole vaikutusta itsepalvelukassan valintaan. Itsepalvelukassan kokeilun halun vaikutus jakautui melko tasaisesti vastaajien kesken.

”Itsepalvelukassalla välttää kommunikoinnin toisen ihmisen kanssa. Ja jos ostan jotain noloa, esim. tosi ison karkkipussin, tykkään mennä itsepalvelukassalla, ettei kassatäti tuomitse.” - Nainen 18–24 vuotta.

”Valitsen itsepalvelukassan vain, kun minulla on kiire.” -Nainen 30–40 vuotta.

”Valitsen itsepalvelukassan hyvin harvoin, suosin normaalikassoja.” – Nainen 25–29 vuotta.

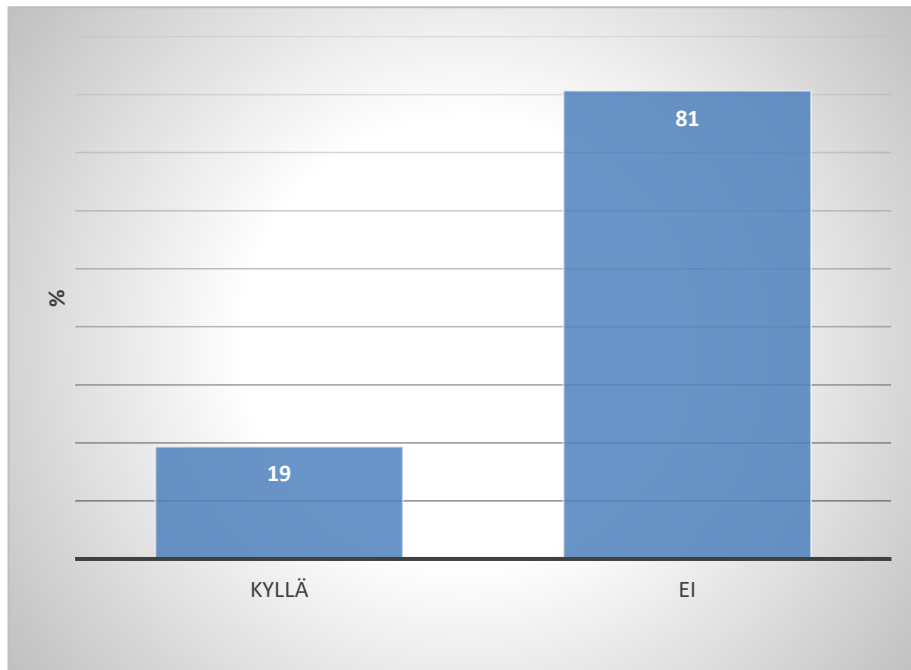
Suurella osalla avoimeen kysymykseen vastanneista syynä itsepalvelukassan valintaan oli kiire ja se, että kokee itsepalvelukassan olevan normaalikassaa nopeampi. Myös muutamissa vastauksissa kerrottiin syyksi, että ei halua tai jaksa kommunikoida ihmisen kanssa. Myös kokeilun halua nostettiin esille sekä se, että kaverin painostuksella käyttää itsepalvelukassaa. Muutamissa vastauksia tuli esille, ettei henkilö halua käyttää itsepalvelukassaa vaan suosii mieluummin normaaleja kassoja. Normaalikassat valitaan myös silloin, jos ostoksista löytyy alkoholia tai asiakkaalla on pullokuitti mukana.

”Itse pidän sitä hienona mahdollisuutena. Vaikka se vähentää kassahenkilökuntaa, se luotäysin uudenlaisia työpaikkoja.” – Nainen 25 – 29 vuotta.

”Suhtaudun palvelukulttuurin lisääntymiseen hieman negatiivisesti, sillä pelkään sen vievän ihmisiltä työpaikkoja.” Nainen 25 – 29 vuotta.

