

Saimaan ammattikorkeakoulu
Matkailu- ja ravitsemispalvelut Imatra
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Päivi Leppänen

VENÄLÄISTEN ASIAKKAIDEN ODOTUKSET JA TOIVEET SCANDIC PATRIAN RAVINTOLA TORILLAN PALVELUISTA

Opinnäytetyö 2009

TIIVISTELMÄ

Päivi Leppänen

Venäläisten asiakkaiden odotukset ja toiveet Scandic Patrian ravintola Torillan palveluista, 45 sivua, 7 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu, Imatra

Matkailu- ja ravitsemispalvelut, hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö, 2009

Ohjaajat: lehtori Jukka Aineslahti Saimaan ammattikorkeakoulu, hotellinjohtaja

Tomi Saarelainen Scandic Patria

Opinnäytetyössä tutkittiin venäläisten asiakkaiden toiveita ja odotuksia Scandic Patrian ravintola Torillan palveluista. Venäläisten matkailijoiden määrä on kasvanut ja kasvaa edelleenkin Lappeenrannassa ja koko Kaakkois-Suomessa. Vuonna 2008 venäläiset tekivät Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta noin 2,5 miljoonaa matkaa Suomeen. Koska venäläisten asiakkaiden määrä on suuri, kannattaa hotellien ja ravintoloiden ottaa huomioon, mitä asiakkaat haluavat.

Suomalainen ja venäläinen asiakas eroavat toisistaan tavoiltaan ja kulttuuriltaan. Pyrittäessä palvelemaan venäläisiä asiakkaita parhaalla mahdollisella tavalla, kannattaa nämä erot huomioida. Erot eivät kuitenkaan ole niin suuret, että palvelutapoja tulisi muuttaa radikaalisti. Hyvä ja luonteva palvelu jokaisen asiakkaat kohdalla on aina tärkeää asiakaspalvelussa. Ongelmalliset tilanteet tulee korjata asiakasta miellyttävällä tavalla. Opinnäytetyön tekijä antoi työssään tietoja ja neuvoja, kuinka tulisi toimia, jotta asiakkaat olisivat mahdollisimman tyytyväisiä.

Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista tutkimusta. Tutkimukseen opinnäytetyön tekijä teki kysymyslomakkeen, jota jaettiin Scandic Patrian vastaanotossa sekä ravintola Torillassa venäläisille asiakkaille. Kysymyslomakkeessa oli 12 monivalintakysymystä ja 3 avointa kysymystä, jotka koskivat Torillan ruokia ja palvelua. Kysymyslomakkeita palautui 43 kappaletta, joista pystyttiin analysoimaan 40 kappaletta.

Kyselyn tulokset tukivat hyvin opinnäytetyön teoriaa. Venäläiset rakastavat kalaa ja haluavat syödä sitä mahdollisimman paljon Suomessa ravintolassa käydessään. Keitot ovat myös tärkeitä venäläisille, heille keitot ovat osa jokapäiväistä ruokailua. Kyselyssä selvisi, että asiakkaat kaipaavat kaikkein eniten keittoja lisää Torillan ruokalistalle. Kokonaistuloksena kyselyistä huomaa, että venäläiset asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä sekä Torillan ruokaan että henkilökuntaan.

Asiasanat: venäläinen, venäläinen ruoka, venäläinen asiakas, asiakaspalvelu, asiakastytyväisyys, asiakasuskollisuus

ABSTRACT

Päivi Leppänen

Russian Customers' Wishes and Expectations of Scandic Patria Restaurant Torilla's Services, 45 pages, 7 appendices

Saimaa University of Applied Sciences

Unit of Tourism and Hospitality, Imatra

Degree programme of Hotel and Restaurant Management

Bachelor's Thesis 2009

Instructors: Senior Lecturer Mr Jukka Aineslahti, General Manager Mr Tomi

Saarelainen Scandic Patria

The purpose of the study was to find out what Russian customers expect from the services of Scandic Patria's restaurant Torilla and what they think about Torilla's dishes. A lot of Russian travelers visit Lappeenranta and the whole Southeast of Finland. In the year 2008 Russians made about 2.5 million trips through the border stations in Southeast of Finland. Due to this large number of Russians visiting the area, hotels and restaurants should take into account what Russian customers want from their services. The Russian customs and culture differ from the Finnish and in order to meet the customers' needs better these differences should be considered. However, the differences are not big enough to justify huge changes to the current service, yet it is important is that each customer is served in a polite and friendly way. This thesis offers advice on how to serve customers better and furthermore, how to ensure customer satisfaction.

This study was done by using a quantitative research approach. Questionnaires designed for the research were handed out to Russian customers in the Scandic Patria's reception and restaurant Torilla. The questionnaire included 12 multiple choice questions and three open questions regarding Torilla's dishes and service. Forty-three questionnaire forms were returned and 40 of them were able to be analyzed.

The results of this research showed that Russian customers really love fish and like to eat it as much as possible in Finnish restaurants. Additionally soups are important dishes for Russians when dining out. Russians eat soup on a daily basis and prefer not to make a change even when not at home. The questionnaire revealed that the most desired dish on the menu was soup; therefore restaurant Torilla should consider adding more soups on the menu. This research found that overall Russian customers were really satisfied with Torilla's dishes and staff members.

Key words: Russian, Russian food, Russian customer, customer service, customer satisfaction, customer loyalty

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	5
1.1 Taustaa ja tutkimuksen tavoitteet.....	5
1.2 Aiemmat tutkimukset.....	6
1.3 Tutkimuksen hyödyt.....	6
2 VENÄLÄINEN	7
2.1 Venäläinen kulttuuri ja venäläisyys	7
2.2 Keskustelu	7
2.3 Kohteliaisuudet ja tavat.....	8
2.4 Venäläinen asiakas ravintolassa.....	9
2.5 Venäläinen ruoka	9
2.5.1 Alkupalat eli zakuska	10
2.5.2 Keitot ja salaatit	11
2.5.3 Lämmin ruoka.....	11
2.5.4 Jälkiruoat	12
2.6 Juomat ja juominen.....	12
3 LAADUKAS ASIAKASPALVELU.....	13
3.1 Asiakaspalvelun laatu ja sen odotukset	13
3.2 Palvelun laadun viisi kuilua	15
3.3 Pahimman virheet asiakaspalvelussa	17
4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS	21
4.1 Asiakkaiden odotusten muodostuminen	21
4.2 Miten asiakastyytyväisyyttä mitataan	22
4.3 Asiakasuskollisuus.....	23
4.4 Asiakastyytyväisyysasteet	23
5 SCANDIC PATRIA	25
5.1 Patrian historia	25
5.2 Ravintola Torilla	26
6 TUTKIMUS.....	26
6.1 Tutkimusmenetelmän kuvaus	26
6.2 Kyselylomakkeen laatiminen.....	27
6.3 Tutkimuksen tavoitteet.....	27
6.4 Kyselyn toteutus.....	27
6.5 Kyselyn tulosten käsittely	28
6.6 Johtopäätökset.....	36
7 POHDINTA.....	41
KUVIOT.....	43
LÄHTEET	44

LIITTEET

Liite 1	Kyselylomake suomeksi
Liite 2	Kyselylomake venäjäksi
Liite 3	Saate 1 suomeksi
Liite 4	Saate 1 venäjäksi
Liite 5	Saate 2 suomeksi
Liite 6	Saate 2 venäjäksi
Liite 7	Palvelunlaadun kuilumalli

1 JOHDANTO

Venäläisten matkailijoiden määrä Etelä-Karjalassa on lisääntynyt huomattavasti viime vuosien aikana. Venäläisten matkat Suomeen kasvoivat vuonna 2008 13,5 % vuoteen 2007 verrattuna. Venäläiset tekivät jo pelkästään Kaakkois-Suomen raja-asemien kautta 2 460 000 matkaa Suomeen vuonna 2008. (Matkailun seurantakatsaus 2008.) Venäläiset matkailija tuovat huomattavan suuren osan hotellien ja ravintoloiden tuloista, joten matkailijoiden viihtyvyyteen ja tyytyväisyyteen tulee panostaa. Venäläinen ja suomalainen asiakas eroavat toisistaan paljon tavoiltaan ja kulttuuriltaan, joten näihin eroihin kannattaa kiinnittää huomiota ja siten pyrkiä parantamaan venäläisten asiakkaiden palvelua.

1.1 Taustaa ja tutkimuksen tavoitteet

Suurimmaksi puutteeksi Suomessa venäläiset ovat nimenneet venäjänkielisen palvelun ja opastuksen (TAK-rajatutkimus 2008). Venäjänkielistä palvelua saa erittäin vähän verrattuna siihen, kuinka paljon venäläisiä matkailijoita Kaakkois-Suomessa käy. Mielestäni työpaikoilla johtoportaan tulisi kannustaa venäjän kielen opiskeluun, esimerkiksi järjestämällä kursseja tai kustantamalla niitä. Tällä hetkellä Patriassa on kaksi venäjänkielistä työntekijää, hekin tosin ovat kerrossiivoojia, ja ovat siivousyhtiön palkkalistoilla. Hotellin ravintolassa ja vastaanotossa ei siis venäjää osaavaa henkilökuntaa ole, ja tämä voi olla ongelma englantia osaamattomien venäläisten asiakkaiden parissa. Selvää siis on, että tutkimuksia venäläisten asiakkaiden toiveista ja mielipiteistä on tehtävä.

Tutkimuksen tavoitteena on tehdä muutoksia Scandic Patrian ravintola Torillan ruokalistaan, jotta se miellyttäisi venäläisiä asiakkaita enemmän. Jos ruokalista olisi enemmän venäläisiä miellyttävä, nykyiseen Litte-Italy -listaan verrattuna, niin ehkä venäläiset ruokailisivat useammin Torillassa.

1.2 Aiemmat tutkimukset

Aiempiä tutkimuksia opinnäytetöinä Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulusta, koskien asiakkaiden palvelua, toiveita ja tyytyväisyyttä ovat tehneet Kristiina Ranta, Anna Tarkki sekä Kati Kemppainen ja Anne Pitkänen.

Rannan tutkimus (2008) koski Imatran kylpylän kykyä palvella venäläisiä asiakkaita. Ranta sai tutkimuksissaan selville, että päällisin puolin venäläiset ovat tyytyväisiä Imatran kylpylään ja sen palveluihin, mutta venäjänkielinen palvelu olisi toivottavaa. Tarkin tutkimus (2008) liittyi siihen, miten Etelä-Karjalan osuuskaupan henkilökunta suhtautuu venäläisiin asiakkaisiin työssään. Tutkimuksessa selvisi, että vaikka jonkinverran epäluuloisuutta venäläisiä kohtaa on edelleenkin, niin epäluulot ovat koko ajan onneksi vähenemässä. Kemppaisen ja Pitkäsen opinnäytetyö (2001) koski puolestaan Imatran kylpylän palveluiden kehittämistä ja päiväkävijöiden tyytyväisyyttä. Kemppainen ja Pitkänen saivat selville, että palveluiden kehittäminen on lisännyt huomattavasti päiväkävijöiden tyytyväisyyttä. Jotta asiakkaat pysyvät tyytyväisinä, kannattaa johtoportaan kuunnella ja tarkkailla heidän toiveitaan ja tätä kautta saada asiakkaille toivottuja palveluita.

1.3 Tutkimuksen hyödyt

Tutkimukseni on erittäin tärkeä sekä itselleni, että Torillalle ja koko Scandic Patrialle. Patria tarvitsee tutkimustani, jotta pystyisi palvelemaan venäläisiä asiakkaita entistä paremmin ja tätä kautta saamaan lisää asiakkaita. Asiakkaiden tyytyväisyys on aina tärkeää, ja tutkimuksen kautta ruokalistaan tulee muutoksia, jotka toivottavasti miellyttävät niin venäläisiä kuin muiden maiden kansalaisia, suomalaisia unohtamatta.

Itselleni tutkimus on tärkeä, ei vain valmistumiseni kannalta, vaan myös työssäni Imatran Valtionhotellin LinnaSali-ravintolassa. Työssäni tapaan päivittäin runsaasti venäläisiä matkailijoita, ja jos tämän tutkimuksen kautta opin palvelemaan heitä paremmin, niin sitä suurempi on hyöty opinnäytetyöstäni.

