

Laura Hartikainen

ASIAKASPALVELUN LAADUN VARMISTAMINEN RAVINTOLASSA

Opinnäytetyö
Palveluiden johtaminen ja tuottaminen


Lokakuu 2014




MAMK

University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

	Opinnäytetyön päivämäärä Marraskuu 2014	
Tekijä(t) Laura Hartikainen	Koulutusohjelma ja suuntautuminen Palvelujen johtaminen ja tuottaminen	
Nimeke Asiakaspalvelun laadun varmistaminen ravintolassa		
Tiivistelmä <p>Tämä opinnäytetyö käsittelee asiakaspalvelun laatua ja miten se toteutuu ravintolassa. Työn päätarkoituksena on selvittää asiakaspalvelun laadun nykytila ja löytää mahdolliset ongelmakohdat. Toisena tarkoituksena on luoda ravintolan johtajalle lomake, jonka avulla hän voi seurata, sitä että vuorovastaavat hoitavat tehtävänsä oikein.</p> <p>Työssä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää ja kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Työssä käytettyjä tutkimusmenetelmiä ovat asiakaskysely sekä havainnointi. Tutkimusaineisto kerättiin vuoden 2013 kesän ja syksyn aikana.</p> <p>Asiakaskyselystä saatujen tulosten mukaan asiakkaat vaikuttavat tyytyväisiltä palveluun, mistä voidaan vetää johtopäätös, että palvelun laatu on hyvää. Havainnoinnissa kuitenkin huomattiin ongelmia palveluprosessissa, ja niihin tulisi ravintolan jatkossa kiinnittää huomiota. Ongelmat ilmenevät yleisimmin ruuhka-aikoina. Ongelmia ilmeni erityisesti perehdytyksessä, asiakkaiden vastaanotossa sekä palvelun nopeudessa.</p> <p>Tutkimustulosten perusteella ravintolan tulisi kiinnittää erityistä huomiota perehdytyksen parantamiseen. Henkilökunnan pitäisi jatkossa huomioida nopeammin ravintolaan saapuvat asiakkaat. Ravintolan tulisi opastaa tarjoilijoita prosessoimaan tehtäviensä paremmin, jotta palvelu olisi nopeampaa ja tehokkaampaa.</p>		
Asiasanat (avainsanat) Palvelu, laatu, asiakas, kysely, havainnointi		
Sivumäärä 28 + 6	Kieli Suomi	URN
Huomautus (huomautukset liitteistä)		
Ohjaavan opettajan nimi Eeva Koljonen	Opinnäytetyön toimeksiantaja HOK-Elanto Linda Rosilainen-Susi	

DESCRIPTION

		Date of the bachelor's thesis November 2014
Author(s) Laura Hartikainen	Degree programme and option Hospitality management	
Name of the bachelor's thesis Quality of customer service in a restaurant		
Abstract The key themes of this work are customer service and its qualities in a restaurant. The main purpose of the work is to find out the quality of service and to find possible problems in the service process. The second purpose is to create a system which will help the manager of the restaurant to follow the work of the shift managers. Research methods that were used in this work were a survey and observation. This work also applies the error log model. The research material was collected in summer and autumn 2013. The survey results showed that the customers seemed to be satisfied with the service, so it can be concluded that the quality of the service is good. However, the observation showed problems in the service process to which the restaurant should pay more attention. The problems occur commonly during peak periods. There were mostly problems in the orientation and in the speed of the service. Based on the results, the restaurant should pay special attention to the improvement of the orientation. The staff should welcome the customers faster, when they arrive at the restaurant. The restaurant staff should be instructed to process the tasks better, so that the service would be faster and more efficient.		
Subject headings, (keywords) Service, qualities, customer		
Pages 28p.+ app. 6	Language Finnish	URN
Remarks, notes on appendices		
Tutor Eeva Koljonen	Bachelor's thesis assigned by HOK-Elanto Linda Rosilainen-Susi	

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	1
2	TAVOITE, TAUSTA JA TOIMEKSIANTAJA.....	2
3	PALVELU.....	3
3.1	Palvelun peruspiirteet	3
3.2	Palveluiden ryhmittely	5
3.3	Palvelun laatu.....	5
3.3.1	Palvelun laadun ulottuvuudet.....	6
3.3.2	kilpailuetu sekä kokonaislaatu	8
4	TUTKIMUS MENETELMÄT.....	10
4.1	Kysely	10
4.2	Havainnointi.....	11
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	12
5.1	Kysely	12
5.2	Havainnointi.....	13
6	TULOKSET	14
6.1	Ravintolan asiakaskyselyn tulokset	14
6.2	Baarin kysely	19
6.3	Havainnoinnin tulokset.....	22
6.4	Seurantalomake.....	23
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	24
8	YHTEENVETO	26
	LÄHTEET	28

LIITE/LIITTEET

- 1 Vuorovastaavien seurantalomake
- 2 Kyselylomake

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö käsittelee asiakaspalvelua ja sen laatua ravintolassa. Opinnäytetyö tehtiin helsinkiläiseen á la carte ravintolaan ja se toteutettiin vuoden 2013 kesäkuun ja vuoden 2014 syyskuun välisenä aikana. Tarkoituksena oli selvittää asiakaspalvelun laadun nykytila ja tehdä tutkimustulosten perusteella kehitysehdotuksia, jotta palvelunlaatu saataisiin taattua.

Työn keskeisinä teemoina olivat palvelu ja sen laatu. Palvelun määrittely oli hankalaa, mutta Christian Grönroos (2009, 77) esitti seuraavan määritelmän: ”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimintaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien ja/tai tuotteiden ja/tai palvelujen tarjoajan järjestämien järjestelmien vuorovaikutuksessa.”

Työssä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää ja kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Tutkimusmenetelminä käytettiin asiakaskyselyä sekä havainnointia. Tutkimusaineisto kerättiin vuoden 2013 kesän ja syksyn aikana.

Työntulosten avulla yritys kykeni tunnistamaan ongelmakohtia ja löytämään niihin ratkaisuja. Työn teoriapohjaa sekä tuloksia voitiin käyttää myös vuorovastaavien sisäisessä koulutuksessa. Seurantalomakkeen toimivuutta kokeiltiin aluksi käytännössä ja kokeilun jälkeen sitä voidaan kehittää tarpeen vaatiessa.

2 TAVOITE, TAUSTA JA TOIMEKSIANTAJA

Tämän opinnäytetyön päätarkoituksena oli selvittää helsinkiläisen á la carte ravintolan palvelunlaadun nykytila, sekä saatujen tulosten perusteella antaa parannusehdotuksia. Toisena tarkoituksena oli luoda ravintolan johtajalle väline, jonka avulla hän voi seurata sitä, että vuoropäälliköt ovat tietoisia tehtävistään. Eli varmistetaan, että vuorovastaavat tietävät, mihin heidän tulisi kiinnittää vuoronsa aikana huomiota ja taata että he noudattavat tehtäviensä.

Tutkimus haluttiin suorittaa, koska aiemmat tutkimustulokset ovat osoittaneet, että palvelun laadussa olisi parannettavaa. Aiemmat tutkimukset on suoritettu mystery shopping -menetelmää käyttäen. Ravintolassa on myös toteutettu asiakaskysely HOK-Elannon toimesta.

Tutkimuksessa käytettiin kysely- sekä havainnointimenetelmää. Tutkimuksessa käytettiin siis kvalitatiivista ja kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Aineisto kerättiin vuoden 2013 kesällä ja syksyllä.

Ravintola, johon työ tehtiin, on Helsingin ydinkeskustassa sijaitseva espanjalaisytylinen á la carte ravintola. Ravintola kuuluu HOK-Elannon ravintoloihin. Se sijaitsee hotellin yhteydessä, mistä johtuen hotellin kanssa tehdään yhteistyötä.

Ravintola on tyyliältään moderni espanjalainen ravintolakokonaisuus. Ravintola on kahdessa kerroksessa. Alakerrassa (katutaso), sijaitsevat ravintola sekä baari. Yläkerrassa on myös ravintolanpuoli, joka on tarkoitettu lähinnä pöytävarausasiakkaille sekä isoille seurueille. Yläkerta avataan usein vasta kello 16 jälkeen.

Ravintolan menu sisältää laajan valikoiman espanjalaisia tapaksia. Tapakset ovat pieniä suupaloja, joita nautitaan Espanjassa juomien kera ennen ateriaa (Casa Largo 2014). Ruokalistalla on myös useita eri ateriavaihtoehtoja pääruoaksi. Listalta löytyvät myös espanjalaistyyliset jälkiruuat. Ravintolalla on laajavalikoima espanjalaisia kuohu-, puna- ja valkoviinejä.

HOK-Elanto on S-ryhmän suurin alueosuuskauppa. Sen liikevaihto on noin 1.9 miljardia euroa ja se työllistää yli 6000 henkilöä. HOK-Elantoon kuuluvat Prismat, So-

kokset, ABC- liikennemyymälät sekä useita ravintoloita. (HOK-Elannon ravintoloilla on 113 toimipaikkaa ja niiden henkilöstö määrä on noin 1 000 henkilöä. Ravintoloiden liikevaihto on 137 miljoonaa euroa. (Vuosiesite 2014.)

3 PALVELU

Palvelun määritelmä on pulmallista. Palvelutapahtumassa on aina palvelun tuottaja ja käyttäjä. (Rissanen 2005, 16.) Tapio Rissanen (2005, 18) määrittelee palvelun näin: ”Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta suoritus tai valmius, jossa asiakkaalle tuotetaan tai annetaan mahdollisuus lisäarvon saamiseen ongelman ratkaisuna, helppoutena, vaivattomuutena, elämyksenä, nautintona, kokemuksena, mielihyvänä, ajan tai materian säästönä jne.”

Palvelulle luotiin useita määritelmiä 1960-, 1970- ja 1980 –luvulla, eikä sille ole pysytty antamaan yksimielistä määritelmää. Christian Grönroos esitti seuraavan määritelmän: ”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimintaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien ja/tai tuotteiden ja/tai palvelujen tarjoajan järjestämien järjestelmien vuorovaikutuksessa.” (Grönroos 2009, 77.)

3.1 Palvelun peruspiirteet

Palvelu on pääasiallisesti aineetonta. Mistä johtuen kustannuksia on haastavaa kuvata etukäteen. Esimerkiksi autokorjaamoissa on hankalaa etukäteen tietää korjauskustannuksista, jos ei etukäteen ole tiedossa korjattavan auton vikaa. (Tapio Rissanen 2005, 16.) Palveluiden kokeilu ennen kuluttamista on mahdotonta. Esim. pakettilomaa ei voida kokea ennen matkan ostamista. Lisäksi lomamatkat ovat lähinnä kokemus eikä esineellisesti rajattava asia (Grönroos 2009, 80.)

Palvelu tuotetaan ja kulutetaan paljolti samanaikaisesti. Palvelua ei voida säilöä. Ennen palvelua yritykset ovat kuitenkin usein hyvin valmistautuneet palveluun. Esimerkiksi ravintoloissa ruoka-annoksia valmistellaan mahdollisen pitkälle, jottei asiakkaan tarvitsisi odotella ruokaansa pitkään. Palvelutapahtumalla voi olla pitkälliset seuraukset. Sillä esimerkiksi, jos asiakas saa heikkoa palvelua voi hän siirtyä toisen pal-

veluntarjoajan asiakkaaksi. Huonoa palvelua saaneen asiakkaan käsitystä asiakaspalvelusta on mahdollisesti vaikea korjata. (Rissanen 2005, 19.)

Palvelu sanalla on useampia merkityksiä. Sillä voidaan tarkoitaa henkilökohtaista palvelua tai palveluun tuotteena tai tarjoamana. Jos jostain koneesta tai muusta tuotteesta valmistetaan asiakkaan tarpeisiin vastaava, on sekin palvelua. Tuote on usein itsessään fyysinen tavara, mutta kun sen valmistaminen, myyminen ja toimittaminen asiakkaalle on palvelua. (Grönroos 2009, 76.)