Avoimeen kysymykseen vastasi 78 ihmistä. Mielipiteet itsepalvelukulttuurin lisääntymisestä jakautuvat positiiviseen ja negatiiviseen mielikuvaan. Myös neutraaleja mielipiteitä löytyi joukosta. Yleinen positiivinen mielipide oli, että itsepalvelu nopeuttaa asioita, jos kaikki sujuu ilman ongelmia. Esille nousi myös se, että itsepalvelun myötä saadaan kehitettyä uusia työpaikkoja yrityksiin. Vastanneet olivat sitä mieltä, että jos yrityksessä on itsepalvelukonsepti, saattaa hyllyjen välistä löytyä helpommin työntekijä, joka opastaa tarvitsemassa asiassa. Ruuhka-aikoina itsepalvelu koetaan myös helpottavan asiointia yrityksessä. Itsepalvelukulttuuri herätti kuitenkin myös negatiivisia mielikuvia vastanneissa. Monesti nostettiin esille, että itsepalvelu saattaa viedä työpaikkoja ja vastanneet myös arvostavat palvelua. Myös vanhempaa sukupolvea pohditaan vastauksissa, vaikeuttaako itsepalvelukulttuuri heidän elämää, jos kaikki automatisoituu. Kuitenkin lähes kaikissa vastauksissa kerrottiin, että asiakaspalvelu on vielä tänäkin päivänä tärkeää, vaikka kaikki automatisoituu ja yrityksen yrittävät tuottaa palvelut kustannustehokkaasti.

Kuviossa 6 nähdään prosentteina, kuinka moni vastaajista oli käyttänyt itsepalvelukassaa ravintoloissa.

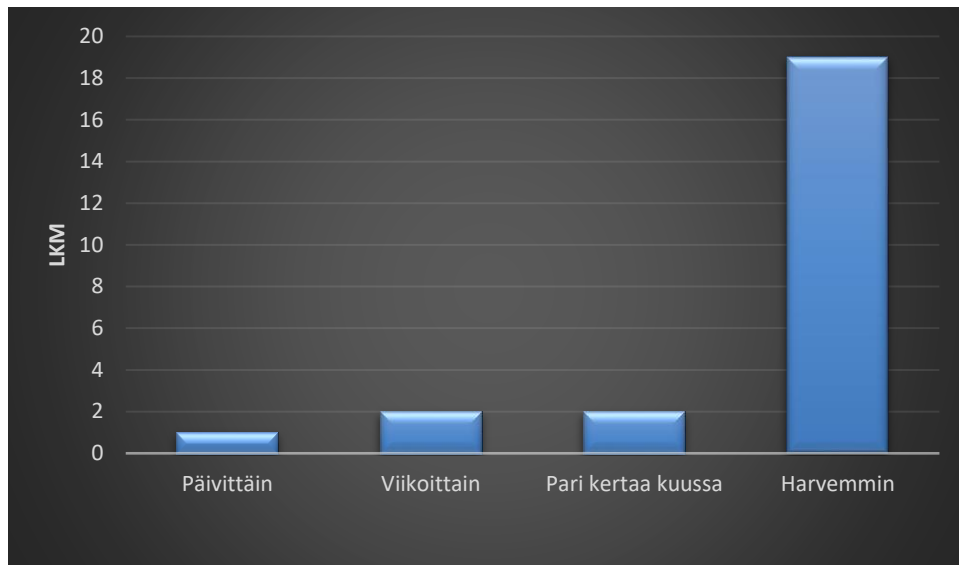


KUVIO 6. Itsepalvelukassojen käyttö ravintoloissa.

”Haluan, että minua palvellaan, saan kohdata ihmisen enkä koneen. Haluan myös osoittaa, että ihmisiä ei voi korvata koneilla”- Nainen 18 – 24 vuotta.

Vastaajista 19 prosenttia oli käyttänyt itsepalvelukassaa ravintoloissa. 81 prosenttia ei ollut koskaan käyttänyt. Suurin syy siihen, että ei ollut koskaan käyttänyt itsepalvelukassaa ravintoloissa oli se, että niitä ei ole tullut vastaan ravintoloissa joissa on asioinut ja myös muutamat vastanneet, että vaikka sellainen olisi ei silti välttämättä käyttäisi.

Kuviosta 7 nähdään kuinka usein vastaajat käyttävät itsepalvelukassaa



KUVIO 7. Asiakkaan itsepalvelukassan käyttökertojen määrä ravintoloissa.

Kyselyyn vastanneista vain yksi käyttää itsepalvelukassaa päivittäin ja kaksi käyttää viikoittain. Pari kertaa kuussa itsepalvelukassaa käyttää myös kaksi ja sitä harvemmin käyttää 19 ihmistä.

Vastanneista 20 pitää itsepalvelukassan käyttöä helppona. Kukaan vastanneista ei kertonut itsepalvelukassan käytön olevan erittäin vaikeaa. Yksi vastanneista kertoi käytön olevan melko vaikeaa ja kolme ei osaa sano, onko se helppoa vai vaikeaa.