2 VENÄLÄINEN

Venäläiset eroavat monella tavalla suomalaisista. Venäläiset näyttävät tunteensa ja mielipiteensä huomattavasti voimakkaammin kuin suomalaiset. Jos venäläinen on iloinen, niin silloin hän riemuitsee ja näyttää ilonsa kaikille läsnä oleville. Jos taas hänellä menee huonosti, niin silloin sekin näkyy tavoilla ja ilmeillä, joista voisi luulla maailmanlopun olevan lähellä. Venäläiset liikkuvat tunteissaan erittäin vahvasti ääripäästä toiseen. Venäläiset noudattavat sääntöjä huomattavasti huonommin kuin suomalaiset. Tämä sääntöjen noudattamattomuus voi olla suuri ongelma, jos venäläinen on asiakkaana. Hän ei välttämättä ymmärrä, että jonoissa ei saa etuilla ja että tietyt säännöt on tehty turvallisuuden ylläpitämiseksi. Kuitenkin, jos venäläinen arvostaa tätä henkilöä, joka antaa neuvoja ja sääntöjä, niin silloin venäläinen tottelee hänelle annettuna neuvoja ja sääntöjä. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 13 - 14.)

2.1 Venäläinen kulttuuri ja venäläisyys

Venäläiset ovat aina olleet hyvin ylpeitä uniikista kulttuuristaan (Pavlovskaya 2007, 197). Sen kulttuuri on hyvin monipuolinen, sillä Venäjällä asuu lähes 150 miljoonaa asukasta, ja eri kansalaisuuksiakin on jopa 120. Venäläiseen kulttuuriin ovat aikojen kuluessa vaikuttaneet bysanttilainen kirkko, mongolit, viikingit ja eri hallitsijat omilla hallitsemistyyyleillään. Maan valtava koko on myös suuri tekijä kulttuurissa, Venäjä ylittää Itämereltä aina Tyynelle Valtamerelle saakka. Maan monipuolisuudesta huolimatta voidaan kuitenkin huomata tietyt samanlaiset venäläisyyden piirteet venäläisessä kulttuurissa ja venäläisissä. (Suomussalmen lukio.)

2.2 Keskustelu

Venäläiset puhuvat paljon. Heidän keskustelunsa ovat äänekkäitä, ja sanoja ei turhaan säästellä. Se, mistä puhutaan ei ole tärkeää, vaan keskustelulla osoitetaan kohteliaisuutta ja yhteenkuuluvuutta. Jos venäläisessä seurueessa ei

puhu, niin se on merkki epäkohteliaisuudesta. Puheenvuoroa ei jäädä odottamaan, vaan kannattaa sanoa oma mielipiteensä heti, kun sen pystyy johonkin kohtaan iskemään. Päälle puhuminenkaan ei ole millään tavalla epätavallista ja epäkohteliasta. (Suomussalmen lukio.) Suomalaisista venäläisten keskustelutyyli voi välillä tuntua ahdistavalta, sillä suomalaiset ovat tottuneet hiljaisiin hetkiin keskusteluissa jolloin arimmatkin ehkä uskaltavat sanoa mielipiteensä. Myöskään toisten päälle puhuminen ei kuulu kohteliaisiin tapoihin. Kaikille kuuluu antaa aikaa sanoa asiansa loppuun, ja tämän jälkeen vasta annetaan asiaan oma mielipide.

2.3 Kohteliaisuudet ja tavat

Kohteliaat käytöstavat sekä siisti ja näyttävä pukeutuminen ovat venäläisille kunnia-asioita. Kohteliaisuuksia kerrotaan paljon, ja ne osataan ottaa vastaan. Teitittely on hyvin tyypillistä Venäjällä, vanhempia ja tuntemattomia ihmisiä teititellään miltei aina. Ennen teitittely oli yleisempää, mutta nykyään se on hieman vähentynyt. (Suomussalmen lukio.) Iäkkäitä ihmisiä ja naisia kunnioitetaan, tervehtiessä alempiarvoinen tervehtii ensin aina korkeampiarvoisempaa, ja mies tervehtii ensin naista. Naiset kättelevät harvemmin, nyökkäys on naisille yleisempi tapa tervehtiä. (Moped.) Suomessa teitittely on vähentynyt huomattavasti entisajoista, mutta kohteliaisiin tapoihin kuuluu teitittely palvellessa tuntemattomia ihmisiä. Venäläisten kanssa keskustellessa keskustelukumppanin nimi kannattaa pistää hyvin mieleen, sillä keskustellessa käytetään aina keskustelukumppanin nimeä (Suomussalmen lukio). Suomalaisessa keskustelussa nimeä ei käytetä, ainakaan niin paljon kuin venäläisessä keskustelussa.

Venäläiset ovat tottuneet olemaan hyvin lähekkäin ja toisten koskettaminen ei ole millään tavalla outoa, pikemminkin erittäin yleistä. Ei kannata ihmetellä, jos näkee ystävyksiä kulkemassa kaulakkain tai käsi kädessä, sillä se on erittäin tavallista venäläisessä kulttuurissa. (Suomussalmen lukio.) Suomalaisessa kulttuurissa koskettaminen on huomattavasti vähäisempää kuin venäläisessä, kädestä pitäminenkin on Suomessa tavallista vain rakastavien ja lasten keskuudessa. Venäläisten mielestä hymyily ja työnteko eivät kuulu yhteen ja

hymyilylle tulee olla aina joku erityinen syy. Jos hymyilee ilman syytä, pidetään outona. Myöskään tuntemattomille ei hymyillä. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 38–39.)

2.4 Venäläinen asiakas ravintolassa

Venäjällä ravintolaan meno ei kuulu normaaliin käytökseen. Ravintolassa käynti on yleistä vain pienelle osalle venäläisistä. Erikoistilaisuuksissa, kuten juhlissa on tavallista, että juhlat pidetään juhlijan kotona, ei ravintolassa. Jos juhlat pidetään ravintolassa, niin silloin juhlan järjestäjiä pidetään laiskoina, koska he eivät muka viitsi järjestää juhliiaan kotona. Venäläiseen tapaan kuuluu se, että ravintolaan kutsuja maksaa ravintolalaskun. Poikkeuksiakin tietysti on, jos nainen kutsuu miehen ravintolaan, niin tällöin mies maksaa laskun. Jos nainen haluaa välttämättä maksaa laskun, niin mies saattaa ottaa sen loukkauksena. (Pavlovskaya 2007, 183–185.) Suomalainen ravintolakulttuuri taas on toisenlainen. Juhlia pidetään sekä kotona että ravintoloissa, ja jos mennään muuten vaan syömään, niin silloin maksajan rooli ei välttämättä ole kutsujalla. Laskuja voidaan jakaa sen mukaan, miltä kulloinkin tuntuu.

Itse olen huomannut venäläisiä asiakkaita tarkkaillessani ravintolassa, että he syövät pitkään ja useita ruokalajeja. He käyttävät ruokailuun aikaa ja heille ruokailu on sosiaalinen tapahtuma. Ruokaillessa keskustellaan ystävien kanssa. Monesti syöminen voi unohtua pitkäksikin aikaa keskustelun lomassa. Kun keskusteluun viimeinkin tulee pieni tauko, niin sitten voi taas syödä hieman. Ruokia ei syödä loppuun vaan niitä jätetään jonkin verran jäljelle. Suomalaiset sen sijaan syövät yhden ruokalajin ja lähtevät pois. Keskustelua on jonkin verran, mutta huomattavasti vähemmän kuin venäläisillä.

2.5 Venäläinen ruoka

Venäläisen ruokakulttuurin pohjana ovat puhtaat maut sekä helposti valmistettavat maukkaan ruoat. Ruokia valmistetaan paljon uunissa pitkään hauduttamalla, sillä tavalla ruoasta saadaan irtoamaan parhaalla mahdollisella tavalla ruoan mehukkaat aromit. Ennen miltei kaikki ruoat Venäjällä kypsennettiin uunissa. (Datsha.com. 1993-2009.) Uunissa hauduttaminen on

erittäin hyvä tapa valmistaa ruokaa, mutta ravintola olosuhteissa se on hankalaa. Ruokaa valmistetaan sitä tilattaessa, joten ruoan tulee valmistua mahdollisimman nopeasti. Uunissa hauduttamiseen ei ole aikaa. Venäläisille aterian tärkein osa on leipä, leipää tarjotaan jokaisella aterialla, ja leipä on yleensä jonkinlaista tummaa leipää. (Pavlovskaya 2007, 186.) Yleisimmin käytettyjä raaka-aineita venäläisessä ruoassa ovat erilaiset kalat, sienet, smetana, rahka, hapankaali ja suolakurkut (Pirkka – Ruokaa maailmalta). Venäläistä ruokaa saatetaan pitää usein liian yksinkertaisena ja latteana muiden kansalaisuuksien keskuudessa, sillä maustaminen on kovin vähäistä. Venäjällä käytetään erittäin harvoin sellaisia mausteita, joita ei kasva Venäjällä. Miltei ainoat käytettävät mausteet ovat mustapippuri ja laakerinlehdet. (Pavlovskaya 2007, 186.)

Venäläisten ja suomalaisten ruokailutottumukset eroavat huomattavasti toisistaan. Venäläiset ovat tottuneet syömään ensin alkupalat ”zakuska”, joita ovat esimerkiksi lihaleikkeleet, suolatut sienet ja salaattit. Alkupalojen jälkeen tulee keitto. Keiton jälkeen syödään varsinainen pääruoka, jonka jälkeen on jälkiruoan vuoro teen kanssa. (Pavlovskaya 2007, 175–178.) Venäläiset siis syövät useampia ruokalajeja kuin suomalaiset. Suomalaiset syövät usein vain pääruoan, alkuruokaa, ja jälkiruokaa otetaan harvemmin.

2.5.1 Alkupalat eli zakuska

Venäläisessä ruokapöydässä on alkupaloja normaalisti runsaasti. Alkupalojen määrä vaihtelee sen mukaan, onko päivällinen arkinen vai juhlava. Alkupaloina voi olla vaikkapa suolattuja sieniä, suolakurkkuja, kylmiä leikkeleitä, piirakoita, kaviaaria, juustoja, täytettyjä kananmunia eli valikoima on hyvin runsas. Alkupalojen kanssa juodaan useasti venäläiseen tyyliin vodkaa. (Pavlovskaya 2007, 175 -176.) Erilaisia zakuskoja syödään usein myös silloin, kun vietetään iltaa ja juodaan. Venäläiseen tyyliin ei kuulu pelkkä juominen, kuten monesti Suomessa, vaan aina kun juodaan, niin myös syödään.

2.5.2 Keitot ja salaattit

Toisena ruokalajina on yleensä keitto. Keitto on yleensä aterian varsinainen ensimmäinen ruokalaji, huolimatta siitä, että alkuun on jo syöty täyttävä zakuska. Monien venäläisten mielestä illallinen ei ole ilman keittoa edes illallinen. (Pavlovskaya 2007, 176.) Keitto voi olla joko tuhdimpi tai kevyempi, jolloin kyseessä on jonkinlainen liemi (Pirkka – Ruokaa maailmalta). Maailmalla tunnetuin venäläinen keitto on varmasti smetanin kanssa tarjottu borsch-keitto, jonka pääraaka-aineena on punajuuri.

Venäläisten suosimissa salaateissa on yleensä suolaa, pippuria ja mausteita. Suomalaiset taas pitävät raikkaista salaateista, joissa maistuu salaatin aineksien oma maku. Toisaalta taas suomalaiset laittavat ruokiin paljon etikkaa, josta venäläiset eivät pidä. Patrian ravintolan tulevalla ruokalistalla tulee siis mitä luultavimmin muutoksia salaatteihin ja ruokiin, joissa on paljon etikkaa.

2.5.3 Lämmin ruoka

Zakuskan, salaattien ja keittojen jälkeen on lämpimän ruoan vuoro, eli toisen ruokalajin. Ruokalajivaihtoehtoja on monia, mutta yleisimpiä ovat liha, kana ja pelmenit. Pelmenit ovat lihatäytteisiä taikinatyynyjä, ja ne ovat myös yksi venäjän kansallisruoista. (Pavlovskaya 2004, 176–177.) Kala on erittäin suosittu ruokalaji venäläisten keskuudessa. Kalaa valmistetaan monella eri tavalla. Kalaa voidaan höyryttää, keittää, paistaa sekä hauduttaa smetanassa. Siperiassa syödään myös raakaa jäätyntä kalaa. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 50.) Siitä huolimatta, että venäläiset rakastavat kalaa, niin venäjällä liha on yleisempää. Kalan vähäinen syöminen Venäjällä johtuu kalan korkeasta hinnasta, jopa pakastetun, vähemmän arvostetun kalan hinta on noussut huimasti. Kalan lisäksi myös hedelmät ja kasvikset ovat kalliita, tästä syystä kasvissyöjillä ei ole helppoa Venäjällä. (Pavlovskaya 2004, 176 - 177.)