Palvelu tapahtuu yleensä vuorovaikutuksessa palvelun tarjoajan sekä ostajan välillä, mutta ei välttämättä. Esimerkiksi jos sähkömies asioi asiakkaalla tämän ollessa muualla, niin asiakas saa palvelun ilman vuorovaikutusta. Asiakas osallistuu kuitenkin aina jossain vaiheessa palveluprosessiin. (Grönroos 2009, 77, 79.)

Palveluiden yksi keskeisimmistä piirteistä on niiden prosessiluonne. Eri toiminnosta syntyvät tapahtumasarjat ovat palveluja, ja niissä käytetään erilaisia keinoja mm. henkilöitä ja muita aineellisia resursseja, informaatiota ja systeemejä. Suurin osa palveluprosesseista ovat asiakkaille näkymättömiä ja asiakas kuluttaa vain osaa siitä. Asiakas kuitenkin kiinnittää huomiota näkyvään palvelun osaan ja luo näiden perusteella kuvan palvelusta ja sen luonteesta. (Grönroos 2009, 79.)

Yksi palveluiden erityispiirteistä on se, ettei niitä kyetä säilömään. Esimerkiksi jos laivan hyttejä jää tyhjäksi laivan lähdettyä satamasta, ne pysyy tyhjänä koko matkan, eikä hyttejä kyetä myymään seuraavaksi päiväksi. Tällöin tulee ratkaisevaksi kysymykseksi kapasiteettisuunnittelu. Jos ravintolan kapasiteetti on täysi eli kaikki pöydät olisivat varattuja, voidaan asiakkaita pyytää odottamaan pöydän vapautumista. (Grönroos 2009, 80.)

Asiakkaat kokevat palvelun yleensä subjektiivisesti. He kuvailevat kokemaansa palvelua usein abstrakteja termejä käyttäen kuten esimerkiksi ”kokemus, tunne ja luottamus yms.” Tämä johtuu että palvelut koetaan yleensä käsitteellisinä. Tästä johtuen asiakkaiden on hankalaa arvioida saamaansa palvelua, koska on vaikeata määrittää esimerkiksi arvo sellaiselle asialle kuin luottamus. (Grönroos 2009, 81.)

Laskutus, asiakaspalautteiden ja reklamaatioiden työstämiset ovat hallinnollisia palveluita ja ovat useimmiten asiakkaille niin sanottuja näkymättömiä palveluita. Tästä johtuen niitä ei usein ajatella palveluiksi. (Grönroos 2009, 76.)

3.2 Palveluiden ryhmittely

Palvelut voidaan jakaa eri ryhmiin. Esimerkkinä ryhmittelyistä: inhimillisyyttä korostavaan ja tekniikkaa korostavaan ja/tai ajoittain ja jatkuvasti tarjottaviin palveluihin. Inhimillisyyttä korostava palvelussa on keskeistä vuorovaikutus palvelun tarjoajan ja vastaanottajan välillä kasvotusten. Esimerkiksi ravintolassa asiakkaan ja tarjoilijan välinen on inhimillistä palvelua. Inhimillisissä palveluissakin voidaan käyttää teknologiaa. Tekniikkaa korostavissa palveluissa asiakas ei yleensä ole välittömässä yhteydessä palvelun antajaan, vaan hyödyntää jotain tietoteknistä laitetta palvelussa. Hyvänä esimerkkinä tekniikkaa korostavista palveluista on verkkokaupankäynti. Tekniikkaa painottavissa palveluissa voi kuitenkin ilmetä suoraa kanssakäymistä palvelun tarjoajan kanssa, esimerkiksi ongelma tilanteissa yleensä käännetään asiakaspalvelun puoleen. (Grönroos 2009, 83.)

Inhimillisyyttä korostavaa palvelussa on paremmat mahdollisuudet mahdollisten virheiden korjaamiseen, kuin tekniikkaa korostavissa palveluissa. Sillä tekniikkaa korostavat palveluissa ollaan vähemmän tekemisissä asiakkaan kanssa, ja kun yhteydessä asiakkaan kanssa ollaan, niin tilanne on yleensä punnitseva. (Grönroos 2009, 76.)

Jatkuvasti tarjottavissa palveluissa asiakas on jatkuvasti yhteydessä palvelun tarjoajan kanssa. Jatkuvasti tarjottavia palveluita ovat mm. vartiointi, pankkipalvelut ja siivouspalvelut. Ravintolapalvelut ovat ajoittain tarjottavia palveluita. Niissä asiakkaat käyvät ajoittain ja asiakasvaihtuvuus on suurempaa. (Grönroos 2009, 76.)

3.3 Palvelun laatu

Palvelun laatua on hankala mitata ja tutkia. Sillä kaikki kokevat palvelun erilailla. Eriasiakkaat arvostavat palveluissa eri asioita, esimerkiksi asiakas x voi arvostaa edullista hintaa ja korkeaa laatua, kun taas asiakas y voi arvostaa enemmän palvelun nopeutta. Viimekädessä asiakas itse arvioi, onko palvelu hyvää vai huonoa. Asiakas heijas-

taa omia arvojaan ja odotuksiaan saamansa palvelukokemukseen ja päättää kokemansa perusteella, onko palvelu hyvää. (Rissanen 2005, 17.) Palvelutapahtumissa syntyy totuuden hetkiä. Palveluntuottajan ja -kuluttajan välinen kanssakäyminen vaikuttavat siihen, miten asiakas palvelun mieltää (Grönroos 2009, 100).

3.3.1 Palvelun laadun ulottuvuudet

Tapio Rissanen (2005, 214) jakaa palvelut eri dimensioihin eli ulottuvuuksiin. Ulottuvuuksia ovat mm. ammattitaito, reagointi, luotettavuus, uskottavuus, saavutettavuus, kohteliaisuus, turvallisuus sekä palveluympäristö eli miljöö.

Ammattitaidolla tarkoitetaan henkilöstön ammattitaitoa ja tietämystä oman yrityksen tuotteista. Ravintolassa tarjoilijan on hallittava oman työnsä perusasiat, kuten esimerkiksi tarjoiluetiketit. Tarjoiluetiketillä tarkoitetaan esimerkiksi oikeaoppista viinin maistatusta asiakkaalla. Heidän on oltava perustietämys myytävistä tuotteista ja osattava suositella annoksia asiakkaille. (Rissanen 2005, 214.)

Reagoinnilla tarkoitetaan, että henkilökunta reagoi nopeasti esimerkiksi ongelmatilanteisiin. Palvelun tulisi olla nopeaa ja sujuvaa. Ravintolan työntekijöiden tulisi reagoida nopeasti, kun asiakas saapuu ravintolaan. Myös huomattessaan asiakkaan olevan tyytymätön saamaansa palveluun, tulisi henkilökunnan reagoida nopeasti korjatakseen tilanteen. (Rissanen 2005, 214.)

Luotettavuudella tarkoitetaan sitä, että asiakas voi luottaa yrityksen toimintaa. Luottamusta voidaan synnyttää antamalla ammattitaitoista, selkeää sekä virheetöntä palvelua. Luotettava palveluntarjoaja on asiakkaan silmissä usein pätevä. (Rissanen 2005, 214.)

Asiakkaan tulisi saavuttaa palvelu mahdollisimman helposti ja sujuvasti, ilman suurempia hankaluuksia. Palvelun tulisi olla mahdollisimman nopeaa ja vaivatonta. Esimerkiksi ravintolassa asiakkaan tulisi löytää tie ravintolaan helposti, ja palvelutyöntekijöiden tulisi huomioida asiakkaat mahdollisimman nopeasti heidän saapuessaan ravintolaan. Jos asiakasta ei ehditä heti palvelemaan, tulisi ainakin vähintään katsekontaktilla ja eleillä näyttää asiakkaalle, että heidät on huomioitu ja heitä palvellaan hetken kuluttua. (Rissanen 2005, 215.)

Turvallisuudella tarkoitetaan niin taloudellista kuin fyysistä turvallisuutta. Miljöön tulisi olla mahdollisimman turvallinen niin aikuisille kuin lapsillekin. Palvelun tarjoajan tulee olla luotettava ja kohdella asiakkaita luottamuksellisesti. Asiakkaan tietoja ei tule antaa ulkopuolisille tahoille. (Rissanen 2005, 215.)

Palvelun tulisi aina olla kohteliasta ja ystävällistä. Koko palveluhenkilökunnan olemus, pukeutuminen, käytös sekä puhe vaikuttavat asiakkaan mielipiteeseen palvelusta. Palveluhenkilökunnan ulkoasu viestii asiakkaalle arvonannosta sekä huomaavaisuudesta. Henkilökunnan tulisi aina pukeutua mahdollisimman siististi ja yhdenmukaisesti, eli kaikkien henkilökunnan jäsenten tulisi pukeutua samalla periaatteella. (Rissanen 2005, 215.)

Palveluympäristöllä eli palvelu miljööllä tarkoitetaan esimerkiksi ravintolan ulkoasua, ilmapiiriä sekä tunnelmaa. Miljööstä asiakas tulkitsee paikan tasoa. Esimerkiksi Ravintola jonka pöydissä on valkoiset kankaiset pöytäliinat, tulkitaan usein korkeatasoisiksi paikoksi. Mistä johtuen myös odotukset palvelun laadusta nousevat. (Rissanen 2005, 216.)

Christian Grönroos (2009, 101) jakaa palvelut kahteen ulottuvuuteen: Tekniseen ja toiminnalliseen. Tekninen ulottuvuus eli toisin sanoen lopputulosulottuvuus keskittyy lopputulokseen. Esimerkiksi ravintolassa asiakas saa ruoka-annoksensa tai tehdas saa kuljetuksen tuotteilleen tehtaalta myymälään. Teknisellä laadulla ravintolassa tarkoitetaan tuotteita. Näissä tilanteissa lopputulos on olennainen osa laatukokemusta. Tässä ulottuvuudessa asiakkaalle on tärkeää se mitä he saavat palveluprosessista. Virheellisesti useat yritykset määrittelevä tämän palvelun kokonaislaaduksi, vaikka se on vain yksi osa sitä. Koska kyseessä on usein ongelman tekninen ratkaisu, kykenevät asiakkaat usein mittaamaan asianomaisen ulottuvuuden laatua objektiivisesti.

Teknisen laadun ulottuvuus ei huomioi sitä, miten asiakas saa palvelun. Palvelun tarjoajan ja asiakkaan välisessä kommunikaatiossa on useita hyvin tai huonosti käytyjä totuuden hetkiä, joista asiakas luo kuvan palvelunlaadusta. Prosessiulottuvuudessa on olennaista miten asiakas saa palvelun eli miten hän näkee tuotanto ja kulutusprosessin. (Grönroos 2009, 101.)

Prosessiulottuvuudessa palvelun laadun kokemukseen vaikuttavat työntekijän ammatitaito, käyttäytyminen, ulkoinen olemus sekä ympäristö. Myös muut asiakkaat voivat vaikuttaa palvelukokemukseen. Muut asiakkaat voivat häiritä asiakasta tai hidastaa palvelua. Mutta he voivat myös luoda hyvän tunnelman, mikä taas vaikuttaa positiivisesti palveluprosessiin. (Grönroos 2009, 101.)