”Koneet välillä sekoavat, joten se ei välttämättä sujuvampaa ole. Usein toki nopeampaa jos koneet vain toimivat. Eikä koneet korvaa aitoa asiakaspalvelijaa (ihmistä).” – Nainen 18 – 24 vuotta

Vastanneista 13 kokee, ettei ole saanut sujuvampaa palvelua itsepalvelukassojen myötä ja 11 on sitä mieltä, että ovat saaneet sujuvampaa palvelua. Avoimeen kysymykseen vastasi 11 henkilöä. Vastauksissa nousi esille, että nopeus on myös hyvä asia itsepalvelukassoissa ravintoloissa ja myös virheet on helpompi hyväksyä, koska ne on itse tehnyt.

”Asiakaspalvelukokemus jää kokonaan pois ja tämä vaikuttaa mielikuvaani paikasta, jää usein ei herätä juuri tunteita, filis” – Nainen 24- 29 vuotta.

”Lähinnä jokaisella itsepalvelukassalla on ollut henkilökuntaa joko lähellä tai ravintoloissa tiskillä” – Nainen 30- 40 vuotta.

”En odottanutkaan sitä, päinvastoin, olisin hämmästynyt, jos joku kyttäisi maksamistani” – Mies 51 – 65 vuotta

Vastanneista 16 ei jää kaipaamaan ihmiskontaktia käyttäessään itsepalvelukassaa ravintoloissa ja kahdeksan jää kaipaamaan ihmiskontaktia. Avoimissa vastauksissa vastaajat eivät odota saavansa ihmiskontaktia itsepalvelukassaa käyttäessä ja tietävät jos tarvitsevat apua sitä saa helposti, koska läheltä löytyy aina työntekijä, jolta pystyy kysymään apua tarvittaessa. Kaikki 24 itsepalvelukassaa ravintoloissa käyttäneistä olivat sitä mieltä, että he saavat apua, kun siihen on tarvetta.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimuksen aluksi oli päätetty mille ikäluokille tutkimus kohdennetaan. Kohderyhmänä oli 18–65 vuotiaat opiskelijat ja työssäkäyvät ihmiset. Sukupuolta ja ikää vertailtiin, jotta saatiin hieman taustatietoa siitä, minkä ikäiset ja mitä sukupuolta edustavat ihmiset vastasivat kyselyyn. Tarkoituksena oli, että miesten ja naisten vastauksia vertailtaisiin enemmän, mutta sukupuolten jakautuessa epätasaisesti tämä vertailukeino jätettiin pois. Kyselyssä oli kuitenkin positiivista huomata se, että vastauksia saatiin lähes jokaisesta ikäluokasta ja ikäjakaumat jakautuivat miesten ja naiset välisesti lähes tasaisesti. Kysely lähetettiin satunnaisesti valituille ihmisille, joten alussa ei ollut tietoa siitä, kuinka monta miestä ja kuinka monta naista kyselyyn vastaisi.

Onnistuneen palvelukokemuksen piirteisiin kuuluu kirjallisuuden mukaan asiakkaan odotuksien ylittyminen ja se, että asiakas on saanut sen mitä on yritykseltä tullut hakemaan. Tämän tutkimuksen perusteella palvelukokemuksen tärkeimpiä asioita ovat asiakaspalvelu, palvelun nopeus sekä vaivattomuus. Yritysten liitännäispalveluiden toimiessa moitteettomasti tämän tutkimuksen perusteella on mahdollista saada onnistunut palvelukokemus itsepalvelukassoja käyttäessä. Edelleen halutaan saada yritykseltä tarvitsemansa palvelun, mutta välttämättä siihen ei enää vaadita asiakaspalvelijaa. Ihmiset ovat kaikki erilaisia ja odottavat palvelulta eri asioita. Odotukset palvelukokemuksesta eivät ole siis muuttuneet vaan ne ovat jalostuneet nykytilanteeseen sopivimmiksi. Palvelukokemuksessa yhtenä tekijänä oli vuorovaikutus, mutta itsepalvelukulttuurin lisääntyessä se ei enää ole mainittavassa osassa palvelukokemuksen muodostajana.