2.5.4 Jälkiruoat

Yleisiä jälkiruokia Venäjällä ovat erilaiset kiisselit, jäätelöt ja rahkasta tehdyt ruokalajit. Venäläinen ruoka on hyvin rasvaista ja raskasta, ja tässä tapauksessa kakut ja leivoksetkaan eivät tee poikkeusta; niissä on paljon rasvaa ja sokeria. Usein raskaan aterian jälkeen jälkiruokana saattaa ollakin vain kupillinen hillolla maustettua teetä. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 51.)

Yksi tyypillinen jälkiruoka on blinit, mutta niitä voidaan tarjota myös muuten. Blinit tarjotaan jälkiruoalla hillon kanssa, mutta niitä voidaan syödä myös smetanan, mädin, kaviaarin tai savustetun kalan kanssa. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 51.)

2.6 Juomat ja juominen

Yleisimpiä ruoan yhteydessä juotavia juomia ovat kivennäisvesi, viinit, vodka, tee ja kvas eli ruisleivästä valmistettu alkoholiton kalja. Venäläiset eivät usein juo mitään kylmää ruokaillessaan vodkan lisäksi, vaan he saattavat tilata ruokajuomaksi teetä. On mahdollista, että teetä juodaan läpi aterian; ennen aterialla, aterian aikana ja aterian jälkeen. Kahviakin Venäjällä juodaan, mutta huomattavasti vähemmän kuin Suomessa. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 48.) Legendan mukaan tee tuli Venäjälle 1642 Kiinasta venäläisen suurlähettiläänsä mukana. Suurlähettiläs juotti teetä tsaarille, joka piti teestä kovasti, tee jäi Venäjälle. Alkuun tee oli vain pienten piirien juomaa, sen kalliin hinnan ja vaikean saatavuuden takia, mutta vuosien kuluessa siitä tuli koko kansan juomaa. Venäläiset joivat 1800-luvun puolivälissä teetä jo toiseksi eniten maailmassa, pidemmän korren vetivät vain englantilaiset. Venäläiset maustavat usein teensä joko hunajalla, sitruunalla tai hillolla. (Pavlovskaya 2004, 193 -194.) Venäläiseen ruoka- ja juomakulttuuriin kuuluu vodkan juominen ruokailun alussa. Juomien alkoholipitoisuus laskee, mitä pidemmälle ruokailussa mennään. Tästä syystä ravintolassa ei useasti näe

kovasti humaltuneita venäläisiä asiakkaita. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 48.)

Venäjällä yksin juovaa saatetaan pitää alkoholistina, tästä syystä yleensä alkoholijuomia juodaan isommissa seurueissa (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 11). Koska myös juominen seurueessa ilman maljapuheita ja syömistä on juopottelua, niin silloin maljapuheet astuvat esiin. Maljapuheita odotetaan jokaiselta seurueen jäseneltä. Illan isäntä aloittaa maljapuheellaan, ja tämän jälkeen hän jakaa puheenvuoroja muille seurueen jäsenille. Juhlavissa tilaisuuksissa pullot ovat aina näyttävästi esillä pöydällä, jotta laseja on helppo täyttää lisää. Maljoja täytyy aina juoda, tai ainakin niillä täytyy kohottaa ja esittää juovansa. On epäkohteliasta jättää malja kohottamatta, sillä maljan kohottamisella esitetään yhteenkuuluvuutta. Siitä huolimatta, että maljojen kohottelemineen on yksi illan tärkeimmistä asioista, niin naisilta ei odoteta samanlaista juomatahtia kuin miehiltä. Naiset juovat normaalisti vain yhden vodkapaukun, jonka jälkeen he siirtyvät viineihin. Illan isäntä huolehtii lasien täytöstä, mutta jos seurue on iso, niin silloin pullojen lähistöllä olevat miehet täyttävät laseja lähellään istuville naisille. Naiset eivät koskaan täytä laseja jos seurueessa on yksikin mies. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 46 - 47.)

3 LAADUKAS ASIAKASPALVELU

Asiakaspalvelun laatu riippuu huomattavasti siitä, kuka palvelun ottaa vastaan. Asiakaspalvelu on kaksipuolinen, joten mukana asiakaspalvelutapahtumassa on palvelun antaja sekä palvelun saaja. Molemmat osapuolet vaikuttavat asiakaspalvelun laatuun.

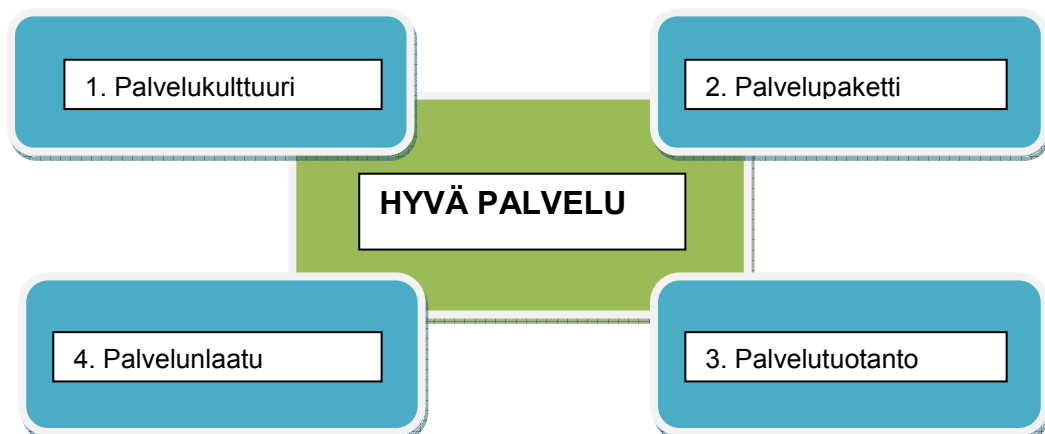
3.1 Asiakaspalvelun laatu ja sen odotukset

Palvelun laatu muodostuu koko palveluprosessin toiminnasta, ensimmäinen osa tulee siitä, kuinka palvelua tuottava organisaation laadun kokee ja pitää sitä yllä, toinen osa tulee palvelun saajalta eli asiakkaalta (Kantanen & Väistö 1994, 50).

Asiakaspalvelulähtöisessä toimintamallissa, kuten ravintolatoiminnassa asiakas vaikuttaa koko ajan omalla olemuksellaan asiakaspalveluprosessiin (Lindroos & Lohivesi 2006, 113). Palvelun tuottaja voi olettaa palvelun olevan erinomaista, kun taas palvelun saajan mielestä se voi olla hyvää, keskikertaista tai jopa huonoa. Se, mikä toiselle on hyvää palvelua, saattaa toiselle olla huonoa. Kaikki riippuu ihmisestä, joka on palvelun vastaanottaja.

Palvelutavat Venäjällä poikkeavat suomalaisesta. Venäjällä palvelu on useasti huomattavasti huonompaa kuin Suomessa, tervehtiminen ja kiitoksen sanominen ovat paljon harvinaisempia ilmiöitä Venäjällä kuin Suomessa. Kaikki kuitenkin riippuu paikasta ja ihmisestä. (Tarkki 2008, 20.) Suomalaisessa asiakaspalvelussa hymyilyllä on suuri merkitys, mutta venäläinen asiakaspalvelija ei normaalisti hymyile. Hymyily on yleistä ainoastaan silloin, kun hymyilijä on oikeasti iloinen. Venäjällä ei hymyillä turhaan. (Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus 2004, 38–39.) Omat kokemukseni venäläisestä palvelusta tukevat Tarkin sanomaa, kun Venäjällä käy tavallisessa ruokakaupassa, niin ainoa asia, mitä myyjä sanoo tai murahtaa on ostosten summa. Venäläiset eivät kuitenkaan odota, että Suomessa he saisivat samanlaista palvelua, vaan suomalainen palvelu eli hymyilevä ja kohtelias palvelu otetaan hyvin vastaan.

Hyvä palvelu koostuu neljästä osasta: palvelukulttuurista, palvelupaketista, palvelutuotannosta ja palvelunlaadusta. Osat on esitelty kuviossa 1.



Kuvio 1 Hyvän palvelun laadun osatekijät (Lahtinen & Isoviita 2001, 50)

Kuviossa 1 on hyvän palvelun osat tärkeysjärjestyksessä. Suomalaisen ja venäläisen palvelun suuri ero on palvelukulttuuri. Se, mikä meidän kulttuurissamme on hyvää palvelua, ei välttämättä ole venäläisessä, tästä syystä asiakkaiden palvelussa kannattaa huomioida kulttuurierot. Palvelukulttuuri on ääneen sanomaton sopimus siitä, mitä saa ja ei saa tehdä, ja mitä kannattaisi tehdä. Palvelupaketti on aina tärkeä, sillä asiakkaat ostavat palvelupaketin, jos palvelupaketti ei kiinnosta asiakasta, niin silloin ei tule asiakkuutta. Palvelupaketin tärkein palvelu ravintolassa on ruoan ja juoman tarjoilu. Palvelutuotantoon vaikuttavat palveltava asiakas, palveluympäristö, kontaktihenkilöstö ja muut asiakkaat. Ravintolan sisustus siis vaikuttaa huomattavasti siihen, miten asiakas palvelun kokee. Kaikki, mitä tapahtuu palvelun aikana vaikuttaa kaikkeen. Palvelun laatuun vaikuttavat palvelukokemus, aiemmat kokemukset ja mielikuvat, näitä voidaan tutkia asiakastytyväisyyskyselyillä ja täten parantaa palvelua. (Lahtinen & Isoviita 2001, 50–55.)

3.2 Palvelun laadun viisi kuilua

Philip Kotler, John T. Bowen ja James C. Makens ovat luetelleet kirjassaan *Marketing for Hospitality and Tourism* (2006) viisi asiakaspalvelun kuilua, jotka tulee ottaa huomioon hyvässä palvelussa. Kuilut koskevat asiakkaan odotusten huomioonottamista ja sitä, miten hyvin tai huonosti asiakkaiden ja johtoportaan ajatukset kohtaavat.

Kotlerin ym. listaamat kuilut ovat (2006, 431 – 435) seuraavanlaiset. Kuvio kuiluista on liitteessä 7.

Kuilu 1

Kuilu 1 koskee johtoportaan tietämättömyyttä siitä, mitä asiakas haluaa. Johtoporras voi kuvitella, että 15 minuutin odottelu ei ärsytä asiakasta hotelliin sisäänkirjautumisessa, vaikka oikeasti voi olla, että jo 10 minuuttia on liikaa odotusajaksi. Asiakkaiden turhautuminen ja kiukku voitaisiin estää, jos asiakkailta kyseltäisiin, minkä aikaa he ovat valmiita normaalisti odottamaan.

Kannattaa myös ottaa selvää minkälaista palvelua he pitävät tärkeänä ja mitä epäolennaisena.

Kuilu 2

Kuilussa 2 ei ole kyseessä se, että johtoporras ei tietäisi, mitä asiakkaat haluavat, vaan se ei ole kiinnostunut luomaan sellaisia kriteerejä joiden mukaan toimien asiakkaiden tarpeet ja toiveet täyttyvät. Johtoportaan mielikuvat ja laadukkaan asiakaspalvelun merkit eivät siis kohtaa. Ravintolaan saatetaan tarvita tarjoilijoita lisää, jotta asiakkaat eivät joutuisi odottamaan liian pitkään palvelua, mutta johtoporras ei ole valmis panostamaan ekstra-tarjoilijoihin. Asiakkaiden tyytyväisyyden ja asiakaspalvelun laadukkaana pysymisen takia henkilöstöä kannattaa lisätä kiireajoiksi, jotta asiakkaat pysyvät tyytyväisinä ja jatkavat asiointiaan kyseisessä yrityksessä.

Kuilu 3

Kuilu 3 on jatkoa kuilulle 2. Siinä johtoporras kyllä tietää asiakkaiden toiveet, mutta työntekijät eivät ole valmiita täyttämään niitä. Työntekijät eivät joko pysty tai ole kiinnostuneita toteuttamaan asiakkaiden tarpeita ja toiveita. Tarpeita voivat olla tien neuvomiset ja muut lisäpalvelut. Työntekijät voivat olla jopa erittäin epäystävällisiä asiakkaita kohtaan. Joissain tapauksissa ihmisasiakaspalvelijat on korvattu koneilla, jolloin kuilun 3 ongelmaa ei synny, sillä koneilta ei odoteta minkäänlaisia lisäpalveluja niiden päätehtävän lisäksi. Työntekijät tulisi pitää tyytyväisinä ja tietynlaisen kurin alaisena, jotta palvelu pysyisi mahdollisimman hyvin asiakkaiden toiveita täyttävänä.