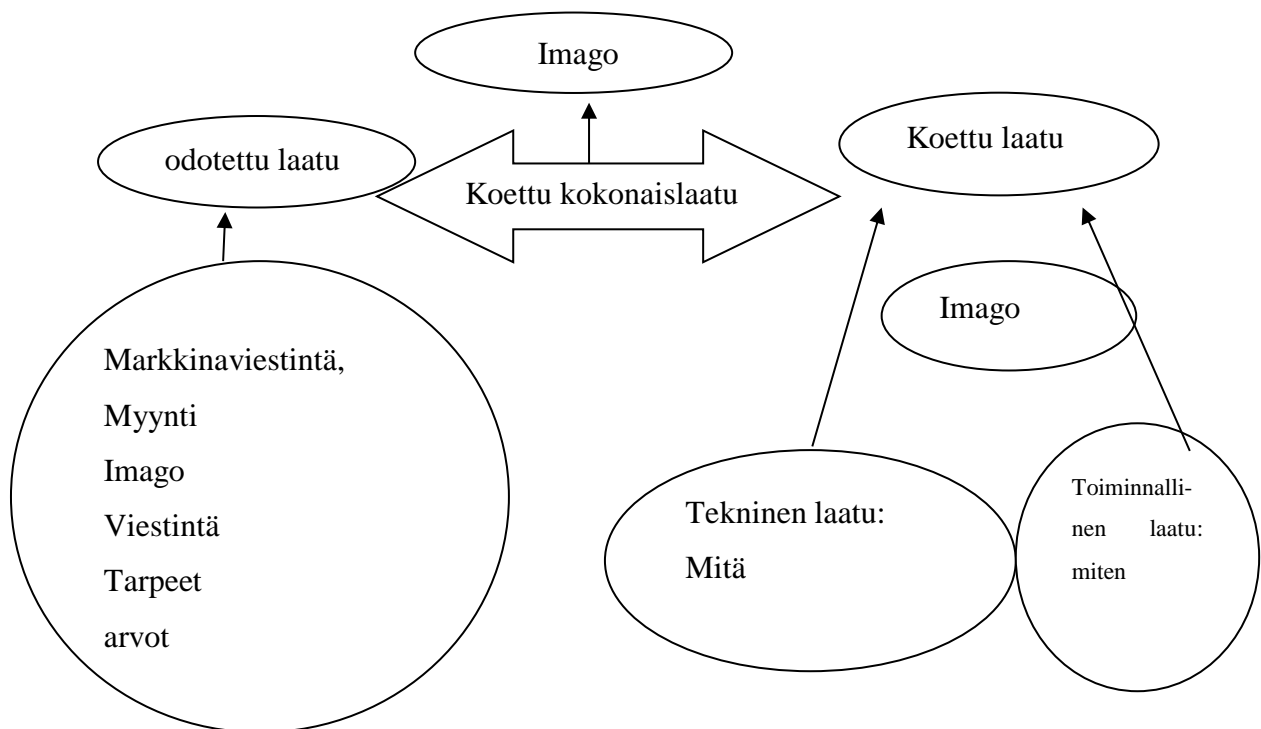
Yrityksen imagolla on olennainen osa palvelun laatua tutkittaessa. Jos asiakkailta on valmiiksi hyvä kuva palvelun tarjoajasta, he antavat helpommin anteeksi virheitä. Imago voi kuitenkin huonontua, jos yritys tekee virheitä toistuvasti. Mitä negatiivisempi kuva asiakkailta on yrityksestä, sitä enemmän virhe vaikuttaa. (Grönroos 2009, 101.)

3.3.2 kilpailuetu sekä kokonaislaatu

Hyvä laatu luo kilpailuetua. Yritykset voivat kehittämällä palveluprosesseja luoda itselleen kilpailuedun. Vaikka tekninen laatu olisikin erinomainen, huonosti hoidetut palvelutilanteet vaikuttavat negatiivisesti myyntiin. Teknisen laadun eli tuotteiden täytyy tietenkin olla kunnossa palvelun laadun takaamiseksi. Hyvällä toiminnallisella laadulla asiakkaille luodaan lisä arvoa. (Grönroos 2009, 102.)

Teknisen laadun tulee vähintään olla hyväksyttävä asiakkaan näkökulmasta. Hyväksyttävän raja riippuu täysin yrityksen imagosta sekä asiakkaiden odotuksista. Jos asiakkaan halutaan pitävän palvelua laadukkaana, on sekä teknisen sekä toiminnallisen laadun oltava kunnossa. (Grönroos 2009, 102.)

Asiakas luo kuvan yrityksestä sen imagon kautta. Kaikki markkinointi, aiemmat kokemukset, tarpeet sekä miljöö vaikuttavat asiakkaan kuvaan yrityksestä. Näiden kautta asiakas luo odotuksia palvelusta. Jos yrityksen tarjoama palvelu vastaa odotuksia, asiakas tuntee saaneensa onnistunutta palvelua. Mutta jos odotukset eivät täyty, asiakas pitää palvelun huonona. Asiakas siis peilaa koettua palvelua odotuksiinsa palvelusta, näin syntyy koettu kokonaislaatu (kuvio 1). Ihanteellista olisi, jos palvelun tarjoaja pystyisi hieman ylittämään odotukset, jolloin asiakas kokee saaneensa erinomaista palvelua. On tärkeää, ettei yritys anna epärealistista kuvaa palveluistaan, jotteivät asiakkaat luo väärää kuvaa palveluista. On siis osattava markkinoida palvelut oikein. (Grönroos 2009, 103.)



KUVA 1. Koettu kokonaislaatu (Grönroos 2009, 105).

Laatukokemusta ajatellen tärkeitä hetkiä ovat ne, joissa asiakas on yhteydessä palveluntarjoajan kanssa. Nämä tilanteet määrittävät toiminnallisen laadun tilan. Näissä tilanteissa usein teknisenlaadunkohde, esimerkiksi ravintoloissa ruoka-annos, siirtyy asiakkaalle. Totuudenhetkellä tarkoitetaan tilannetta, jossa palvelujen tarjoajalla on mahdollista näyttää palvelun laadun tila. Tämän jälkeen asiakas poistuu, ja mahdollista virhettä on vaikea korjata. Tietenkin jos asiakas on tiedossa, voi tähän jälkikäteen olla yhteyksissä virheen korjaamiseksi, mutta se on tietysti tehottomampaa kuin hyvin hoidettu totuuden hetki. Palvelutilanne sisältää useita totuuden hetkiä, joilla voi vaikuttaa koettuun laatuun. Palvelutilanne sisältää useita totuuden hetkiä, joilla voi vaikuttaa koettuun laatuun. (Grönroos 2009, 103.)

Kun tutkitaan asiakkaan tyytyväisyyttä esineelliseen tuotteeseen, sitä mitataan yleensä kuvaamalla tuotteen tärkeimpiä ominaisuuksia. Esimerkiksi ravintola-annoksia tutkiessa tärkeitä ominaisuuksia ovat: makua, lämpötila ja suutuntuma. (Grönroos 2009, 120.)

4 TUTKIMUS MENETELMÄT

Tässä opinnäytetyössä käytettiin kahta eri tutkimusmenetelmää; kyselyä sekä havainnointia. Työssä käytettiin siis kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää ja kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää.

4.1 Kysely

Kysely on survey -menetelmä. Siinä aineisto kerätään vakioidusti ja siinä kohderyhmä muodostaa satunnaisnäytteen. Tulokset käsitellään usein määrällisesti. Kysely on usein kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimusmenetelmä. (Hirsjävi ym. 2000, 189.)

Kyselytutkimus on yksi laajalle levinnyt muoto kerätä aineistoa, joka kuvaa tietyn ryhmän mielipiteitä tutkittavasta asiasta. Sillä pystytään selvittämään muuttujien välisiä suhteita. Tällä tutkimus menetelmällä tuotetaan jakaumatietoa, joka kertoo kohderyhmän näkemyksiä tutkittavasta asiasta. Tutkimusmenetelmää voidaan käyttää yleiskartoituksiin kuin myös esitutkimuksena tarkemmille tutkimuksille. (Anttila 1998.)

Tutkimuksen etuja ovat niistä saatavat suuret aineistot: otanta voi olla suuri ja kysymyksiä voi olla paljon. Se myös säästää aikaa tutkijalta. Hyvin tehty lomake kyetään nopeasti käsitellä tallennettuun muotoon. Tutkimustulosten tulkinta voi kuitenkin olla haasteellista. (Hirsjävi ym. 2000, 189.)

Kyselyn heikkouksia ovat ne, ettei tutkija pysty tietämään miten ajatuksen kanssa vastaaja on täyttänyt kyselyn. Lisäksi vastaaja on voinut tulkita kysymykset eritavalla kuin tutkija on olettanut. Lomakkeen tekeminen on aikaa vievää ja vaatii tekijältä paljon. Myös vastaajien saanti voi olla haastavaa. (Hirsjävi ym. 2000, 189.)

Kyselyillä on eri muotoja. Muodot ovat postikysely, jossa lomakkeet lähetetään tutkimuksen kohderyhmälle ja heidän tulisi lähettää ne takaisin täytettynä. Toinen muoto on kontrolloitukysely, jossa lomakkeet jaetaan henkilökohtaisesti vastaajille. Kontrolloidussa kyselyssä tutkija selvittää vastaajille paikanpäällä tutkimuksen tarkoituksen. Vastaajat täyttävät lomakkeet omalla ajallaan ja palauttavat ne joko postitse tai sitten johonkin sovittuun palautuspaikkaan. (Hirsjävi ym. 2000, 189.)

Tietoa voidaan kerätä kyselylomakkeilla seuraavista asioista: tosiasiat, käyttäytyminen ja toiminta, tiedot, arvot, asenteet, uskomukset, käsitykset sekä mielipiteet. Edellä mainittujen lisäksi vastaajilta voidaan pyytää arviointeja tai perusteluita toiminnoille. Tosiasioista kysellessä on hyvä käyttää yksinkertaisia kysymyksiä, joko avoimina tai monivalintakysymyksillä. (Hirsjävi ym. 2000, 189.)

Kyselylomakkeissa voidaan käyttää avoimia, moni valinta sekä asteikko eli skaaloihin perustuvia kysymyksiä. Avoimissa kysymyksissä vastaaja omin sanoin kirjoittaa vastauksen kysymykseen. Monivalinta kysymyksissä tutkija on antanut vastausvaihtoehdot, joista vastaaja merkitsee oman vastauksensa. Asteikko kyselyissä tutkija on kirjoittanut väittämän ja vastaaja valitsee asteikosta itseään kuvaavan vaihtoehdon. (Hirsjävi ym. 2000, s.191.)

4.2 Havainnointi

Havainnoinnissa saadaan suoraan tietoa, miten joku yksilö tai ryhmä toimii. Tässä tutkimusmenetelmässä tutkija tarkkailee ryhmän toimintaa ja merkitsee muistiin, mitä tapahtui. Kyseinen menetelmä on vaivalloinen, mistä johtuen se ei ole nykyisin enää niin suosittu menetelmä, kuin ennen. (Hirsjävi ym. 2000, 209.)

Havainnointimenetelmän parhaita puolia on se, että siitä saadaan suoraa tietoa yksilöiden tai ryhmien menettelystä. Havainnointi on suurenmoinen tutkimusmenetelmä, kun tarkoitus on selvittää vuorovaikutusta tai tilannetta, joka ei ole ennakoitavissa helposti. Menetelmän huonopuoli on se, että havainnoija voi häiritä tilannetta ja vaikuttaa tilanteeseen jota tutkitaan. Myös tutkijan objektiivisuus voi kärsiä, jos hän sitoutuu emotionaalisesti tarkasteltavaan ryhmään. (Hirsjävi ym. 2000, 209.)

Havainnoinnista on kaksi lajia: systemaattinen havainnointi tai osallistuva havainnointi. Tässä opinnäytetyössä käytettiin osallistuvaa havainnointia. Osallistuva havainnointi voi olla täydellisesti osallistuvaa tai osallistuja havainnoijana. Täydellisesti osallistuvassa havainnoinnissa havainnoija vaikuttaa aktiivisesti mukanaolollaan tarkasteltavaan asiaan. Toisessa havainnointi tyyliässä havainnoija osallistuu tutkittavaan tilanteeseen ilman että vaikuttaa. kummassakin tilanteessa havainnoijan on kyettävä

erottamaan oma roolinsa ja sen mahdollinen merkitys tilanteeseen. (Saaranen-Kauppinen ym. 2006.)