Työn alussa pohditaan, miten kassatarjoilijan rooli muuttuisi lounasravintolassa, johon itsepalvelukassa hankitaan. Myös kyselyyn vastanneiden keskuudesta nousi esiin huoli siitä, että itsepalvelukassat saattavat viedä työpaikkoja, mutta kuten Winpos:ilta kerrottiin, itsepalvelukassojen ansiosta työntekijöitä pystytään siirtämään toisiin tehtäviin, jolloin he edesauttavat palvelukokemuksen muodostumista ennen maksutapahtumaa. Case-tutkimuksen perusteella Tampereen yliopiston lounasravintolassa kassatarjoilijoita on myös siirretty muihin avustaviin tehtäviin.

Yllättävää kyselyssä oli huomata se, että vastaajista todella moni oli sitä mieltä, ettei itsepalvelukassat sovi lounasravintoloihin. Se, että itsepalvelukassat eivät sovi à la carte tai fine dining ravintolaan on täysin ymmärrettävää, koska näihin paikkoihin asiakas tietää

menevänsä palveltavaksi. Suomalaiset eivät ehkä täysin osaa ajatella, minkälaisia itsepalvelukassat ravintoloissa oikeastaan olisivat. Vastajat kertoivat kyselyssä, että pubeissa itsepalvelukassa ei tulisi toimimaan, mutta tämän vastauksen taustalla mahdollisesti on suomalainen anniskelulainsäädäntö joka mahdollisesti rajoittaisi itsepalvelukassan toiminta-ajatusta. Lempäälän ravintolassa oli kokeiltu itsepalvelukonseptia, jossa siis asiakkaat tilaavat ruuat pöydistä omaan tahtiin ja asiakaspalvelija tuo tilauksen heille. Asiakkaat maksavat itsenäisesti ostoksensa sirukortilla. Tämä on hyvä vaihtoehto siinä vaiheessa, kun tarjoilijalla ja asiakkaalla on kiire.

Kuitenkin 90 prosenttia vastanneista on käyttänyt itsepalvelukassaa ruokakaupoissa tai muualla, joten se jo kertoo, että itsepalvelukassojen käyttö on lähes arkipäivää. Suurin syy itsepalvelukassojen valintaan oli se, että muilla kassoilla on jonoa. Itsepalvelukassajärjestelmien toimittajien ja -käyttävien yritysten mukaan kassojen tarkoituksena on lyhentää jonoja. Asiakkaiden on näin ollen mahdollista suoriutua maksu- ja palvelutapah- tumasta nopeammin. Käteisen käytön vähentyessä ja maksukorttien sekä mobiilimaksa- misen noustessa suosittumaksi myös normaalikassoilla asioiminen muuttuu nopeam- maksi. Kyselyn perusteella itsepalvelukassan valintaan vaikuttaa myös merkittävästi asi- akkaan ostoksien määrä, eli asiakkaat haluavat suoriutua ostostapahtumasta mahdollisim- man nopeasti. Nopeus nousi aikaisemminkin esille tutkimuksessa palvelukokemuksen onnistumisen kriteereissä.

Kyselyssä kävi ilmi, että vastaajista vain 19 prosenttia oli käyttänyt itsepalvelukassaa ra- vintoloissa. Kyselyyn vastanneista 81 prosentilla ei ollut tullut vastaan ravintolaa, jossa olisi itsepalvelukassa käytössä. Tämä oli yllättävää, sillä kohderyhmään oli valittu ihmi- siä, joilla on mahdollisuus käyttää itsepalvelukassaa lähes päivittäin. Kyselyyn vastan- neista itsepalvelukassaa päivittäin käyttää yksi ihminen ja viikoittainkin palvelua käyttää vain kaksi ihmistä, vaikka Tampereen yliopiston kuudesta lounasravintolasta kahdessa on mahdollista käyttää itsepalvelukassaa. Nämä lukemat saattavat selittyä sillä, että yliopisto sijaitsee Tampereen keskustassa, joten ruokapalvelujen tuottajia löytyy runsaasti myös kampusalueen läheisyydestä. Case Tampereen yliopiston lounasravintolasta kävikin ilmi, että yliopiston henkilökunnalla on mahdollisuus valita, maksavatko he itsepalvelukassalle vai perinteiselle kassalle.

Kyselyn perusteella asiakkaat edelleen kuitenkin kaipaavat kontaktia asiakaspalvelijan kanssa. Tutkimuksen mukaan pelkkä itsepalvelukassa ei täytä asiakkaiden odotuksia palvelutapahtumassa. Itsepalvelukassa on hyvä lisävaihtoehto yrityksissä ja sen avulla voi olla mahdollista saada uutta asiakaskuntaa. Itsepalvelukassat mahdollistavat myös asiakaskokemuksen rikastuttamisen, koska asiakkaalla on valinnanvapaus toimia maksutilanteessa parhaaksi katsomallaan tavalla.