Kuilu 4

Kuilu 4 koskee niitä ongelmia, joita tulee silloin, kun yritys lupaa toiminnaltaan enemmän kuin se todellisuudessa voi antaa. Myös erilaiset toimintatavat saman yrityksen eri työntekijöillä tai saman ketjun eri toimipisteissä kuuluvat 4. kuiluun. Jos yritys lupaa enemmän kuin se voi antaa, niin silloin asiakas pettyy kovasti, sillä hänen odotuksensa yritystä kohtaan eivät toteudu. Asiakas pettyy myös silloin, kun kaikki eivät toimikaan samalla tavalla samassa yrityksessä tai ketjussa. Jos esimerkiksi asiakas on saanut jonkinlaista ketju/työpaikkasääntöjen ulkopuolista palvelua ja pitänyt tätä erinomaisena, niin

sitten kun hän saa sääntöjen mukaista palvelua, niin hän voi olla pettynyt tai jopa loukkaantunut.

Kuilu 5

Viides kuilu koskee asiakkaan odotettua palvelua ja saatua palvelua. Jos saatu palvelu on huonompaa kuin mitä asiakas on odottanut, niin silloin asiakas pettyy. Asiakkaan odotukset pitäisi siis aina pystyä täyttämään.

Scandic Patrian ja Torillan tapauksessa tärkeimpiä kuiluja ovat kuilut yksi ja viisi. Kuilut yksi ja viisi voidaan täyttää kyselylomakkeilla saaduilla tiedoilla, joten enää ei pitäisi olla epätietoisuutta asiakkaiden toiveista. Kuilussa viisi on taas kyseessä asiakkaan odotusten ja toteutuneen palvelun ristiriita. Tämä tutkimus tehdään, jotta ristiriitoja ei enää tulisi, vaan asiakas saisi sellaista palvelua, mitä on odottanutkin. Tietenkään koskaan ei voi täysin tyydyttää kaikkien asiakkaiden toiveita, mutta mitä usemman toiveet ja odotukset täyttyvät, sitä parempi. Yleinen ongelma ravintoloissa on usein myös toinen kuilu. Henkilökuntaa on usein liian vähän, jotta asiakkaat saisivat palvelua niin pian kuin tahtoisivat. Nähtäväksi jää, onko toinen kuilu ongelma Torillassa.

3.3 Pahimman virheet asiakaspalvelussa

Jukka Hämäläinen on listannut kirjassaan Luonnollinen palvelu (1999) asiakaspalvelun kymmenen kuolemansyntiä. Niissä hän käy läpi pahimpia mokia, joilla asiakaspalvelija voi pilata asiakkaan päivän ja varmistaa, ettei asiakas varmasti enää tule kyseiseen palvelupaikkaan uudestaan. Kuolemansynnit ovat estettävissä helposti, inhimillisyydellä ja ystävällisellä käytöksellä. Jo kirjan kansi antaa hyvän vinkin hyvään ja luontevaan asiakaspalveluun, ”Kohtelee asiakasta kuin itseäsi.” Mielestäni se on erittäin hyvä vinkki, sillä harva asiakaspalvelija haluaa, että häntä aliarvioidaan tai mielistellään turhaan, joten tuskin sitä haluaa kukaan asiakaskaan.

Hämäläisen listaamat kuolemansynnit ovat (1999, 141 – 153) seuraavat:

1. En tiedä – olen vaan täällä töissä

Ensimmäinen kuolemansynti siis käsittelee valitettavan useasti tapahtuvaa ilmiötä. Työntekijä on kyllä töissä, mutta hän ei tiedä myymästään tuotteestaan tai palvelusta juuri mitään. Tutkittaessa syitä siihen, miksi asiakkaat lopettavat asioimisen jossain tietyssä paikassa, suurin syy oli henkilökunnan kiinnostuksen puute myymistään tuotteista ja palveluistaan. Eli asiakkaat saa helpommin pidettyä omassa yrityksessä, jos työntekijöillä on innostusta ja motivaatiota opetella tuntemaan myymänsä tuotteet ja palvelut. Kaikkea ei tietenkään aina voi tietää, mutta täytyy osata ottaa selvää.

2. Asia ei minulle kuulu – minä olen vain myyjä

Tällainen asennoituminen tulee yleensä työntekijän aliarvioimisesta. Työntekijä tuntee olevansa arvoton, ja häntä ei enää kiinnosta tekemänsä työ, hän saattaa jopa hävetä työtänsä. Usein tällainen asennoituminen kuvastuu nuokkumisella ja huolimattomuudella, niin pukeutumisessa ja siisteydessä kuin myös työn huolimattomassa jäljessä. Usein tällaisissa tapauksissa ajatellaan, että työstä ei makseta tarpeeksi palkkaa, jotta sitä jaksaisi tehdä kunnolla. Tällöin asiakaspalvelu huonontuu huomattavasti, ja asiakkaat eivät ole tyytyväisiä. Asiakas haluaa, että häntä palvelee työntekijä, joka on siistin näköinen ja palvelualtis.

3. Minua ei saa häiritä

Tärkein asia, mikä tulee muistaa jokaisessa työssä, jos ei ole asiakkaita, niin silloin ei ole myöskään työtä ja työpaikkaa. Tämän takia täytyy siis muistaa, että aina silloin kun työntekijä on töissä, niin asiakas on kaikkein tärkein. Joten siitä huolimatta vaikka työntekijä tuntisi jonkun asian olevan todella tärkeä, niin asiakas menee sen edelle. Asiakas ei odottele, mutta kaikki ei-elollinen odottaa. Jos asiakas ravintolassa joutuu odottamaan tarjoilijaa sen takia, että tarjoilija laskee kuitteja, niin on hyvin mahdollista, että asiakas ei enää tule kyseiseen ravintolaan uudestaan. Asiakas tuntee jäävänsä toiselle sijalle, kuittien ollessa ensimmäisellä sijalla.

4. En pidä sinusta

Asiakkaan kohtaamisessa tulee aina muistaa se, että on kohtelias ja kohtelee asiakasta niin kuin haluaisi itseäänkin kohdeltavan. Asiakaspalvelijan käytös ei saa olla epäkohteliasta eikä myöskään tekokohteliasta. Asiakas tuo yritykseen rahan, joten häntä pitää kunnioittaa ja kohdella hyvin. Kukaan ei halua tuntea, että hänestä ei pidetä. Siitä huolimatta vaikka työntekijä ei jostain syystä pitäisi asiakkaasta, niin sitä ei missään nimessä saa näyttää. Aina tulee olla kohtelias alusta loppuun saakka.

5. Tiedän kaiken

Asiakas ei pidä siitä, jos asiakaspalvelija yrittää olla todella paljon fiksumpi kuin asiakas. Asiakas haluaa itse tehdä havainnot, eikä halua, että myyjä kertoo ja sanoo kaiken tuotteesta tai palvelusta. Asiakkaalle pitää myös antaa tilaa valita asioita. Asiakas ei halua että häntä aliarvioidaan. On tärkeää, että asiakkaalle annetaan aikaa selittää asiansa ja ongelmansa, ennen kuin myyjä alkaa antamaan ratkaisuja ongelman selvittämiseksi.

6. Et tiedä mitään

Kuten kaikessa muussakin, niin myös asiakaspalvelussa tulee muistaa, ettei ole olemassa tyhmiä kysymyksiä, on vain tyhmiä vastauksia. Tyhmiä vastauksia yleensä antaa asiakaspalvelija, joten kannattaa miettiä, mitä sanoo. Asiakas ei halua, että hänen tietojansa vähätellään, hän haluaa, että hänen tietojansa arvostetaan. Jos asiakas tuntee olevansa aliarvostettu, niin silloin hän vaihtaa asioimispaikkaa. Asiakkaalla on varaa valita yritys, jossa tekee ostot, mutta yrityksellä ei ole varaa valita asiakkaitaan. Asiakkaalla on oikeus sanoa, jos hän ei pidä jostain tuotteesta tai palvelusta. Hänen mielipiteitään ja päätöksiään tulee kunnioittaa.

7. Emme halua kaltaisianne tänne

Asiakkaita ei saa tuomita ja luokitella iän, ihonvärin, pukeutumisen, uskonnon, koulutuksen eikä minkään muun vastaavan takia. Jokaisella asiakkaalla on oikeus olla juurin omanlaisensa, ja tätä tulee kunnioittaa. Joten kaikenlaisten asiakkaiden on oltava tervetulleita kaikkiin yrityksiin, lukuun ottamatta tietysti

paikat, joihin on ikäraajat. Ennakkoasenteet ovat pahaksi yritystoiminnalle, sillä jos tieto niistä leviää, niin silloin varmasti asiakkaatkin vähenevät.

8. Hyvä kun älyätte lähteä! Älkää tulko takaisin!

Kun asiakas poistuu yrityksestä, on tämä aina muistettava toivottaa tervetulleeksi takaisin. Jos asiakasta ei millään tapaa huomioi hänen poistuessa yrityksestä, ja muutenkin annetaan kuva, jolla hän huomaa, ettei ole tervetullut, niin silloin asiakas ei varmasti enää toista kertaa yrityksen ovesta sisään astu. Pienet asiat, kuten ”kiitos käynnistä!” ja ”tervetuloa uudestaan!”, ovat pieniä, helppoja ja maksuttomia tapoja saada asiakas palaamaan yritykseen. Asiakas haluaa tuntea olevansa tervetullut, hän ei halua tuntea oloansa epätoivotuksi ja ylimääräiseksi.

9. Olen oikeassa ja sinä väärässä

Asiakaspalvelu vaatii tekijältään tietynlaista nöyryyttä. Asiakas on aina oikeassa, vaikka olisikin väärässä, ja häntä tulee palvella mahdollisimman hyvin. Asiakas täytyy pitää tyytyväisenä. Asiakkaan kanssa ei saa alkaa kinaamaan, vaikka aihetta välillä olisikin. Täytyy kuitenkin muistaa, että nöyryys tarkoittaa eri asiaa kuin nöyristely. Jos asiakas tekee jotain sellaista, joka vahingoittaa tai voisi vahingoittaa liiketoimintaa, niin silloin asia pitää tehdä asiakkaalle selväksi. Kaikki ei ole sallittua, vaikka asiakas rahan yritykseen tuokin. Asiakkaan täytyy ymmärtää, että liiketoiminnassa on velvoitteita ja vastuuta molemmilla osapuolilla, niin asiakkaalla kuin yrityksellä.

10. Kiirehtikää tai odottakaa!

Asiakas ei halua joutua odottamaan, hän haluaa, että häntä palvellaan niin nopeasti kuin vain mahdollista. Asiakas ei myöskään halua, että hänen ostopäätöstään kiirehditään. Hän haluaa miettiä rauhassa, mitä haluaa, jottei joutuisi katumaan päätöstään myöhemmin. Valitettavan usein kuitenkin on niin, että jos haluaa miettiä pitkään ja rauhassa, mitä haluaa, niin joutuu lopulta odottamaan asiakaspalvelijan paluuta. On tärkeää, että asiakas saa rauhassa miettiä ostopäätöstään asiakaspalvelijan häntä siinä hätistelemättä. Asiakas haluaa tuntea itsensä arvostetuksi, kunnioitetuksi, pidetyksi ja ymmärretyksi.

Asiakaspalvelijalla ei saa olla kiire, vaan hänellä täytyy olla aikaa auttaa asiakastaan.

Tässä olivat siis Hämmäläisen kymmenen kuolemansyntiä asiakaspalvelussa. Asiakkaiden osto- ja ostamattomuuspäätöksiin vaikuttavat monet pienet asiat. Nämä pienet asiat ovat kuitenkin helposti hallittavissa yleisellä järjenkäytöllä ja kohteliaisuudella. Asiakas on aina oikeassa, ja vaikei olisikaan, niin hänen täytyy antaa kuvitella olevansa. Torillan henkilökunnan kannattaa miettiä toiminnassaan, ettei millään tavalla sorru tämänlaisiin kuolemansynteihin, sillä ne on helppo estää ja korjata asiakasta miellyttäväksi toimintatavoiksi.

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan asiakkaan toiveiden ja odotusten täyttämistä. Jos asiakkaan toiveet ja odotukset täytetään, niin silloin asiakas on tyytyväinen ja iloinen. Jos taas palvelu tai tuote alittaa ne mielikuvat, mitä asiakkaalla kyseisestä asiasta on, niin silloin kyseessä on tyytymättömyys. Asiakkaiden tyytyväisyyttä mitataan asiakastyytyväisyyskyselyillä. Kannattaa kuitenkin muistaa, että asiakastyytyväisyys ei tarkoita samaa kuin asiakasuskollisuus. Asiakasuskollisuudella tarkoitetaan sitä, kuinka mielellään ja usein asiakas palaa samaan asiakaspalvelupaikkaan. (Kotler, Bowen & Makens 2006, 391, 396.) Asiakastyytyväisyys kasvaa sitä mukaan, mitä paremmin onnistutaan täyttämään jo aiemmin mainitut Kotlerin ym. (2006) kuulut sekä Hämmäläisen (1999) asiakaspalvelun kuolemansynnit.