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tutkimus toteutettiin ravintolassa kesällä 2013. Tutkimuksessa käytettiin asiakaskyselyä sekä havainnointia.

5.1 Kysely

Tutkimuksessa käytettiin kaksi sivuista lomaketta (Liite 2), joissa oli avoimia ja monivalinta kysymyksiä. Lomakkeessa oli myös asteikkoihin perustuvia kysymyksiä. Koska ravintolassa, johon tutkimus tehtiin, on sekä ravintolan puoli että baarin puoli, päätettiin tekemään molempiin erilliset lomakkeet. Tässä opinnäytetyössä käytettiin kontrolloitua kyselymenetelmää.

Lomaketta suunniteltaessa, kartoitettiin aluksi mitä haluttiin tietää. Haluttiin selvittää asiakkaiden näkemykset palvelusta, henkilöstöstä, miljööstä sekä tuotteesta (ruoasta ja juomista). Lisäksi tahdottiin selvittää, millainen käsitys asiakkailla oli ravintolasta ennen ravitsemusliikkeeseen saapumista ja mikä oli heidät saanut sinne tulemaan. Lomaketta suunniteltaessa otettiin huomioon myös ravintolan johtajan toiveet siitä, mitä hän halusi selvittää.

Kyselylomakkeen asteikkokysymykset on jaettu kolmeen ryhmään. Ravintolan puolen lomakkeet on jaettu seuraaviin ryhmiin: palvelu ja henkilöstö, ruoka ja miljöö. Baarin puolen lomake jaettiin seuraavasti: palvelu ja henkilöstö, miljöö ja juomat. Lisäksi jokaisen ryhmän alla oli mahdollisuus vapaaseen kommenttiin.

Palvelut ja henkilöstö -nimikkeen alla lomakkeessa, selvitettiin asiakkaan näkemystä palvelun nopeudesta, sujuvuudesta ja ystävällisyydestä ja palvelun vastaamista odotuksiin. Henkilöstöön liittyen kysyttiin ammattitaidosta ja ulkoasusta. Vastaajilta tiedusteltiin myös, käyvätkö tarjoilijat riittävän usein pöydässä.

Tuotteesta eli ruuasta selvitettiin oliko ruoka maukasta, riittävän lämmintä, vastasiko odotuksia, oliko sopiva hinta-laatusuhde sekä oliko annoskoko riittävä. Miljööstä ha-

luttiin tietää yleisilmeen siisteydestä, viihtyvyydestä, valaistuksesta musiikin voimakkuudesta sekä saniteettitilojen siisteydestä.

Lomakkeen alussa selvitetään vastaajien taustatietoja, jotta tiedettäisiin asiakaskunnan ikäjakaumaa ja sukupuolen. Selvitettiin myös ajankohta, jolloin asiakas oli asioinut ravintolassa sekä sen miten täynnä ravintola oli, jotta tiedettäisiin muuttujat, jotka voivat vaikuttaa muun muassa palvelun nopeuteen.

Asteikkokysymyksissä käytettiin viisi portaista lajittelua: 5:täysin samaa mieltä 4:jokseenkin samaa mieltä 3: en osaa sanoa 2:jokseenkin erimieltä 1: täysin eri mieltä. Tähän malliin päädyttiin, koska ravintolassa on aiemmin toteutettu samantyyllisellä keinolla kysely.

Kysely toteutettiin kahden viikon aikana. Aterioinnin päätyttyä asiakkailta tiedusteltiin heidän halukkuudestaan osallistua kyselyyn. Halukkaille jaettiin lomakkeet, ja heille annettiin aikaa rauhassa täyttää ne. Pöytä seurueet saivat halutessaan vastata yhdessä yhdellä lomakkeella. Asiakkaiden saadessa lomakkeet täytettyä ne kerättiin talteen. Kyselyyn vastanneiden kesken arvottiin kaksi kappaletta kahden hengen pääruokia alkoholittomien juomien kera.

5.2 Havainnointi

Tutkimuksessa käytettiin osallistuvaa havainnointia. Havainnoija työskenteli ravintolassa tarjoilijana kesällä 2013, jolloin työn ohella seurattiin työntekijöiden toimintaa. Työvuoron päätyttyä havainnot kirjoitettiin ylös ja niiden pohjalta tehtiin parannusehdotuksia palveluun. Havaintoja tehtiin useampana päivänä, muutaman viikon sisällä.

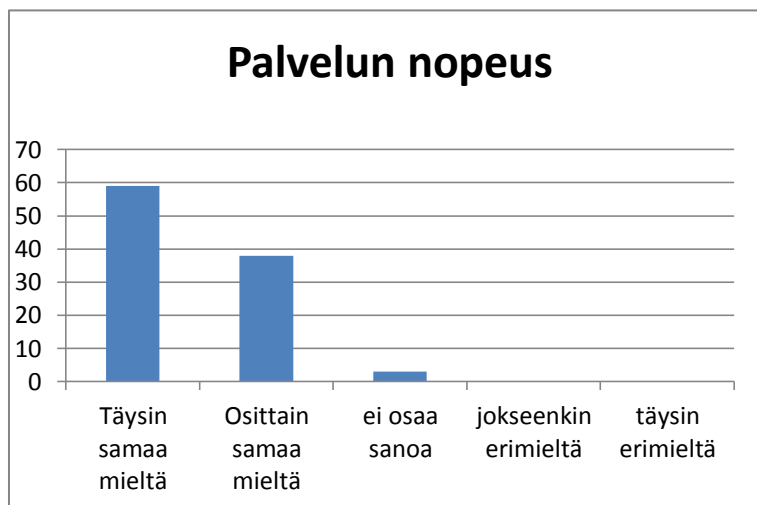
Havainnot tehtiin ravintolan salin puolella, eli havaintoja ei tehty baarin puolella. Havainnoijan osallistuminen palvelun tuottamiseen vaikutti paljon havaintoihin, sillä hän teki samoja tehtäviä kuin havainnoinnin kohteena olleet tarjoilijat, mikä mahdollisesti ilmenee tuloksissa.

6 TULOKSET

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksessa saatuja tuloksia. Pääsääntöisesti kyselyssä saadut vastaukset olivat positiivisia, jotka viestivät hyvästä palvelun laadusta. Muutamia epäkohtia kuitenkin tuli esille. Kaikissa luvussa seitsemän esitetyissä kaaviossa esitetyt luvut ovat prosentteja.

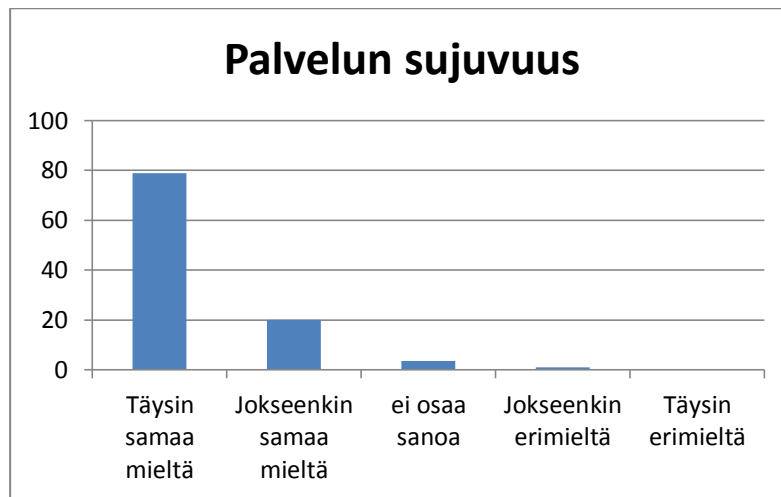
6.1 Ravintolan asiakaskyselyn tulokset

Pääsääntöisesti asiakkaat ovat olleet erittäin tyytyväisiä saamastaan palvelusta, kyselyn tulosten mukaan. Ravintolan kyselyyn vastasi 44 henkilöä. Vastajista 80 % oli naisia ja 20 % miehiä. 93 % vastanneista oli työssäkäyviä ja loput 7 % joko opiskelijoita tai eläkeläisiä. Avoimissa kysymyksissä tiedusteltiin, mikä sai asiakkaan tulemaan asioimaan ravintolaan. Syitä oli useita. Ravintolan sijainnin kerrottiin olevan yksi yleisimmistä syistä valita kyseinen ravintolaliike (31 % vastanneista). Toisena syynä olivat aiemmat hyvät kokemukset yrityksestä (22 % vastanneista). Halu kokeilla uutta mainittiin myös useammassa vastauksessa. Muita mainittuja syitä olivat satuma, tuttavun suosittelu ja kuohuviini tarjous. Vapaissa kommentteissa lähetettiin kiitoksia hyvästä, asiallisesta ja ammattitaitoisesta palvelusta. Tutkimukseen vastanneista 97 % oli täysin tai osittain samaa mieltä siitä, että palvelu on nopeaa (Kaavio 1.)



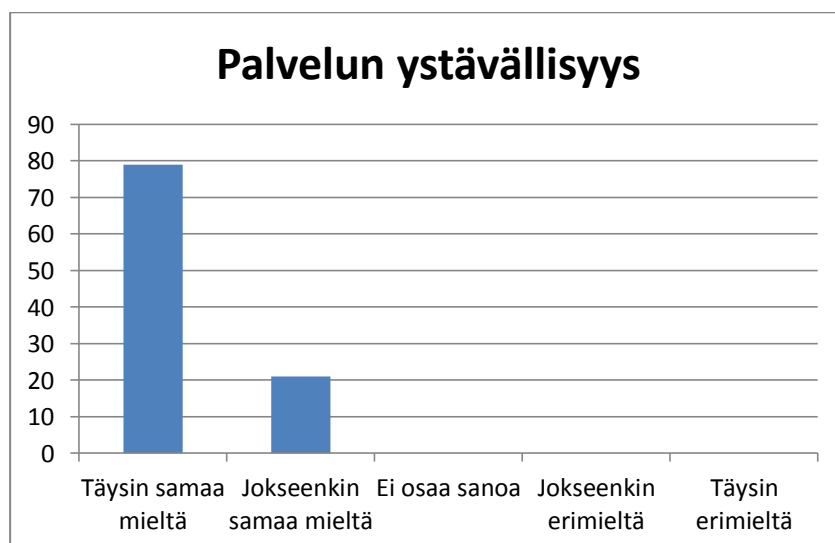
Kaavio 1. Palvelun nopeus

Palvelua pidettiin myös hyvin sujuvana (kaavio 2). Vapaissa kommentteissa oli myös erikseen mainintoja siitä, miten palvelu on ollut erittäin sujuvaa sekä ammattitaitoista asiakkaan näkökulmasta. Osa vastanneista kuitenkin toivoi että sama tarjoilija huolehtisi pöydästä koko palveluprosessin ajan.