Päivittäistavarakaupat ovat kehittäneet muitakin automatisoituja ja digitaalisia palveluja asiakkaiden arkea helpottamaan. Esimerkiksi Prisma on kehittänyt Kauppakassi-nimisen sovelluksen, jonka avulla asiakas valitsee internetin välityksellä tuotteet, maksaa ostokset verkkopankissa ja noutaa kauppakassiluukusta tuotteet ilman minkäänlaista kontaktia asiakaspalvelijaan. Tulevaisuudessa itsepalvelukonseptit tulevat muuttumaan vieläkin enemmän automatisoiduiksi. On todennäköistä, että jossain vaiheessa kaupoissa ei tarvita enää laisinkaan henkilökuntaa, vaan robotiikalla saadaan tuotteet kauppojen hyllyille ja ostokset laitetaan älykärriihin. Hinta päivittyy asiakkaalle automaattisesti ja mahdollisesti ostostapahtuman lopussa veloitetaan summa tililtä suoraan ilman minkäänlaisia maksukortteja.

LÄHTEET

Anteroinen, S. 2013. Digiravintola tulee, oletko valmis? Proresto 3/2013, 32. Luettu 7.4.2017

Automatisoitu itsepalvelu rantautui ravintolaan. 2007. Luettu 11.3.2017. <https://www.uusisuomi.fi/kotimaa/8526-automatisoitu-itsepalvelu-rantautui-ravintolaan>

Eazybreak. Luettu 11.3.2017. <https://eazybreak.fi/site/fi/>

Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Hansaprint direct Oy

Erkko, A. 2015. Näin ravintolakenttä on muuttumassa. Luettu 18.4.2017. <http://maku-jenmaailma.kauppalehti.fi/ravintola/ravintolakenttan-renessanssi>

Filenius, M. 2015. Digitaalinen asiakaskokemus. Jyväskylä: Docendo Oy

Hemmi, M., Häkkinen U., Lahdenkauppi, M. 2008. Avec asiakaspalvelu ravintolassa. 8. Painos. Helsinki: WSOY

Hiekkataipale, A., Keränen., S & Soininen L. 2008. Bongaa palvelun ja tarjoilun avaimet. Helsinki: WSOY

IBM: The digital customer experience 2014. Luettu 15.2.2017. <http://www-01.ibm.com/common/ssi/cgi-bin/ssialias?infotype=SA&subtype=WH&htmlfid=UVW12386USEN>

Janakka, T. Palaute meni pipariksi 12.12.2016. Luettu 7.4.2017. <https://www.taplause.fi/single-post/2016/12/12/Palaute-meni-pipariksi>

Karonen. K. Ravintolapäällikkö. 2017. Haastatelu 3.2.2017. Haastattelija Juuti, J. Tampere

Kowitt, B. 2016. Why eating at McDonald's is about to undergo a massive makeover. Luettu 18.4. 2017. <http://fortune.com/2016/11/18/mcdonalds-kiosks-table-service/>

Laki kuitintarjoamisvelvollisuudesta käteiskaupassa 30.8.2013/658. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2013/20130658>

Lounasseteli – tuttu lounasedun maksuväline. Luettu 11.3.2017. <http://www.edenred.fi/fi/tuotteet/lounasseteli/edunsaaja>

Lutz, A. 2015. McDonald's uncovered a secret on France that could solve its problems in America. Luettu 18.4.1017. <http://uk.businessinsider.com/mcdonalds-ceo-reveals-why-french-business-is-winning-2015-7?r=US&IR=T>

Löytänä, J & Korteso, K. Asiakaskokemus, palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. 2011. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy

MobilePay ja Winpos yhteistyöhön: mobiilimaksaminen osaksi kassajärjestelmiä Suomessa. 2016. Luettu 11.3.2017. <https://www.danskebank.fi/fi-fi/tietoa-danske-bankista/media/Tiedotteet/Pages/MobilePay-ja-Winpos-mobiilimaksaminen-osaksi-kassajarjestelmia-Suomessa.aspx>

Mobile transaction: Maksupäätte vuokralle tilapäisesti? Tässä parempi vaihtoehto 2015. Luettu 16.2.2017. <https://fi.mobiletransaction.org/maksup%C3%A4%C3%A4te-vuokralle/>