4.1 Asiakkaiden odotusten muodostuminen

Kotlerin ym. (2006, 391–392) mukaan asiakkaiden odotukset palvelujen ja tuotteiden laadusta muodostuvat ostetuista tuotteista ja palveluista, tuttavien kokemuksista sekä kaikenlaisesta informaatiosta ja mielikuvista, joita yritykset tuotteistaan antavat. Yritysten tulee olla tarkkoja sen suhteen, minkälaisia mielikuvia markkinoille päästetään. Jos asiakkaiden muodostamat odotukset

ovat liian korkeita, niin silloin palvelukokonaisuus voi helposti tuottaa asiakkaalle pettymyksen, kun palvelu tai tuote hankitaan. Jos taas odotukset ovat liian matalalla, niin silloin asiakas ei välttämättä ole edes kiinnostunut koko tuotteesta tai palvelusta, koska tuntee, ettei voi kokea mitään mielenkiintoista ja hyvää, josta kannattaisi maksaa. Tärkeää on siis löytää oikeanlainen tasapaino.

4.2 Miten asiakastyytyväisyyttä mitataan

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen on mahdollista monilla erilaisilla asiakastyytyväisyyskyselyillä. Asiakastyytyväisyyskyselyillä saadaan tietoa asiakkaiden mielipiteistä, joiden avulla yrityksen toimintaa voidaan parantaa. Kyselyitä on monenlaisia ja niitä voidaan räätälöidä juuri oman yrityksen tarpeisiin sopivaksi oikeanlaisilla kysymyksillä ja kysymysmuodoilla.

Tyytyväinen asiakas tulee useasti uudestaan yritykseen, josta hän on saanut hyvää palvelua. Tyytymätön asiakas sen sijaan ei tule yritykseen, jossa on mielestään saanut huonoa palvelua ja kertoo tämän myös muille. (CreaCom.) Asiakastyytyväisyys ja asiakasuskollisuus vaikuttavat kaikkeen liiketoiminnassa. Varsinkin ravintola-alalla asiakkaiden tyytyväisyys on erittäin tärkeää, sillä asiakkaiden on helppo kertoa tyytyväisyydestään ja tyytymättömyydestään jaloillaan. Jos ravintola ja sen palvelut eivät miellytä, niin silloin ei asiakas myös kyseiseen ravintolaan enää mene, vaan valitsee jonkun toisen ravintolan, sillä tarjontaa alalla riittää todella paljon.

Tyytyväisyyskyselyitä kannattaa tehdä tasaisin väliajoin, ei kuitenkaan liian useasti jotta asiakkaat eivät kyllästy kyselyihin. Asiakkailta kannattaa kysyä, mihin asioihin yrityksessä he ovat tyytyväisiä ja mitä kannattaisi muuttaa. Jos mahdollista, niin menetetyiltä asiakkailta olisi hyvä kysyä, miksi he eivät enää käytä kyseisen yrityksen palveluja. Tärkeää on siis saada mahdollisimman paljon tietoa niin nykyisten kuin entistenkin asiakkaiden toiveista ja haluista jotta asiakkaita pystyttäisiin palvelemaan mahdollisimman hyvin. Kenties menetetyistä asiakkaista tulee potentiaalisia ja uusia tyytyväisiä asiakkaita. (Lahtinen & Isoviita 1999, 64–65.)

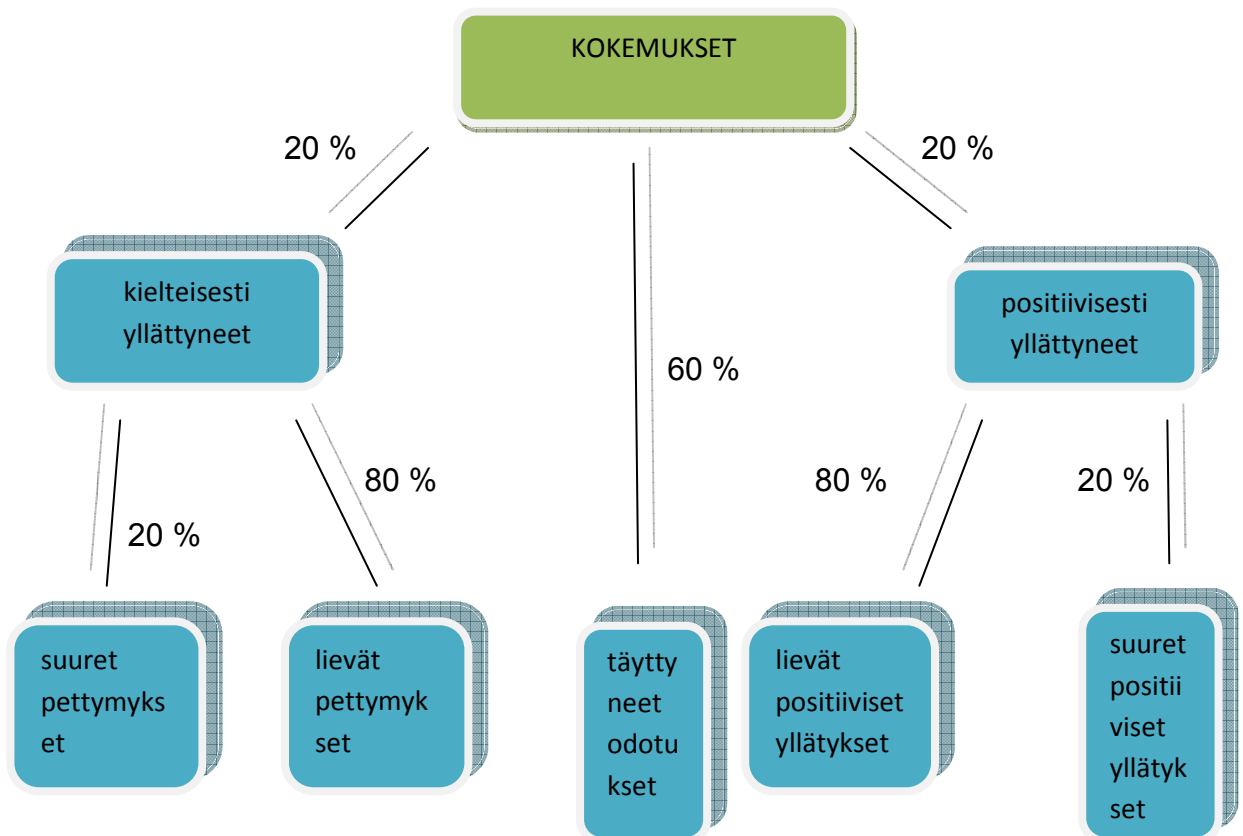
4.3 Asiakasuskollisuus

Siitä huolimatta, että asiakkaat ovat tyytyväisiä yrityksen toimintaan, he eivät aina välttämättä palaa uudelleen yritykseen. Kyse ei siis aina ole asiakasuskollisuudesta, vaan mahdollisesti syynä on jokin muu. Syitä yrityksen asiakkaaksi palaamattomuuteen on monia, yksi syistä on matkailu. Matkailijat voivat olla erittäin tyytyväisiä ravintolan palveluihin, mutta koska he ovat matkailijoita, niin ravintola ei kuulu heidän normaalin elintilansa ravintoloihin. Toinen syistä on myös matkailullinen. Matkaillessaan ihmiset haluavat kokea monenlaisia ravintoloita ja palveluja, ja tästä syystä monissa paikoissa käydään vain kerran. (Kotler 2006, 396.) Tällaista asiakasuskottomuutta kokee myös Torilla, koska hotellin ravintolana sen asiakaskunta on hyvin vaihtuvaa. TAK-rajatutkimuksen mukaan vuonna 2008 Etelä-Karjalassa yöpyneiden matkailijoiden määrä oli noin 298 000, joista venäläisiä matkailijoita oli 122 000. Iso osa Torillan asiakkaista on siis matkailijoita, jotka käyttävät joko kerran tai satunnaisesti ravintolan palveluita, huolimatta siitä, kuinka tyytyväisiä he ravintolan palveluihin ovat.

Asiakasuskollisuus ja asiakastyytyväisyys ovat erittäin tärkeitä osia yrityksen toiminnassa, sillä tyytyväiset asiakkaat ovat uskollisia yritykselle ja ostavat yrityksen tuotteita ja palveluita jatkossa, jos vain siihen on mahdollisuus. Tyytyväinen asiakas myös kertoo tyytyväisyydestään muille ihmisille, ja täten yrityksellä on mahdollisuus saada lisää tyytyväisiä ja uskollisia asiakkaita. (Lahtinen & Isoviita 1999, 64.)

4.4 Asiakastyytyväisyysasteet

Asiakastyytyväisyysasteet kertovat asiakkaan kokemasta palvelukokemuksesta, sen voimakkuudesta ja suhteesta odotuksiin. Asiakkaan mielipiteet muodostuvat kuvion 2 mukaan.



Kuvio 2 Asiakkaiden kokemusverkko (Rope & Pöllänen 1995, 40 – 43)

Kuviossa 2 käsitellään asiakkaiden kokemusverkkoa asiakastyytyväisyysasteista. Asiakkaista suurin osa kokee odotustensa täyttyneen (60 %) tai yllättyneensä positiivisesti (20 %). Viidesosa asiakkaista yllättyy negatiivisesti. (Rope & Pöllänen 1995, 40 – 43.)

Negatiivisesti yllättyneet, eli pettyneet reagoivat palveluunsa, tai sen puutteeseen kahdella eri tavalla. Suuresti pettyneet (20 %) reklamoivat ja hyvin harvoin tulevat enää koskaan kyseiseen yritykseen. He myös levittävät negatiivista sanaa yrityksestä. Jotta yritys saisi edes hieman paikattua huonoa palvelukokemusta, kannattaa asiakkaan reklamaatioon vastata kunnolla ja asiakasta miellyttävällä tavalla. Lievästi pettyneet asiakkaat (80 %) harvoin valittavat, mutta valitsevat seuraavalla kerralla mielellään eri yrityksen. Lievästi pettyneet eivät välttämättä huutele pettymyksestä ympäriinsä, mutta

kysyttäessä kertovat huonosta kokemuksestaan. (Rope & Pöllänen 1995, 40 – 43.)

Positiivisesti yllättyneistä suurin osa (80 %) on tyytyväisiä saamaansa palveluun, mutta ei kovinkaan mainosta saamaansa palvelua tai yritystä. Positiivisesti yllättyneistä 20 % yllättyy suuresti, jolloin he kehuvat yritystä ja käyvät yrityksessä usein. (Rope & Pöllänen 1995, 40 – 43.) Positiivisesti yllättyneistä tulee uskollisia yritykselle. Yritys saa asiakkaita, jotka käyvät usein yrityksessä ja kertovat saamastaan hyvästä palvelusta. Torillan tapauksessa tässä tutkimuksessa ei voi luottaa asiakasuskollisuuteen, siitä huolimatta että asiakkaat saivatkin positiivisia kokemuksia ravintolasta. Asiakassegmentti tässä tutkimuksessa on venäläiset, eli toisessa maassa asuville ei voi kovin suurta asiakasuskollisuutta odottaa.

5 SCANDIC PATRIA

Scandic Patria on Scandicin hotelli Lappeenrannassa. Vuonna 1963 perustettuun Pohjoismaiseen Scandic – ketjuun kuuluu 152 hotellia yhteensä kymmenessä maassa. Scandic osti vuonna 1998 suomalaisen hotelliketju Arctian ja tätä kautta Scandic rantautui Suomeen. (Scandic. 2009. a.)

Scandic Patria pyrkii palvelemaan asiakkaitaan aina parhaalla mahdollisella tavalla, ja tästä syystä se myös on pärjännyt hyvin Scandic-ketjun sisäisessä laatumittauksessa. Scadic Patrian sijainti, maine, palvelut ja joutsenmerkki ovat suurena plussana asiakkaiden valitessa hotellia. Patrialla on ollut joutsenmerkki keväästä 2008 ja täten se on yksi harvoista todella ympäristöystävällisistä hotelleista. (Scandic. 2009. b.)