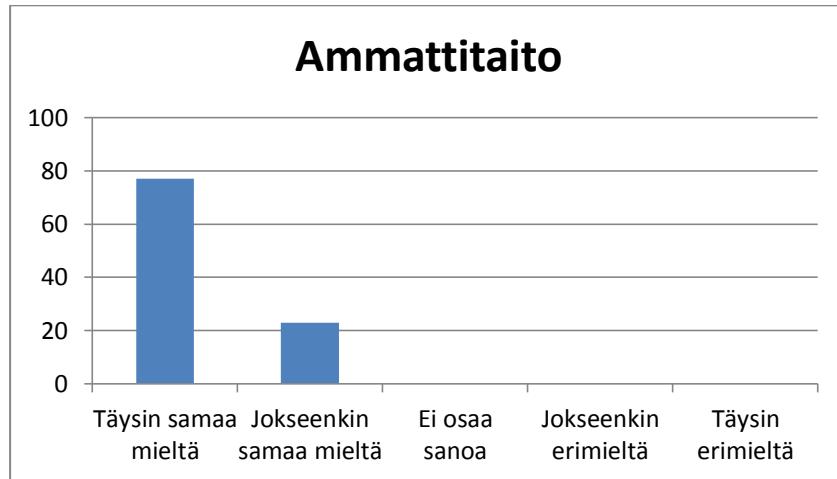
Kaavio 2. Palvelun sujuvuus

Tuloksista ilmeni, että kyselyyn vastanneet asiakkaat olivat erittäin tyytyväisiä ravintolan henkilökunnan ystävällisyydestä. Vapaassa kommentissa oli useita mainintoja kohteliaasta, iloisesta ja hymylevistä asiakaspalvelijoista. Palvelu ei vastaajien mukaan ollut liian tungettelevaa. Lisäksi kommentteissa mainittiin, miten mukavaa oli kun työntekijä muisti heidät aikaisemmalta asiointi kerralta. Peräti 79 % kyselyyn vastanneista oli täysin samaa mieltä, että palvelu oli ystävällistä ja loput 21 % oli jokseenkin samaa mieltä (kaavio 3)



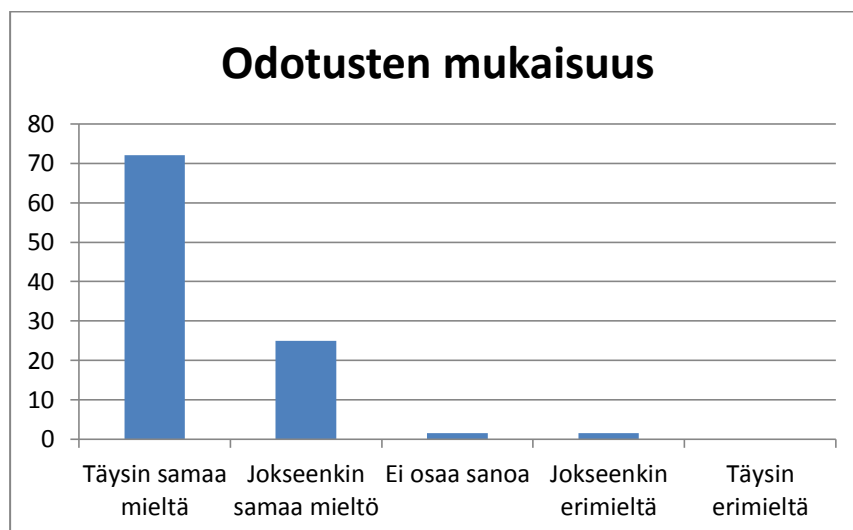
Kaavio 3. Palvelun ystävällisyys

Vastaajat pitivät henkilökuntaa ammattitaitoisena (kaavio 4.). Vastausten mukaan työntekijät osasivat asiansa ja olivat hyvin tuotetietoisia. Vapaissa kommentteissa oli muutama maininta hieman epävarmasta palvelusta.



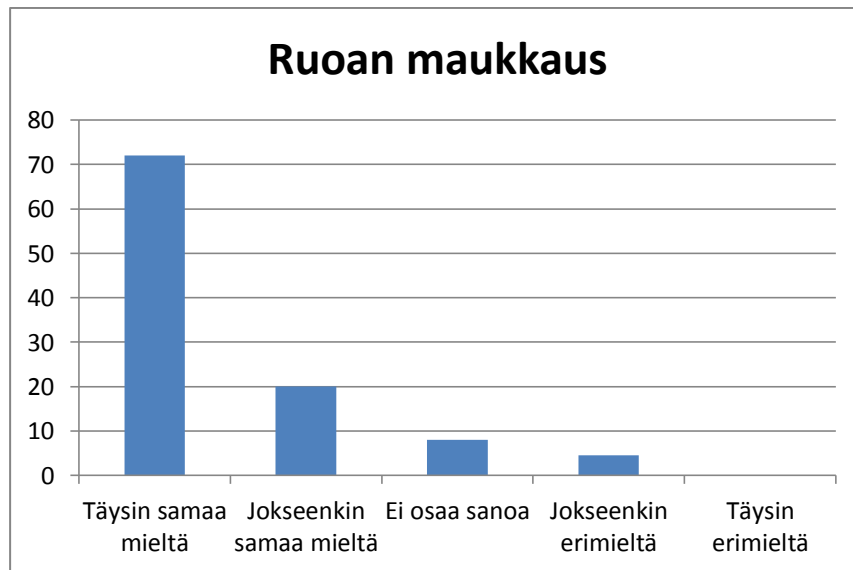
Kaavio 4. Henkilökunnan ammattitaito

Valtaosa (peräti 72 %) vastanneista kertoi palvelun vastanneen heidän odotuksiaan täysin (kaavio 5.). Lomakkeessa tiedusteltiin myös avoimesti, minkälaisia odotuksia asiakkailla oli palvelusta. Vastausten mukaan asiakkaat odottivat nopeata, ystävällistä, sujuvaa sekä ammattitaitoista palvelua. Osalla taas ei ollut suurempia odotuksia. Osa vastanneista koki palvelun ylittäneen heidän odotuksensa.



Kaavio 5. Vastasiko palvelu odotuksia

Vastanneista 72 % piti ruokaa maukkaana ja herkullisena (Kaavio 6). Vapaissa kommentteissa keuhuttiin paljon ruoka-annosten maistuvuutta sekä esillepanoa. Annoskoko pidettiin pääsääntöisesti hyvänä. Vain muutamassa kommentissa mainittiin, että annosten koko (lähinnä tapasten), oli liian pieni. Ruuan lämpötilaa pidettiin pääasiassa sopivana. Hinta-laatusuhdetta pidettiin tulosten mukaan hyvänä. Muutama henkilö mainitsi ruoan olleen heille pettymys, mutta eivät tarkemmin määritelleet minkä takia ruoka ei vastannut odotuksia (kaavio 7).



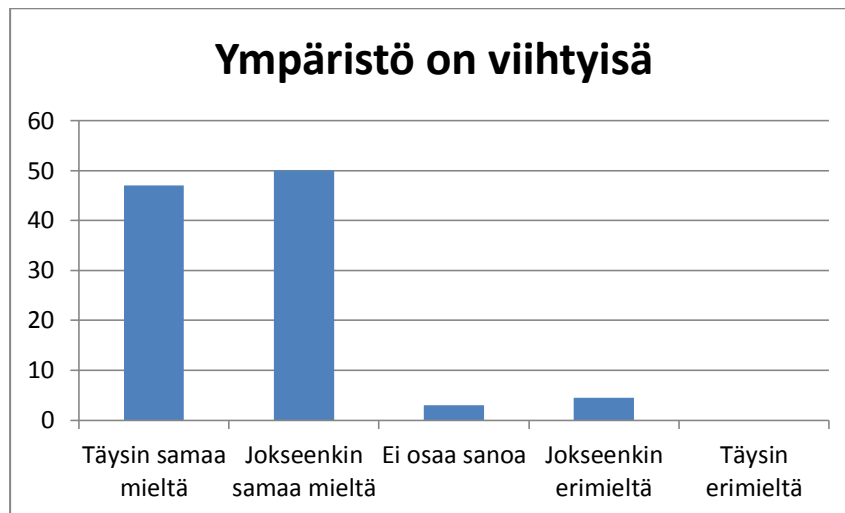
Kaavio 6. Ruoan maukkaus



Kaavio 7. Vastasiko ruoka odotuksia

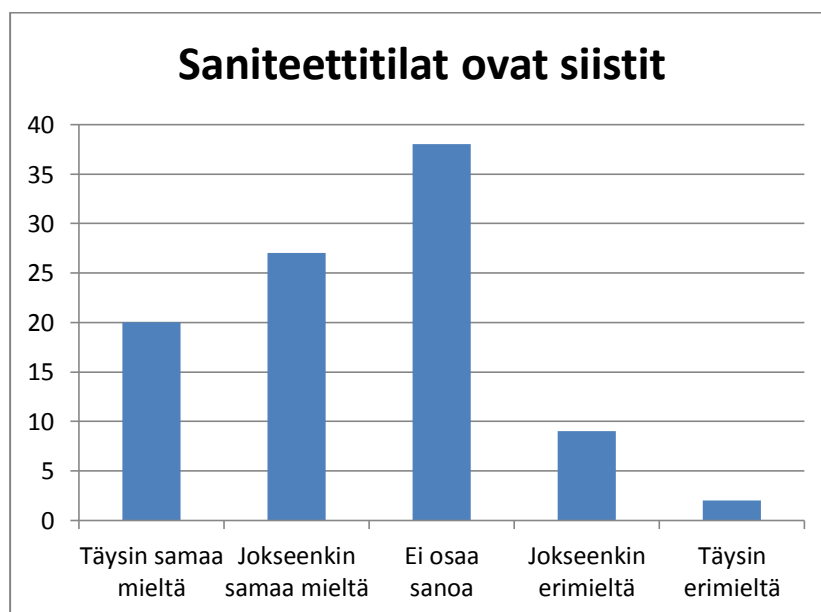
Ympäristöä pidettiin pääasiallisesti viihtyisänä (kaavio 8). Musiikki oli osan vastanneista mukaan hieman liian kovalla (vastanneet istuivat kaiuttimien alapuolella). Asiakkaat kokivat myös hankalaksi karvamatot, jotka hankaloittavat tuolien liikuttamista.

Lisäksi tuoleja pidettiin epämukavina istua. Ympäristöön liittyen asiakkailta kysyttiin tiesivätkö he tullessaan espanjalaistyyliiseen ravintolaan. Noin puolet (48 %) vastanneista kertoi, että ei tiennyt. Heidän mukaansa ravintolan sisustus ei muistuta espanjalaistyyliä, musiikkikaan ei vastannut kyseistä teemaa, kirjoitettiin lomakkeisiin.



Kaavio 8. onko ravintola viihtyisä

Kyselyssä negatiivisimpana asiana pidettiin saniteettitilojen puhtautta (kaavio 9). Valta osa kuitenkin vastasi saniteetti tiloja koskevaan kohtaan että ”en osaa sanoa”. Useissa lomakkeissa mainittiin että käsien kuivaus mahdollisuutta ei ollut, ilmeisesti pyyhkeet olivat päässeet tuolloin loppumaan tiloista. Lisäksi muutakin siisteyttä saniteettitiloissa pidettiin heikkona.



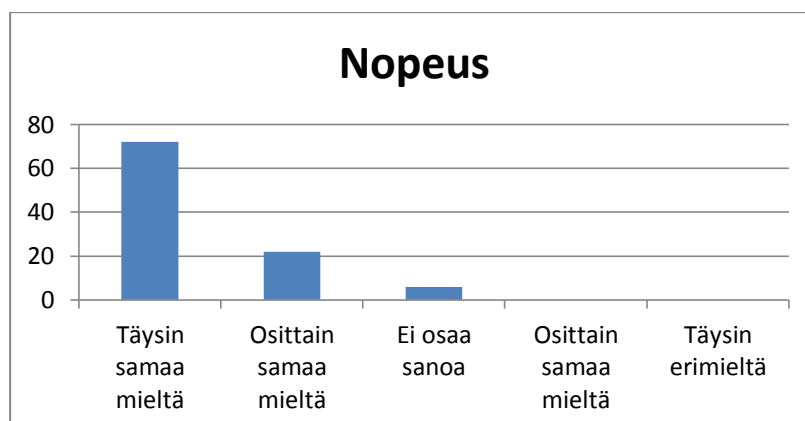
Kaavio 9. Saniteettitilojen siisteys

Kyselyyn vastanneiden mukaan juomia ei käyty kaatamassa laseihin ruokailun aikana. Ravintolanjohto toivoisi kuitenkin, että asiakkaiden ei tarvitsisi itse kaataa esimerkiksi viiniä laseihinsa, vaan tarjoilijan tulisi käydä se tekemässä. Tällä tavalla luodaan lisäarvoa palvelulle.