Mobiilimaksaminen laajentuu: Pivo, Mobile Pay, Lompakko ja Täpäkki. 2015. Luettu 11.3.2017. <http://www.pankkiasiat.fi/mobiilimaksaminen-laajentuu-pivo-mobilepay-lompakko-ja-tapakka>

Nurmisto, S. 2011 Itsepalvelukassat purkaa jonot. Luettu 18.4.2017. <http://kassa.fi/itsepalvelukassa-purkaa-jonot/>

Renfors, S-M & Salo, V. 2013. Onnistunut asiakaskohtaaminen matkailu- ja ravintolalalla. Pori: Satakunnan ammattikorkeakoulu

Turvatekijät. 2017. Luettu 26.4.2017. <http://www.ecb.europa.eu/euro/banknotes/security/html/index.fi.html>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy

Valvio, T. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy

Välimäki, M. 2015. Mitä enemmän älyä, sitä enemmän mahdollisuuksia. Proresto 1/2015, 22-23. Luettu 16.2.2017

Winpos tuo markkinoille uuden itsepalvelukassan. Proresto 1/2015, 6. Luettu 16.2.2017

LIITTEET

Liite 1. E-kyselylomake

Itsepalvelukassat

Opiskelen Tampereen ammattikorkeakoulussa viimeistä vuotta ja teen opinnäytetyötä itsepalvelukassoista lounasravintoloissa. Opinnäytetyön tarkoituksen on selvittää miten itsepalvelukassat vaikuttavat asiakaspalvelukokemukseen. Itsepalvelukassoilla tarkoitetaan tässä kyselyssä sellaisia koneita, joihin asiakas itse antaa valitsimiensa tuotteiden tunnistetiedot. Kyselyyn vastaaminen vie vain hetken ja vastauksista on suuri apu opinnäytetyötäni kirjoittaessa.

Tiedot

Nainen Mies

* Sukupuoli

18-24 25-29 30-40 41-50 51-65

* Ikä

Palvelu

Mitkä asiat vaikuttavat palvelun onnistumiseen? *

- Nopeus
 Hyvä asiakaspalvelu
 Palvelun odotuksien ylittyminen
 Ilmapiiri
 Ei mikään näistä

Mikä on sinulle tärkeintä palvelutapahtumassa?

Arvioi asteikolla 1-5 itsepalvelukassan toimivuus seuraavissa paikoissa (1 ei toimiva, 5 toimiva).

	1	2	3	4	5
Pikaruokaravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lounasravintolat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pubit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ala carte	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fine dine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

* Oletko käyttänyt itsepalvelukassoja (esim. päivittäistavara-kaupat, ravintolat)? Kyllä Ei

Jos vastasit ylläolevaan "Ei" kerro tässä, mistä syystä et ole käyttänyt itsepalvelukassaa.

Itsepalvelukassat

Asteikolla 1-5 (1 ei yhtään, 5 erittäin paljon) kuinka paljon seuraavat asiat vaikuttavat itsepalvelukassanvalintaan?

	1	2	3	4	5
Muilla kassoilla on jonoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostoksien määrä on vähäinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Halu kokeilla itsepalvelukassaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Onko sinulla joitain muita syitä valita itsepalvelukassa normaalkassojen sijaan?

Mitä mieltä olet itsepalvelukulttuurin lisääntymisestä suomalaisessa yhteiskunnassa?

*Oletko käyttänyt itsepalvelukassoja ravintoloissa (Esim. lounasravintola, pikaruokaravintola)? Kyllä Ei

Jos vastasit ylläolevaan "Ei" Kerro tässä, mistä syystä et ole käyttänyt itsepalvelukassaa ravintoloissa.

Itsepalvelukassat ravintoloissa

Kuinka usein käytät itsepalvelukassaa ravintoloissa? Päivittäin
 Viikoittain
 Pari kertaa kuussa
 Harvemmin

? Arvioi asteikolla 1-5 itsepalvelukassan käyttöä (1 erittäin vaikeaa, 5 erittäin helppoa) 1 2 3 4 5

Koetko, että olet saanut sujuvampaa palvelua itsepalvelukassojen myötä? Kyllä Ei Miksi?

Käyttäessä itsepalvelukassaa jäätkö kaipaamaan ihmiskontaktia? Kyllä Ei Miksi?

Ongelman sattuessa itsepalvelukassan käytössä, saatko tarvittaessa helposti apua? Kyllä Ei

Tietojen lähetyk

Tallenna

Kiitos vastauksistanne!