5.1 Patrian historia

Patria on kuulunut Scandic-ketjuun vuodesta 1998 lähtien. Ennen Scandicia Patria on ollut muun muassa Arctican ja lukuisten yksityisten henkilöiden

omistuksessa. Vanha Patria, eli Patrian ensimmäinen rakennus rakennettiin 1840 – luvulla. Matilda Gustafsson omisti Patrian 1900-luvun alussa, ja silloin Patria sai nimekseen Patria. Yksityisistä pisimpään Patrian on omistanut Pesun suku. Majoitustoimintaa Patrian paikalla on ollut jo 1800-luvulta lähtien. Nykyinen Patria on valmistunut vuonna 1991 Vanhan Patrian tilalle. (Saarelainen 2008.)

Tämän hetkinen Patria koki uudistuksen syksyn 2008 ja kevään 2009 aikana. Remontti kattoi koko hotellirakennuksen. Myös ravintolapalveluita uudistettiin, ravintola Messikukon tilalle tuli ravintola Torilla, joka avattiin kevättalvella 2009.

5.2 Ravintola Torilla

Ravintola Torilla avasi ovensa helmikuussa 2009. Torilla toi uudenlaisen tyylin Patrian ravintolapalveluihin, sillä Messikukko oli ollut laivamainen meriaiheisen sisustuksensa takia, mutta Torilla tuo tietynlaista loungemaisuutta Patriaan. Loungemaisuuden takia uskoisin erilaiseen asiakaskunnan löytävän ravintolan. Asiakaspaiikkojen määrä pysyi suurin piirtein samana, paikkoja on yhteensä 110 Torillassa ja Torillan baarissa. Torillan ruokalista on Scandicin italialaistyylinen Litte Italy – menu (Scandic keittiö).

6 TUTKIMUS

Tutkimus tehtiin, jotta Scandic Patrian ravintola Torilla pystyisi palvelemaan venäläisiä asiakkaita entistä paremmin.

6.1 Tutkimusmenetelmän kuvaus

Tutkimuksen tyyppi on kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimus. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa pyritään laskemaan määriä ja niiden kautta saamaan selville tutkittavia asioita. Kvantitatiivinen tutkimus on kätevä silloin, kun tietoa tarvitaan isoilta ihmisryhmiltä, esimerkiksi kyselylomakkeiden avulla. Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus taas painottuu pienempiin

tutkimusmääriin, mutta tutkittavat asiat ovat syvempiä kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. (Tampereen Yliopisto.)

Omassa tutkimuksessani tavoitteena oli saada yhteensä noin sata vastausta venäläisiltä asiakkailta, jotta kyselyn tulokset olisivat mahdollisimman luotettavia.

6.2 Kyselylomakkeen laatiminen

Lomake on laadittu siten, että se toisi esille tärkeimmät ruokaan liittyvät kysymykset venäläisen asiakkaan näkökulmasta. Kysymykset koskevat enimmäkseen Torillan tämänhetkisen listan ruokia ja sitä, mitä venäläiset asiakkaat haluaisivat Torillan listalla tulevaisuudessa nähdä.

Lomakkeella on 15 kysymystä, suurin osa niistä on informatiivisia rasti ruutuun – kysymyksiä. Joukossa on myös muutama avoin kysymys, jotta tiettyjä asioita saataisiin paremmin tarkennettua. Kysymykset on käännetty venäjäksi, jotta kynnyks vastaukseen ei olisi liian korkea, vaan vastaaminen olisi helppoa ja vaivatonta. Kysymyslomake laadittiin suomeksi ja venäjäksi, ne sekä saatteet löytyvät liitteistä 1 - 6.

6.3 Tutkimuksen tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää, mitä mieltä venäläiset asiakkaat ovat tämän hetkisestä ruokalistasta ja ravintolan asiakaspalvelusta, sekä mitä he haluaisivat uudelta listalta. Tutkimuksen tulosten pohjalta ruokalistaa seuraavan kerran uusittaessa otetaan huomioon nämä toiveet, ja pyritään laittamaan listalle sellaisia ruokatuotteita, joista venäläiset asiakkaat pitäisivät. Muutenkin pyritään panostamaan venäläisten asiakkaiden oikeanlaiseen palveluun ja heidän palaamiseensa ravintolaan.

6.4 Kyselyn toteutus

Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeilla. Lomakkeita jaettiin hotellin vastaanotossa venäläisille matkailijoille sekä ravintolassa kaikille venäjää

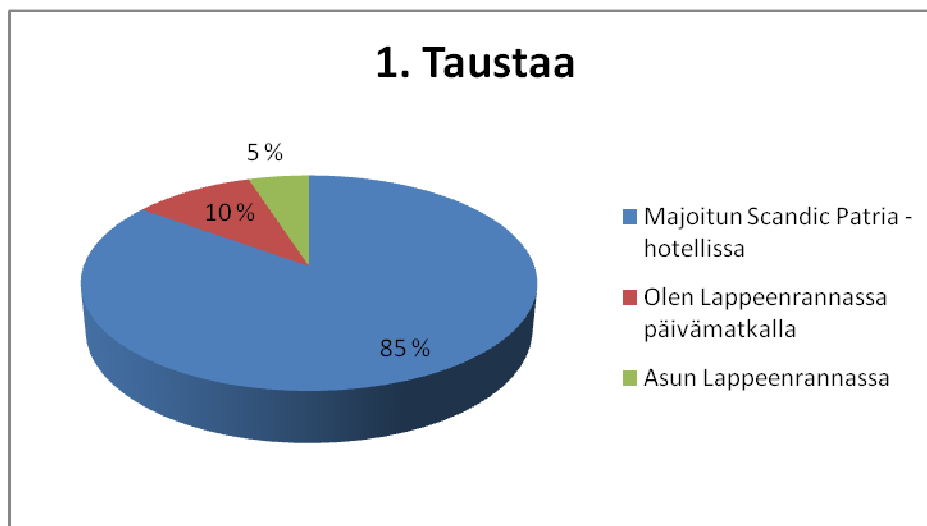
puhuville asiakkaille. Sama asiakas saattoi hyvinkin saada kyselylomakkeen hotellissa majoittumisen aikana useampaan kertaan, mutta tällä varmistettiin, ettei kukaan ainakaan jäänyt ilman. Lomakkeiden ”porkkana” oli kahvit koko seurueelle.

Kysely ei toteutunut aivan niin kuin oli toivottu. Lomakkeet olivat jaossa toukokuun alusta lokakuun puoliväliin ja tänä aikana vastauksia tuli 43 kappaletta. Tavoite vastauksien määrässä oli sata, joten lopullinen määrä oli pettymys, sillä se jäi alle puoleen toivotusta.

6.5 Kyselyn tulosten käsittely

Kyselylomakkeista palautui 43 kappaletta, eli 43 prosenttia toivotusta. Kirjasin vastaukset Webropol-työkalun avulla. Vastauksia oli helppo tutkia ja analysoida Webropolilla. Vastauslomakkeista 3 täytyi hylätä, sillä ne olivat vajaasti täytettyjä. Loput 40 lomaketta oli täytetty oikein. Koska vastauksia tuli näin vähän, on yleistettävyyteen suhtauduttava varovaisesti.

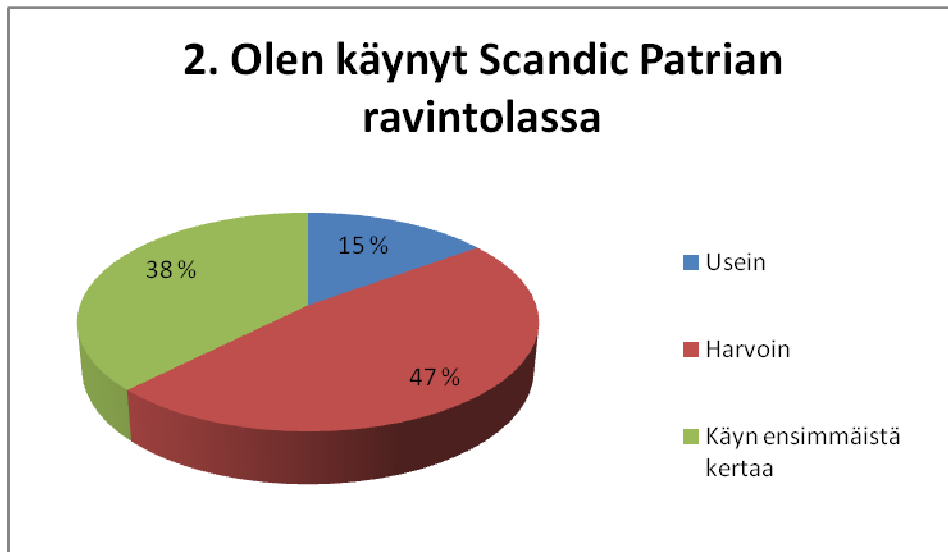
Kaksi ensimmäistä kysymystä koskivat asiakkaan taustatietoja.



Kuvio 3 Asiakkaan syy tulla ravintolaan

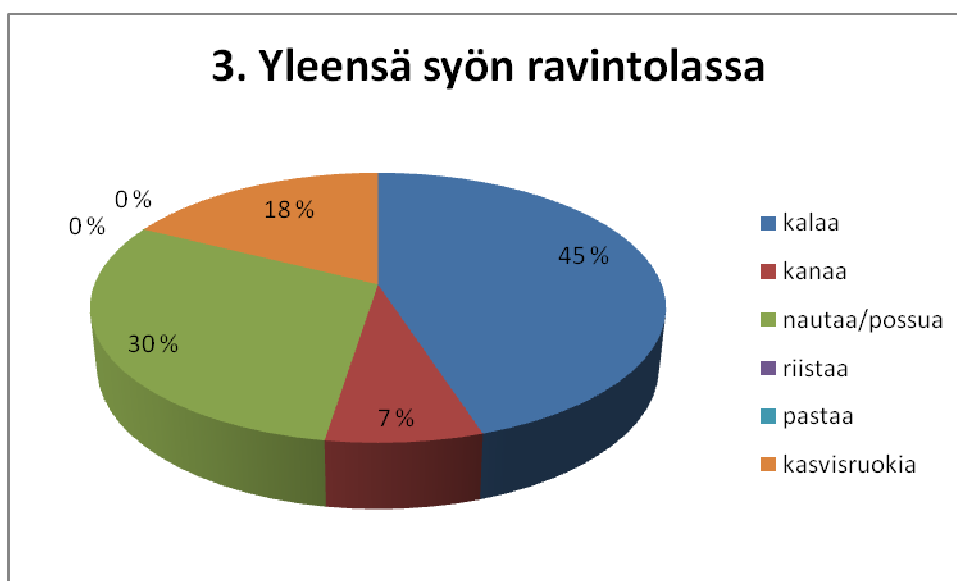
Kuviosta 3 voidaan todeta, että suurin osa (85 %) asiakkaista kävi ravintolassa hotellissa majoittumisensa aikana, aivan kuten voidaan olettaakin. Toiveena

olisi kuitenkin saada myös päivämatkalaisia ja Lappeenrannassa asuvia venäläisiä tulemaan ravintolaan.



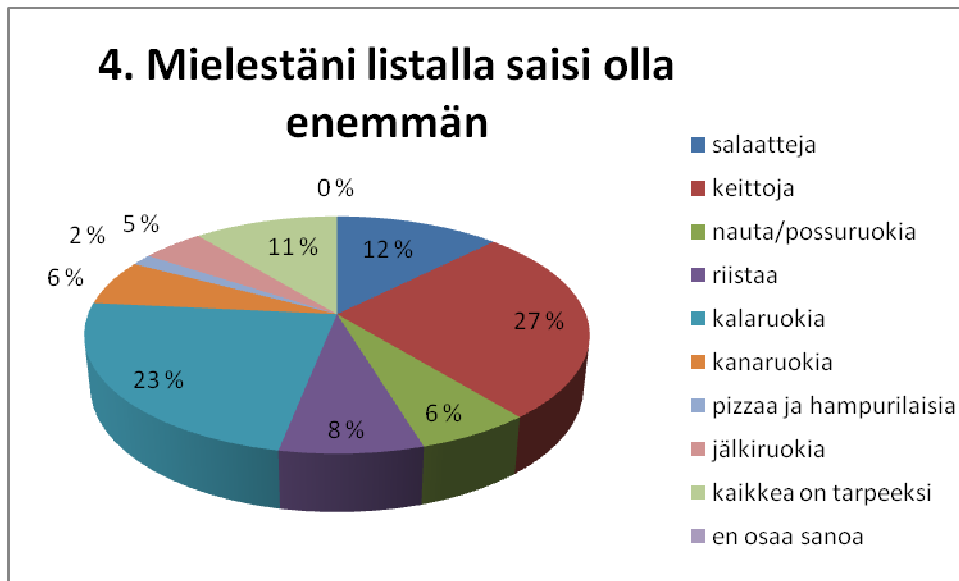
Kuvio 4 Asiakkaan käymistiheys Torillassa

Asiakkaiden asiointitiheyttä ravintolassa kysyttiin kuviossa 4. Lähes puolet vastanneista kävi ravintolassa harvoin. Tämä varmasti johtuu asiakassegmentistä, jolle kysely oli tarkoitettu, eli venäläisistä. Toisesta maasta tulevilta ei voida odottaa tietystä ravintolassa usein käymistä. Kuitenkin ne vastaajat, jotka asuvat Lappeenrannassa sanoivat käyvänsä usein Torillassa syömässä.