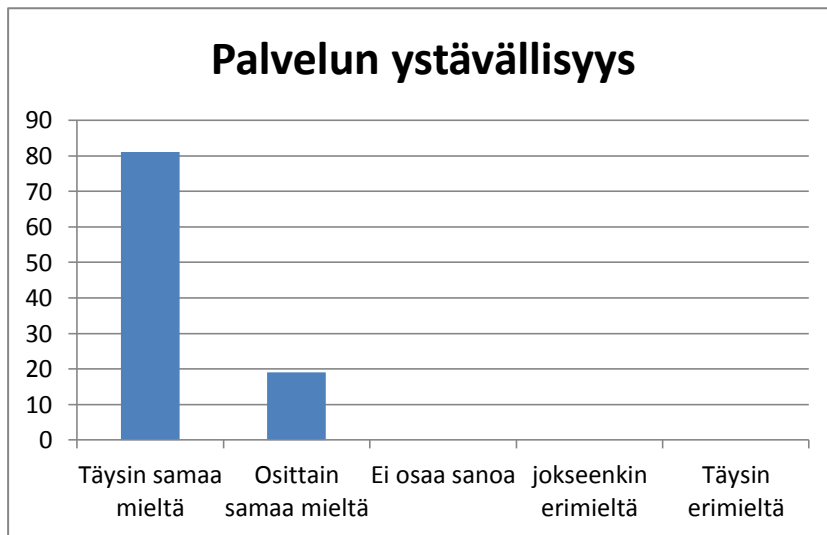
6.2 Baarin kysely

Kyselyyn baarin puolella vastasi 44 henkilöä joista 70 % oli naisia ja loput 30 % miehiä. Heistä 77 % on työssäkäyviä, 15 % eläkeläisiä loput 8 % opiskelijoita. Baarin asiakkaat tuntuivat olevan erittäin tyytyväisiä saamaansa palveluun.

Baarin puolen kyselyssä ilmeni että asiakkaat olivat tyytyväisiä saamaansa palveluun. Vaikka ravintola oli kyselyn suoritushetkellä täysi, kokivat baarin asiakkaat saaneensa nopeaa (kaavio 10), ystävällistä (kaavio 11) sekä ammattitaitoista palvelua. Erityistä kiitosta vapaassa kommentissa sai baarin henkilöstö, joka osoitti tuotetietämyksellään ammattitaitoisuutta. Lisäksi rento ja ystävällinen palvelu koettiin erinomaisena. Yksi vastanneita kertoi aiemmin saaneensa ammattitaidotonta palvelua baarin puolella, sillä henkilökunnan jäsen, ei ollut tuntenut drinkkejä. Tällä kertaa hän kuitenkin yllättyi positiivisesti, kun ammattitaitoinen baarityöntekijä palveli häntä ystävällisesti.

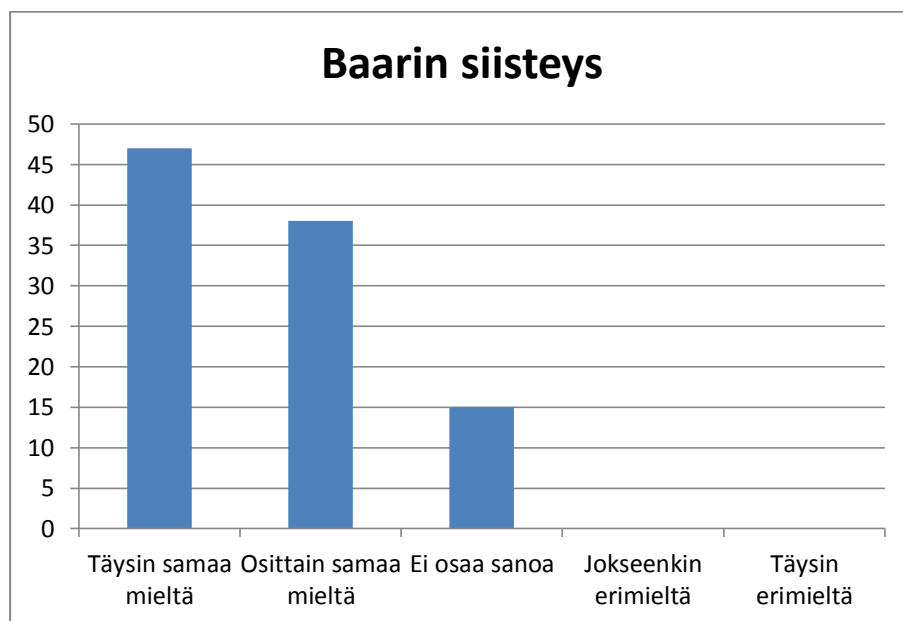


Kaavio 10, Palvelun nopeus



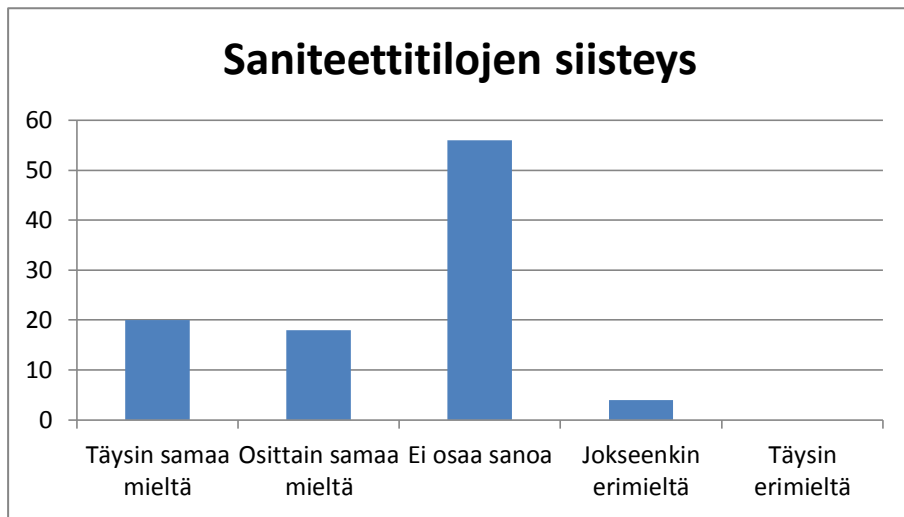
Kaavio 11. Palvelu oli ystävällistä

Baarin yleisilmettä pidettiin hyvänä ja siistinä (kaavio 12). Vapaassa kommentissa miljöötä luonnehdittiin viihtyisäksi. Kysyttäessä asiakkaat eivät kuitenkaan mieltäneet ravitsemusliikkeen sisustusta espanjalaistyylliseksi, vaan toivoivat enemmän espanja-aiheista rekvisiittaa sisustukseen. Valaistusta ja musiikin voimakkuutta pidettiin pääsääntöisesti hyvänä. Yksi vastanneista koki että musiikki oli liian hiljaisella, sillä se ei kuulunut puheen sorinan ylitse.



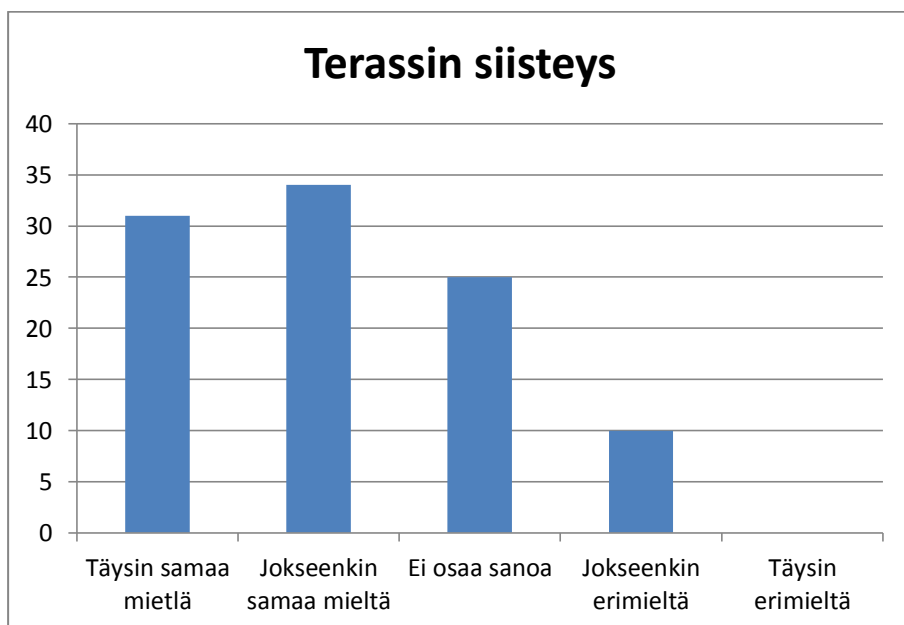
Kaavio 12. Baarin siisteys

Saniteetti tilojen siisteydestä (kaavio 13) baarin asiakkaat eivät olleet varmoja. Peräti 57 % vastanneista vastasi: en osaa sanoa saniteettitilojen siisteydestä kysellessä. Avoimessa kohdassa vastattiin usein, että vastaaja ei ollut käyttänyt saniteettitiloja.



Kaavio 13. Saniteetti tilojen siisteys

Terassin siisteystestä (kaavio 14) ei oltu yksimielisiä. Kymmenen prosenttia vastanneista koki, ettei terassi ollut täysin siisti. Vastanneet kokivat että jonkinlainen aitaus voisi rauhoittaa terassia. Lisäksi toivottiin että terassin kalustosta tehtäisiin entistä mukavampi. Muovisten tuolien tilalle toivottiin pehmustettuja puurottinki tuoleja. Asiakkailta kysyttiin, tehtiinkö terassille myyntiä (eli kävikö tarjoilija myymässä ulkona juomia). Kaikki vastanneista kertoivat, että myyntiä ei tehty.



Kaavio 14: Terassin siisteys

Kaikki vastanneet pitivät tuotevalikoimaa hyvänä ja laajana. Myös juomien mauista pidettiin. Kyselyyn vastanneet pitivät myös hinta-laatu suhdetta hyvänä. Juomat myös vastasivat asiakkaiden odotuksia.

6.3 Havainnoinnin tulokset

Asiakkaiden astuttua sisään heidät tulisi huomioida mahdollisimman nopeasti, Jos ei aivan heti kerkeä ohjaamaan pöytään, tulisi asiakas kuitenkin huomioida esimerkiksi katsekontaktilla, hymyllä ja pään nyökkäyksellä, jolloin asiakas tietää että hänet on huomattu. Ravintolassa annettiin liian usein asiakkaiden odottaa ovella pitkään pöytiin ohjausta.

Havainnoinnissa huomattiin, että usein asiakkaiden annettiin odottaa pöydässä liian pitkiä aikoja ilman palvelua, varsinkin kiiretilanteissa. Tästä johtuen osa asiakkaista poistui ravintolasta harmistuneena. Tarjoilijat voisivat ottaa useammat juomatilaukset eri pöydistä, jotta saataisiin nopeammin kontaktia asiakkaisiin.

Tarjoilijan pitäisi käydä pöydissä useita kertoja palveluprosessin aikana. Pöydissä suositellaan käytävän vähintään neljä kertaa yhden prosessin aikana. Valitettavan usein pöydissä käytiin liian harvoin. Pöydissä tulisi käydä useasti, jotta mahdollisiin ongelmiin kyettäisiin reagoimaan nopeammin. Lisäksi näin saadaan kontaktia asiakkaaseen, ja he näkevät ettei heitä ole unohdettu.