Kuvio 5 Useimmiten syöty ruoka ravintolassa

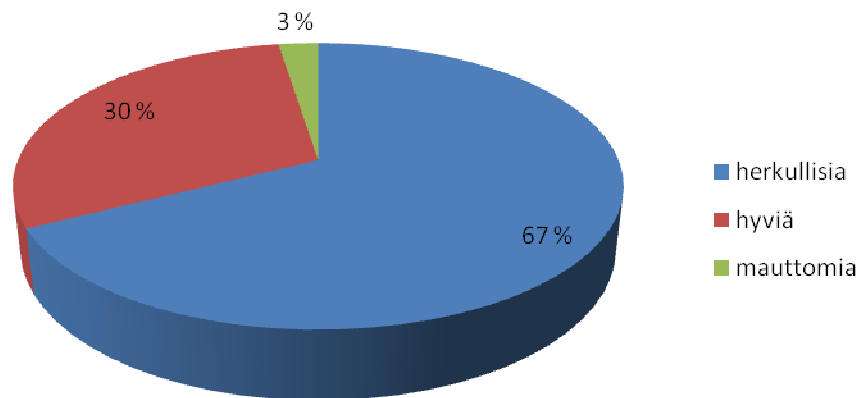
Suosikiksi ravintolaruoissa nousi vastaajien kesken kala, kuten kuviosta 5 huomaa. Tämä olikin oletettua, sillä venäläiset syövät Suomessa ollessaan paljon kalaa. Seuraavaksi suosituimpia ruokia olivat naudan- ja sianlihasta tehdyt ruoat sekä kasvisruoat. Tämä kysymys koski yleisesti ravintolassa syötyjä ruokia, ei ainoastaan Torillassa tai Messikukossa.



Kuvio 6 Listalle enemmän toivottuja ruokia

Kuviosta 6 eteenpäin kaikki kysymykset koskivat ravintola Torillaa ja sen ruokalistaa. Kuviossa 6 kysyttiin, minkälaisia ruokia listalla saisi olla enemmän. Eniten kannatusta saivat keitot ja kalaruoat. Riistaa toivottiin jonkin verran. Tämän hetkiselällä listalla oli poron paahtopaisti, mutta edellisellä listalla ei ollut mitään riistasta. Keittoja listalta löytyi tällä hetkellä kaksi, joten asiakkaiden toivomus oli enemmän kuin ymmärrettävä.

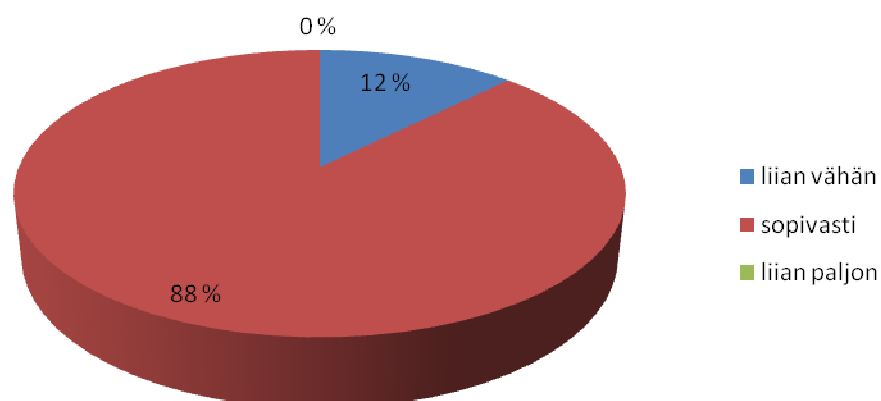
5. Ravintolan ruoat ovat mielestäni



Kuvio 7 Torillan ruokien maku

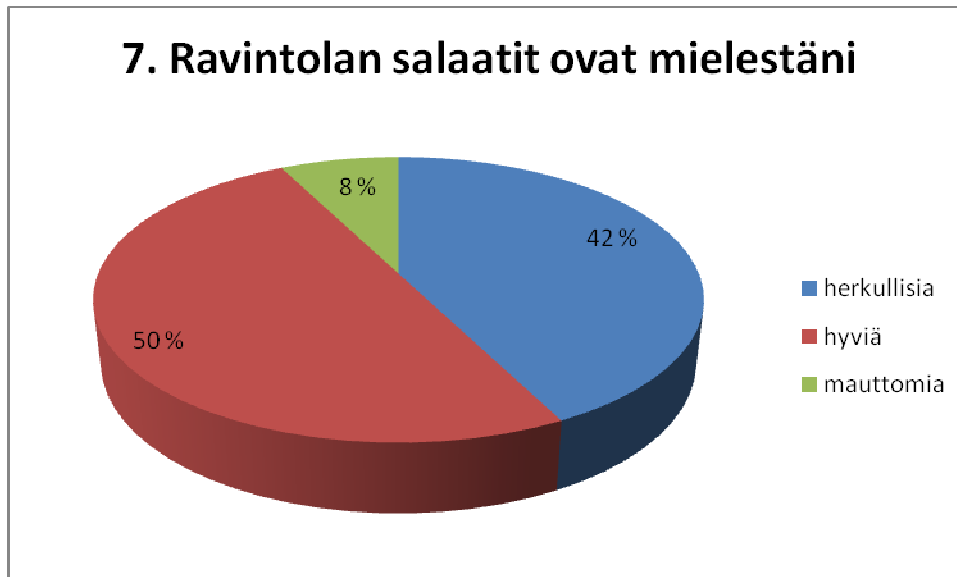
Kuvio 7 koskee Torillan ruokien makua ylipäätänsä. Kolme neljäsosaa vastaajista vastasi ruokien olevan herkullisia ja 30 prosenttia hyviä, mauttomia ruokien sanoi olevan vain yksi vastaaja. Se, että ruoat olivat suurimman osan mielestä herkullisia, on erittäin hyvä, jos asiakkaita yritetään saada tulemaan uudestaan ja useammin Torillaan.

6. Mielestäni listalla on alkuruokia



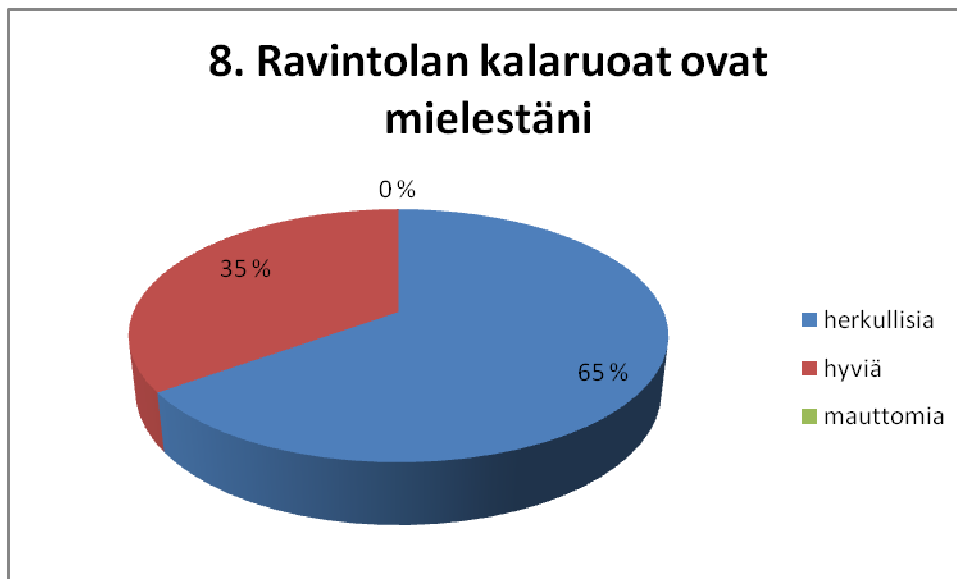
Kuvio 8 Torillan ruokalistan alkuruokien määrä

Alkuruokien määrää ruokalistalla sanottiin sopivaksi, kuten kuviosta 8 huomaa. Kuitenkin 12 prosenttia sanoi alkuruokia olevan liian vähän, ja tämä voi johtua hyvinkin siitä, että listalla alkuruokia on neljä, ja ne ovat erittäin samantyyllisiä, erilaisia antipasto-lautasia.



Kuvio 9 Torillan salaattien maku

Olen monesti kuullut venäläisten kritisoivan suomalaisia salaatteja niiden mauttomuuden takia. Kyselyn mukaan Torillan salaateista oli kuitenkin pidetty (kuvio 9). Vastaajista puolet oli sanonut salaattien olevan hyviä, ja 42 prosenttia erinomaisia. Torillan salaattit ovat suurimmaksi osaksi Caesar-salaatteja ja muita maustettuja salaatteja.



Kuvio 10 Torillan kalaruokien maku

Kalaruokia rakastavat venäläiset pitivät myös Torillan kaloista (kuvio 10). Reilusti yli puolet vastaajista sanoi kalaruokien olevan herkullisia, mauttomina niitä ei pitänyt kukaan. Kalaruokien laatu oli siis kohdallaan, mutta ehkä niiden lisääminen voisi olla kannattavaa.



Kuvio 11 Torillan jälkiruokien määrä

Kuvion 11 kysymys koski ruokalistan jälkiruokien määrään. Kahdeksankymmentä prosenttia vastaajista sanoi jälkiruokia olevan sopivasti ja 15 prosenttia liian vähän.



Kuvio 12 Torillan ruokien annoskojen sopivuus

Kuvion 12 kysymys koski ruokien annoskokoja. Miltei kaikkien vastaajien mielestä annoskoko oli hyvä, vain 8 prosenttia vastaajista sanoi annoksien olevan liian suuria. Oletuksenani kysymyksiä tehdessä oli, että useampi olisi sanonut annoksien olevan liian suuria, sillä venäläiset syövät useampia ruokalajeja ravintolassa ruokaillessaan kuin suomalaiset.

Kysymys 11 koski ruokia, joita asiakkaat haluaisivat pysyvän uudistetulla ruokalistalla. Hyväksi todettuja ruokia olivat kalat, tomaattikeitto, pihvit ja nimenomaan pihvit kotimaisesta lihasta. Caesar-salaatti ja lasten ruokailan spagetti lihapullilla olivat sekä toivottuja jäämään että lähtemään tulevalta ruokalistalta.

Tämän hetkisen listan inhokkiruokia kysyttiin kysymyksessä 12. Asiakkaiden toivottiin vastaavan, mitä ruokia he eivät enää haluaisi nähdä uudistetulla listalla.

Lastenlistan lihapullat mainittiin useampaan kertaan, ja hampurilaisista ei myöskään pidetty. Caesar-salaatista oli myös monenlaisia mielipiteitä.

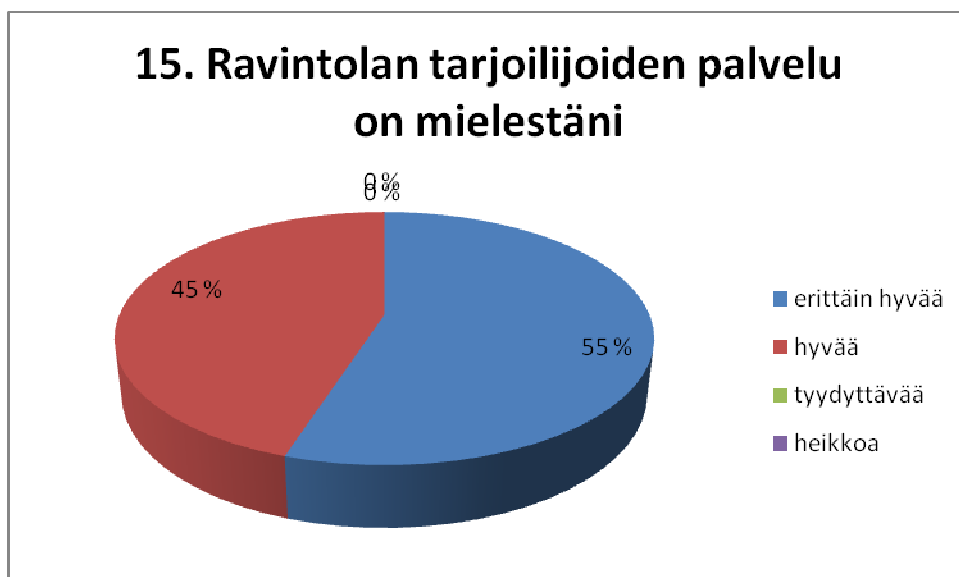
Kysymyksessä 13 kysyttiin ruokia, joita asiakkaat toivovat tulevaisuudessa näkevän ruokalistalla. Ehdottomaksi suosikiksi nousivat keitot. Ehdotettiin

kermaista lohikeittoa, kanakeittoa ja borsch-keittoa. Venäläiset pitävät tuorepuristetuista mehuista, joten niihin kannattaisi panostaa. Toivottiin myös kala-alkupaloja, suolakurkkuja, pizzoja, lammasta, kalaruokia, marinadissa olevaa keitettyä lihaa sekä juustokakkua.