Tarjoilijoita on ohjeistettu suosittelemaan tuotteita asiakkaille ja pyrkimään tekemään lisämyyntiä ravintolaan. Liian usein kuitenkin asiakkaiden joutuivat odottamaan pöydissä ilman, että heille suositellaan annoksia. Asiakkaille on toki hyvä antaa aikaa tutustua listaan, mutta ei kuitenkaan liian pitkään, vaan heille tulisi suositella tuotteita.

Välillä tuotteiden annettiin olla luukulla liian kauan. Luukulla tarkoitetaan tilaa, josta tarjoilijat hakevat valmiit ruoka-annokset. Kun saman pöydän tilaukset ovat luukulla, ne tulisi toimittaa pöytään mahdollisimman nopeasti. Valitettavasti välillä luukulla seisomisesta johtuen ruoka oli pöytään vietäessä ehtinyt jäähtyä liikaa, mistä johtuen tuli asiakkailta reklamaatioita.

Yksi suurimmista ongelmista, mikä heijastui laajalti palveluun, oli listalla oleva jälkiruoka: kauden jäätelö. Ilman erillistä tiedustelua keittiöstä, ei voitu tietää, mikä jäätelömaku oli kyseessä. Ilmeisesti kommunikaatio-ongelmien vuoksi, keittiöstä saattoi tulla väärää jäätelöä, vaikka vuoron alussa olisi annettu tieto, mikä jäätelö oli kysees-

sä. Esimerkiksi vuoron alussa keittiöstä ilmoitetaan, että kauden jäätelö on pistaasijäätelö suklaakastikkeen kera. Mutta myöhemmin tuotetta tilattaessa keittiöstä tulikin mesimarjajäätelöä. Kommunikaatio on tärkeä osa salin ja keittiön toimintaa. Keittiön tulisi aina ilmoittaa salintyöntekijöille, jos jokin tuote loppuu, tai jokin ainesosa korvataan toisella, jotta asiakkaalle saadaan oikeaa tietoa.

Henkilökunnan ammattitaito on keskeinen osa palvelun laatua. Se on tärkeää, jotta saadaan luotua hyvää palvelua. Jotta henkilökunta olisi ammattitaitoista ja tuntisi yrityksen tavat, heidät tulisi perehdyttää ravintolan toimintaperiaatteisiin. Varsinkin kokemattomien tarjoilijoiden ja työharjoittelijoiden perehdytys on erityisen tärkeää. Valitettavasti ravintolan perehdytys on heikkoa. Uudet työntekijät joutuvat ravintolassa, lähes välittömästi tarjoilemaan, eikä heille kerrota tarpeeksi ravintolan toimintaperiaatteista eikä tuotteista. Hyvin hoidettu perehdytys luo myös itsevarmuutta uusille työntekijöille, koska silloin ei tarvitse pohtia, tekeekö oikein ja onko tilanne hoidettu yrityksen vaatimalla tavalla. Hyvin perehdytetty henkilö, voi helpommin itse hoitaa ongelmatilanteita, eikä tarvitse aina turvautua vuorovastaavaan.

6.4 Seurantalomake

Tämän opinnäytetyön toisena tarkoituksena oli luoda Microsoft Word- pohjalla lomake, jonka avulla ravintolan johtaja voi seurata sitä, että vuorossa olevat esimiehet ovat tehtäviensä tasalla. Eli vuorovastaavat tietäisivät, mitä heidän tulisi vuoronsa aikana erityisesti seurata. Lomakkeen avulla voidaan varmistaa, että he noudattavat tehtäviään.

Lomaketta (Liite 1) suunniteltaessa otettiin huomioon ravintolan johtajan toiveet lomakkeen sisällöstä. Lomakkeen olisi tarkoitus olla helposti ja nopeasti täytettävä. Siinä käytettiin monivalinta sekä avoimiakohtia, joihin vuorovastaava voi selittää vuoron tapahtumia

Ravintolan johtajan mukaan, vuorovastaava on vuoronsa aikana vastuussa ravintolan salin toiminnasta. He hoitavat, että palvelu sujuu ja että muut työntekijät hoitavat alueensa salissa ja tarvittaessa avustaa heitä tarjoilussa. Vuorovastaavat ottavat vastaan asiakkaat ovelta ja yleisesti vastaavat ravintolan puhelimeen. Ongelmatilanteissa hei-

dän tulisi kyetä normalisoimaan tilanne ja he viimekädessä päättävät mahdollisien reklamaatioiden hyvityksistä ja korvauksista.

Lomakkeessa on huomioitu tässä opinnäytetyössä havaittuja ongelmia palvelussa, ja lomakkeen avulla ongelmiin tulisi jatkossa kiinnittää enemmän huomiota. Lomakkeen täytöstä vastaa vuoronesimies. Lomakkeelle täytetään vastaavan nimi ja päivämäärä. Lisäksi jokaiseen kohtaan tulee vastata, jos pystytään. Lomaketta voidaan käyttää joko sähköisenä mallina tai tulostettuna versiona. Jos tilaa löytyy kansion säilyttämiselle, voidaan kerralla tulostaa useampi kappale, johon lomakkeet liitetään. Lomakkeet täytetään kun on aikaa (hiljaisempina hetkinä), mielellään vuoron loppupuolella. Jos vuoron aikana esiintyy useampia hiljaisempia hetkiä, voidaan lomaketta täyttää osa kerrallaan. Ravintolan johtaja voi lukea tätä kautta onko palvelu toimivaa ja vastausten perusteella päättää onko asioihin puututtava ja miten niihin puututaan.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Ravintolan tulisi keskittyä työntekijöiden perehdytykseen tulevaisuudessa, jotta se voitaata palveluntarjoajiensa ammattitaidon. Myös perustuotetietämystä olisi hyvä opettaa uusille työntekijöille, jotta he osaavat suositella oikeita tuotteita. Perehdytys aika riippuu uuden työntekijän kokemuksesta. ravintolan olisi hyvä käyttää perehdytys lomaketta jossa käydään läpi perehdytyksen eri osa-alueet. Perehdytys voidaan jakaa eri alueisiin. Osa-alueita voivat olla esimerkiksi: kassatyöskentely, omavalvonta, tuotteet ja palveluprosessi. Kassatyöskentely kohdassa käydään läpi kaikki kassaan ja maksamiseen liittyvät asiat. Omavalvonta kohdassa kaikki omavalvontaan ja siisteyteen liittyvät asiat. Tuote kohdassa käydään läpi perus asiat ruuista ja juomista. Palveluprosessissa kaikki asiat liittyen asiakkaan vastaan ottoon, lisämyyntiin, reklamaatioihin yms.

Perehdytyksen osa-alueet voidaan jakaa esimerkiksi siten, että yksi osa-alue käydään läpi päivässä tai viikossa, riippuen perehdytyksen laajuudesta. Kun uusityöntekijä on perehdytetty tiettyyn alueeseen, hän sekä perehdyttäjä allekirjoittavat lomakkeen. Näin varmistetaan, että perehdytysasia on käsitelty. Jos vielä halutaan varmistaa, että kaikki on hallussa, voidaan työntekijälle järjestää pienimuotoinen kirjallinen koe perehdytyskauden loppuksi.

Tarjoilijoiden tulisi ottaa vastaan asiakkaita, heidän saapuessaan ravintolaan sisään, paremmin ja nopeammin. Vaikka vastaanotto ensisijaisesti onkin vuorovastaavaan tehtävä, niin sen voi kyllä tehdä muut työntekijät hiljaisempina hetkinä, jolloin ei ole pöytävarauksia ja asiakkaita odottamassa vapautuvaa pöytää. Jos kiiretilanteessa vuorovastaava ei ole heti saatavissa ohjaamaan pöytiin, niin tarjoilija voi ilmoittaa ovella odottaville asiakkaille, että vuorovastaava tulee ottamaan heidät vastaan aivan hetken kuluttua. Kiiretilanteissa on hyvä antaa vuorovastaavan hoitaa pöytiin ohjaukset, sillä tämä vastaa pöytävarauksista ja jonotus tilanteesta. Lisäksi pöydissä tulisi käydä nopeammin, eikä antaa asiakkaan itsekseen pohtia mitä tilaa liian pitkiä aikoja. Tarjoilijan tulisi tällöin rohkeasti suositella annoksia ja juomia hienovaraisesti, niin että asiakas ei miellä sitä liian tungettelevana.

Saniteettitilojen siisteydestä huolehtiminen päivän aikana tulisi parantaa. Tilat tulisi tarkistaa useammin päivän aikana esimerkiksi 2-3 tunnin välein (mahdollisuuksien mukaan) ja kirjata käynti ylös omavalvonta lomakkeeseen. Tarvittaessa tilat tulisi siivota ja täyttää paperit ja kuivaus pyyhkeet. Kuten Rissanen (2005, 214) kirjassaan kertoi, miljö on tärkeä osa palvelua ja sen laatua.

Ravintolaa ja baaria ei koettu espanjalaistyylliseksi, joten ravintolan olemusta voisi muuttaa. Esimerkiksi espanjalaisella musiikilla voisi luoda tunnelmaa, sekä erilaisilla rekvisiitoilla. Useimmat asiakaskyselyyn vastanneista kuitenkin piti ravintolaa ja baaria viihdyttävänä, vaikka ei kokenutkaan sitä espanjalaiseksi

Ruokien viemistä pöytiin tulisi jouduttaa, jotta ruoka ei kylmenisi liikaa. Lisäksi ruoat odottavat pöytiin viemistä tilassa, johon asiakkailla on näköyhteys. Jos tuotteet seisovat liian pitkään, ja asiakas näkee sen, se luo jo asiakkaalle kuvan kauan seisseestä ja jäähtyneestä ruuasta.

Tarjoilijat käyvät havainnoinnin mukaan pöydissä liian harvoin. Tarjoilijat voisivat käydä kaatamassa juomia laseihin, jotta asiakkaan ei tarvitse tätä itse tehdä. Näin voidaan antaa asiakkaalle lisäarvoa.

Useat tutkimuksessa ilmenneistä ongelmista ilmenee lähinnä kiiretilanteissa, jolloin esimerkiksi lisä henkilökunta olisi tarpeeseen. Tämä kuitenkin ei välttämättä onnistu kustannussyistä. Käytettävissä olevien tarjoilijoiden tulisi kyetä organisoimaan tehtä-

vien tärkeysjärjestys ja kyettävä nopeuttamaan pöydissä käyntejä ja muita tehtäviä. Tarjoilijat voisivat ottaa juomatilaukset useammista pöydistä kerrallaan, jotta asiakkaisiin saataisiin nopeammin kontaktia kuin ennen. Kuten Rissanen (2005, 214) teoksessaan ilmentää, nopea palvelu on tärkeä osa palvelun laatua käsitellessä.

8 YHTEENVETO

Ravintolan palvelun laatu oli hyvällä mallilla kyselyvastanneiden antamien tietojen mukaan. Kuitenkin olisi tärkeää puuttua havainnoinnissa ja kyselyssä ilmenneisiin ongelma-kohtiin, jotta laatua saataisiin parannettua entisestään. Erityisesti palvelun nopeuteen sekä tilojen siisteyteen tulisi jatkossa kiinnittää enemmän huomiota.

Kuten Rissanen (2005) kirjassaan kertoi asiakaspalvelun keskeisistä piirteistä (esimerkiksi henkilökunnan ammattitaito, luottamus, ystävällisyys yms.). Ravintola onnistuu hyvin ammattitaidossa. Henkilökunta vaikutti ammattitaitoiselta, sillä työntekijöiden tuotetietämys oli hyvää, se ilmeni sekä kyselyssä että havainnoinnissa. Ravintola huolehti asiakkaiden tiedoista luottamuksellisesti, eikä niitä koskaan luovutettu ulkopuolisille tahoille. Henkilökunta oli ystävällinen ja asiallinen asiakkaita kohtaan.

Havainnointi ja asiakaskysely antoivat erilaisia käsityksiä palvelusta. Kyselyn vastanneiden mukaisesti palvelu oli nopeaa ja havainnoinnin mukaan nopeudessa olisi parannettavaa. Tästä johtuen voidaan pohtia, miten ajatuksen kanssa asiakkaat ovat kyselyyn vastanneet. Kyselyyn oli vastattu nopealla aikataululla ja vastauksissa ei hirveästi ollut eroja. Asteikkokysymyksissä oli lähinnä vastattu ”täysin samaa mieltä” tai ”jokseenkin samaa mieltä” kohtiin. Lisäksi avoimiin kysymyksiin, joihin asiakas olisi saanut vapaasti kirjoittaa mielipiteitään, jätettiin usein vastaamatta kokonaan. Tästä johtuen kysely ei välttämättä ollut täysin onnistunut ja tuloksiin tulee käsitellä kriittisesti. Havainnointi oli osallistuvaa, eli havainnoija osallistui itse palveluntuottamiseen, mistä johtuen se vaikutti myös tutkimustuloksiin. Tästä johtuen myös havainnoinnin tuloksiin pitäisi suhtautua kriitikkillä.

Opinnäytetyön suunnittelu vaiheessa oli alun perin tarkoituksena tehdä myös teema-haastattelu työntekijöille, jotta heiltä olisi saatu näkemyksiä palvelusta. Valitettavasti, työntekijät eivät halunneet osallistua haastatteluun. Jatkotutkimuksena voitaisiin sel-

vittää työntekijöiden käsityksiä palvelusta ja saada heiltä parannusehdotuksia, sillä juuri he työskentelevät asiakasrajapinnassa.

Ravintola tulee käyttämään työtä ja sen tuloksia henkilökunnan sisäisessä koulutuksessa, jotta he ovat tietoisia mihin tulisi jatkossa kiinnittää enemmän huomiota. Työ myös selvittää toimeksiantajalle palvelussa ilmenneistä ongelmista, jotka tulisi jatkossa huomioida. Ravintola sai työstä hyödyllistä tietoa, mihin palvelussa tulisi jatkossa kiinnittää enemmän huomiota.

Vuorovastaavien seurantalomake tullaan ottamaan käyttöön aluksi kokeilumielessä ja seurataan sen käyttökelpoisuutta ja sitä voidaan mahdollisesti jalostaa jatkossa pidemmälle. Aluksi sitä tullaan käyttämään paperisena versiona. Sille luodaan oma kansio, johon lomakkeita liitetään. Jos tämä osoittautuu hankalaksi, ruvetaan lomaketta mahdollisesti käyttämään sähköisesti, jolloin lomaketta joudutaan hieman muokkaamaan. Muokkaustarve johtuu lomakkeessa olevista viivoista, joihin vastaus tulisi kirjoittaa.

Opinnäytetyö prosessi oli haastavaa. Varsinkin vastauksien saanti asiakkailta oli vaikeaa. Onneksi kuitenkin useat olivat valmiita vastaamaan kyselyyn. Työtä tehdessä opittiin paljon kysely- ja havainnointimenetelmistä.

LÄHTEET

Anttila, Pirkko 1998. Tutkimisen taito ja tiedonhankinta. Helsinki: Wsoy

Grönroos, Christian 2009, Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Juva: Wsoy

Hirsjärvi, Sirkka ym. 2000. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi

Ravintola Casa Largo, www-dokumentti, http://www.casalargo.fi/tapas_bar.html. Ei päivitystietoja. Luettu 27.8.2014.

Rissanen, Tapio, 2005, Hyvä Palvelu. Jyväskylä: Kustannusosakeyhtiö pohjantähti.

Saaranen-Kauppinen, Anita & Puusniekka, Anna. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto WWW- dokumentti <<http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/>>. Ei päivitystietoja. Luettu 27.6.2013.

Soininen, Miia 2013. Lääkärilehti, WWW-julkaisu, http://www.laakarilehti.fi/uutinen.html?type=1/news_id=14045/Hyv%E4+ty%F6ntekij%E4+%26%238232%3Bkeksii+ratkaisuja+ongelmiin. Julkaistu 11.8.2013. Luettu 1.10.2014.

Vuosiesite 2014. HOK-Elanto, www-dokumentti, <http://www.hok-elanto.fi/yrityksesta/osuustoiminta/>. Ei päivitystietoja. Luettu 27.8.2014.

Vuorovastaavien seurantalomake

Seurantalomake

Pvm: _____

Vastaava: _____

Huomioitiinko asiakkaat heti heidän saavuttuaan ravintolaan?

Kyllä

Ei

Jos vastasit ei, miksi? _____

Käytiinkö pöydissä riittävän usein?

Kyllä

Ei

Montako kertaa keskimäärin pöydissä käytiin? _____

Suosittelitiinko tuotteita asiakkaille?

Kyllä

Ei

Jos ei, niin miksi? _____

Suoritettiin omavalvontaa?

Kyllä

Ei

Jos vastasit ei, miksi? _____

Tarkistettiin saniteettitilojen siisteyttä ja käsipaperin riittävyyttä?

Kyllä

Ei

Esiintyikö vuoron aikana ongelmia (esim. häiriköivä asiakas, teknisiä ongelmia, puutteita työtarvikkeissa ums)? _____

Miten ongelma hoidettiin? _____

Muuta huomautettavaa/kerrottavaa esimiehelle? _____

Kyselylomake asiakaspalvelun laadusta

Kaikkien vastanneiden, jotka jättävät yhteystietonsa (nimi ja puhelinnumero), kesken arvotaan kolme lahjakorttia ravintolaan. (Nimi ja puhelinnumero tulevat erilliselle lapulle.)

Ympyröi Teille sopivin vaihtoehto

Taustatiedot:

Sukupuoli: Nainen Mies

Olen: Opiskelija Työssäkäyvä Eläkeläinen

Milloin asioitte ravintolassa? (päivämäärä ja kellon aika) _____

Ravintola oli Tyhjä Puolityhjä Täynnä

Palvelun laatuun liittyvät kysymykset:

5=täysin samaa mieltä, 4=jokseenkin samaa mieltä, 3= en osaa sanoa
2=jokseenkin erimieltä 1=Täysin eri mieltä

Palvelu ja henkilöstö:

Palvelu oli nopeaa	5	4	3	21
Palvelu oli sujuvaa	5	4	3	21
Palvelu oli ystävällistä	5	4	3	21
Palvelu oli ammattitaitoista	5	4	3	21
Palvelu vastasi odotuksiani	5	4	3	21
Henkilöstö kävi pöydässä riittävän usein	5	4	3	21
Henkilöstö tunsu ravintolan tuotteet	5	4	3	21
Henkilöstön ulkoasu on siisti	5	4	3	21

Haluan sanoa palvelusta ja henkilöstöstä:

Ruoka:

Ruoka oli hyvää	5	4	3	21
Annoskoko oli hyvä	5	4	3	21
Ruoan lämpötila oli sopiva	5	4	3	21
Ruoka vastasi odotuksiani	5	4	3	21
Hinta oli sopiva laatuun nähden	5	4	3	21

Haluan sanoa ruuasta _____

Ravintolan yleisilme (Miljö):

Ravintolan yleisilme on siisti	5	4	3	21
Ympäristö oli viihtyisä	5	4	3	21
Valaistus oli sopiva	5	4	3	21
Musiikin voimakkuus oli sopiva	5	4	3	21
Saniteetti tilat olivat siistit	5	4	3	21

Haluan sanoa miljööstä:

Tarjoilijat suosittelivat minulle tuotteita nimeltä Kyllä Ei

Mitä tuotteita teille suositeltiin?:

Kaatoiko tarjoilija juomia aterioinnin aikana? Kyllä Ei

Astiat käytiin korjaamassa pöydästä pian sen jälkeen
kun ruokailu oli lopetettu Kyllä Ei

Kuinka monta kertaa tarjoilija kävi pöydässä? _____

Mikä vaikutti päätökseenne tulla ravintolaan?

Millaisia odotuksia teillä oli palvelusta?

Tullessanne ravintolaan tiesittekö,
ravintolan olevan tyyliltään Espanjalainen? Kyllä En

Jos vastasit en, niin mistä syystä ravintola ei vaikuttanut espanjalaiselta ravintolalta?

Vapaa kommentti:

Kiitos vastauksestanne! Halutessanne osallistua ravintolan lahjakorttien arvontaan,
jättäkää nimenne ja puhelin numeronne kyselylomakkeen ohessa olevalle lapulle.

Kyselylomake asiakaspalvelun laadusta

Kaikkien vastanneiden, jotka jättävät yhteystietonsa (nimi ja puhelinnumero), kesken arvotaan kolme lahjakorttia ravintolaan. (Nimi ja puhelinnumero tulevat erilliselle lapulle.)

Ympyröi Teille sopivin vaihtoehto moni valinta kysymyksiin ja avoimiin vastatkaa kirjallisesti

Taustatiedot:

Sukupuoli: Nainen Mies
Olen: Opiskelija Työssäkäyvä Eläkeläinen

Milloin asioitte ravintolassa? (päivämäärä ja kellon aika) _____

Ravintola oli Tyhjä Puolityhjä Täynnä

Palvelun laatuun liittyvät kysymykset:

5=täysin samaa mieltä, 4=jokseenkin samaa mieltä, 3= en osaa sanoa
2=jokseenkin erimieltä 1=Täysin eri mieltä

Palvelu ja henkilöstö:

Palvelu oli nopeaa	5	4	3	21
Palvelu oli sujuvaa	5	4	3	21
Palvelu oli ystävällistä	5	4	3	21
Palvelu oli ammattitaitoista	5	4	3	21
Palvelu vastasi odotuksiani	5	4	3	21
Henkilöstö tunsi tuotteet	5	4	3	21
Henkilöstön ulkoasu on siisti	5	4	3	21

Haluan sanoa palvelusta ja henkilöstöstä:

Ravintolan yleisilme (Miljö):

Ravintolan yleisilme oli siisti	5	4	3	21
Valaistus oli sopiva	5	4	3	21
Musiikin voimakkuus oli sopiva	5	4	3	21
Saniteettitilat olivat siistit	5	4	3	21
Terassi oli siisti	5	4	3	21

Haluan sanoa miljööstä:

LIITE 2(4).
Kyselylomake

Juomat:

Tuotevalikoima oli hyvä	5	4	3	21
Juoma maistui hyvältä	5	4	3	21
Hinta oli sopiva laatuun nähden	5	4	3	21
Juoma vastasi odotuksiani	5	4	3	21

Haluan sanoa juomista:

Tullessanne ravintolaan tiesittekö,
ravintolan olevan tyyliltään Espanjalainen? Kyllä En

Jos vastasit en, niin mistä syystä ravintola ei vaikuttanut espanjalaiselta ravintolalta?

Oliko baari viihtyisä? Kyllä Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen ei, niin mikä tekisi baarista viihtyisämmän?

Tarjoilijat kävivät myymässä pöytiin?
osaa sanoa Kyllä Ei En

Tarjoilijat kävivät myymässä terassilla?
osaa sanoa Kyllä Ei En

Mitä tuotteita teille suositel-
tiin? _____

Mikä vaikutti päätökseenne tulla ravintolaan?

Millaisia odotuksia teillä oli palvelusta?

Vapaa kommentti:

Kiitos vastauksestanne! Halutessanne osallistua ravintolan lahjakorttien arvontaan,
jättäkää nimenne ja puhelin numeronne kyselylomakkeen ohessa olevalle lapulle.