Kuvio 13 Torilla henkilökunnan määrä

Kuviossa 13 kysyttiin ravintolan henkilökunnan määrää. Asiakkaista 97 prosenttia on sitä mieltä että, henkilökuntaa oli sopivasti. Ainoastaan 3 prosenttia sanoi, että henkilökuntaa on liian vähän. Tämäkin tietysti voi olla vain turhan vilkkaasta illasta koettu mielipide.



Kuvio 14 Torillan tarjoilijoiden palvelun laatu

Vastanneista 55 prosenttia piti tarjoilijoiden palvelua erittäin hyvänä ja 45 prosenttia hyvänä (kuvio 14), joten palvelun suhteen ei paljoa parannettavaa ole.

6.6 Johtopäätökset

Johtopäätökset on tehty kyselyiden pohjalta, mutta vastauksia ei voi yleistää, sillä vastauksien määrä on liian pieni yleistykseen. Johtopäätökset ovat siis suuntaa antavia.

Kaksi ensimmäistä kysymystä liittyivät asiakkaiden taustatietoihin, tämän hetkisestä motiivista ravintolassa käyntiin sekä ravintolassa käyntitiheydestä. Ensimmäinen kysymys koski motiivia, majoittuiko asiakas Patriassa, oliko päivämatkalla Lappeenrannassa vai asuiko Lappeenrannassa. Suurin osa (85 %) vastanneista majoittui hotellissa. Mielestäni tämä on erittäin järkeen käyvä vastaus, sillä segmentti, jolle kysely oli osoitettu, ovat venäläisiä, eli tulevat toisesta maasta. Toinen kysymys oli, olivatko asiakkaat käyneet ennen Patrian ravintolassa, entisessä Messikukossa tai nykyisessä Torillassa. Lähes puolet (47 %) sanoi käyvänsä harvoin, ja tämäkin selittyy kyselyn segmentoinnilla. Vastanneista 38 prosenttia oli ravintolassa ensimmäistä kertaa, ja 15 prosenttia kävi ravintolassa usein. Mainontaa voisi lisätä sekä hotellin sisällä että hotellin ulkopuolella, jotta asiakkaita saataisiin mahdollisimman paljon lisää. Eräs asiakas ehdotti lomakkeella korttiasiakkaille suunnattua mainontaa sähköpostiin erilaisista tarjouspäivistä ja – annoksista.

Kolmas kysymys koski ruokia, joita asiakkaat yleensä ravintolassa syövät, ravintolalla ei ollut väliä, joten kysymystä ei kohdistettu ainoastaan Torillaan. Vastanneista 45 prosenttia söi ravintolassa kalaa, tämä olikin hyvin oletettu vastaus jo teorian pohjalta, sillä venäläiset pitävät kalasta paljon. Venäjällä kala on hyvin kallista, ja Suomessa se taas on hyvin samoissa hinnoissa muiden ravintolaruokien kanssa. Omassa työssäni olen huomannut, että venäläiset tilaavat todella useasti kalaa, harvemmin löytyy venäläisiä seurueita, joissa ei

syötäisi kalaa. Seuraavaksi suosituimpia ruokia olivat naudan- ja porsaanlihasta tehdyt ruoat, eli erilaiset pihvit. Kasvisruokailijoita vastanneista löytyi 18 prosenttia. Kana sai jonkin verran ääniä, mutta riista- ja pastaruoat eivät yhtään. Niitä ei siis ravintolassa tule syötyä. Riistan kohdalla voi kyllä ongelmana olla sen vähäinen tarjonta ravintoloissa.

Kysymyksessä neljä haluttiin tietää mitä ruokia asiakas haluaisi ruokalistalla olevan enemmän. Eniten toiveita saivat keitot. Koska keittoja on tällä hetkellä ruokalistalla kaksi, niin niitä voisi lisätä. Venäläiset rakastavat kalaa, joten kermainen lohikeitto voisi olla hyvä lisä. Kermainen lohikeitto oli mainittu useampaan kertaan eräässä toisessa kysymyksessä. Siitä huolimatta, että Torillan ruokalista on italialaistyyppinen, niin lohikeittoa voisi harkita listalle, venäläiset ainakin pitäisivät. Keittojen lisäämistä kannattaisi harkita mahdollisimman nopeasti, sillä ainakin kyselyn mukaan, sillä saisi monta tyytyväistä asiakasta lisää. Seuraavaksi eniten toiveita saivat kalaruoat, tämä selittyi taas rakkaudesta kalaa kohtaan. Kalaruokia on tällä hetkellä kaksi, joten asiakkaat haluaisivat niitä lisää.

Viides kysymys koski yleisesti ruokien makua, olivatko ne herkullisia, hyviä vai mauttomia. Yli puolet vastaajista (67 %) sanoi ruokien olevan herkullisia ja kolmekymmentä prosenttia hyviä, joten ongelmaa ruokien maussa ei tällä hetkellä ainakaan tunnu olevan. Koska Venäjällä maustetaan ruokia huomattavasti vähemmän kuin Suomessa, niin tämä laittaa miettimään, että ovatko suomalaiset ruoat joskus jopa liian maustettuja venäläiseen makuun. Seuraava kysymys koski alkuruokien määrää ruokalistalla. Miltei kaikki asiakkaat sanoivat alkuruokia olevan listalla sopivasti, kuitenkin 12 prosenttia vastaajista sanoi niitä olevan liian vähän. Tämä voi hyvinkin johtua alkuruokien yksipuolisuudesta. Kaikki ovat suhteellisen samantyyllisiä antipasto-lautasia. Alkuruokiin voidaan kuitenkin laskea myös keitot, jolloin määrä lisääntyy jonkin verran ja monipuolistuu.

Seitsemäs kysymys koski salaattien makua. Venäläiset olivat usein kritisoineet suomalaisia salaatteja, sillä niissä ei ollut makua tarpeeksi heidän mielestään. Kritisointia olen lukenut kirjoista, kuullut venäläisiltä opiskelutovereilta sekä asiakkailta. Kuitenkin vastaajista puolet sanoi salaattien olevan hyviä, ja 42

prosenttia erinomaisia. Tämä siis kiistää mauttomuus-väitteen ainakin Torillan salaattien osalta. Torillan salaattit ovat suurimmaksi osaksi Caesar ja muita maustettuja salaatteja. Makua ei siis puutu, vaan sitä ja luonnetta riittää salaateissa. Vihreä salaatti ilman kastiketta, tai mauttomalla kastikkeella ei innosta venäläistä.

Kysymyksessä kahdeksan kysyttiin kalaruokien makua. Vastaajista 65 prosenttia sanoi ruokia herkullisiksi ja 35 prosenttia hyväiksi. Lukemat ovat todella hyvät, mutta kun mietitään, että kalaruokia on ruokalistalla vain kaksi, niin ehkä määrää voisi lisätä. Tuskin kukaan kuitenkaan jaksaa moneen kertaan samaa ruokaa syödä, vaikka pitäisi kalasta kuinka paljon hyvänsä. Seuraava kysymys koski ravintolan jälkiruokien määrää. Kahdeksankymmentä prosenttia sanoi niitä olevan sopivasti, 15 prosenttia liian vähän ja 5 prosenttia liikaa. Jälkiruokia on listalla tällä hetkellä neljä ja lisänä jäätelöt. Moneen makuun siis jälkiruokia löytyy, joten niiden suhteen tuskin tarvitsee muutoksia tehdä. Kymmenes kysymys liittyi ruokien annoskokoon. Yhdeksänkymmentä prosenttia sanoi annoksien olevan sopivan kokoisia, 8 prosenttia liian isoja ja 2 prosenttia liian pieniä. Teorian pohjalta oletin että useampi olisi sanonut olevan annoksien liian suuria, sillä venäläiset syövät monia ruokia aina ravintolassa käydessään, ja tämän takia annoksen ei tarvitsisi täyttää niin paljon. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon myös se, että venäläisestä on kohteliaampaa jättää ruokaa lautaselle, kuin syödä lautanen tyhjäksi.

Kysymykset 11–13 olivat avoimia kysymyksiä. Yhdestoista kysymys liittyi tämän hetkisen ruokalistan ruokiin, jotka asiakkaat haluaisivat välttämättä pitää tulevalla listalla. Hyväksi havaittuja ruokia olivat kalaruoat, tomaattikeitto ja erityisesti kotimaisesta naudanlihasta tehdyt pihvit. Seuraava kysymys koski ruokia, joita asiakkaat eivät halua nähdä tulevalla listalla. Tässä vastauksina olivat muun muassa Caesar-salaatti ja lastenlistan lihapullat spagetilla. Nämä ruoat olivat mainittuina sekä inhotuissa että toivotuissa ruoissa. Hampurilaiset eivät myöskään olleet kovin suosittuja. Caesar-salaattia en suosittelisi pois heittämään, enkä myöskään lihapullia. Mielestäni lihapullat sopivat lasten ruokalistalle erittäin hyvin. Hampurilaisten kohdalla taas kannattaa miettiä niiden menekkiä, onko se hyvä vai huono.

Kysymys 13 on periaatteessa koko kyselyn tärkein kysymys. Kysymyksessä kysyttiin niitä ruokia, joita asiakas haluaisi tulevaisuudessa ruokalistalla nähdä. Ehdottomaksi suosikiksi nousivat keitot. Ehdotuksissa oli kermaista lohikeittoa, borsch-keittoa ja kanakeittoa. Tämän hetkisen listan keitot ovat tomaattikeitto ja herkkutattikeitto, jos ruokalistan haluttaisiin olevan enemmän venäläisiä miellyttävä, niin kermainen lohikeitto kannattaisi ehdottomasti lisätä listalle. Tuorepuristettujen mehujen puutetta harmiteltiin myös, jos vain ravintolassa on innostusta ja aikaa mehupuristimelle, niin sellainen olisi hyvä hankinta. Alkuruokiin toivottiin lisättävän kalaisia alkupaloja ja vahvasti suolattuja kurkkuja. Koska Torilla on italialaistyylinen, niin pizzojen puutetta ihmeteltiin. Onhan pizza kuitenkin erittäin tärkeässä asemassa italialaisessa kulttuurissa. Kala- ja liharuokia toivottiin lisää. Tämän hetkiset kalat ovat sitrus-chilipaahdettu lohi sekä paistettu siika. Kalojen määrää voisi lisätä ottamalla sinne edes yhden kalaruoan lisää, ja se voisi olla jo aiemmin mainittu lohikeitto. Lammas oli yhtenä toivomuksena liharuoissa ja juustokakku jälkiruoissa. Jälkiruokia tällä hetkellä on kuitenkin mielestäni tarpeeksi, joten jos juustokakun jossain vaiheessa listalle ottaa, niin joku toinen kannattaa ottaa pois.

Viimeiset kaksi kysymystä koskivat ravintolan henkilökunnan määrää ja tarjoilijoiden palvelua. Lähes kaikki (97 %) sanoivat henkilökuntaa olevan tarpeeksi, joten henkilökunnan määrää ei tällä hetkellä kannata muuttaa. Vain kolme prosenttia sanoi henkilökuntaa olevan liian vähän. Mielestäni oli mielenkiintoista laittaa lomakkeeseen juuri tämä kysymys, sillä nykyään kaikesta yritetään säästää, varsinkin työtunneista. Hyvä kuitenkin, että tämä ei ollut vaikuttanut huonosti asiakkaiden mielipiteeseen henkilökunnan määrässä. Tarjoilijoiden palvelun laatu oli kaikkien vastaajien mielestä joko hyvää (45 %) tai erittäin hyvää (55 %). Tähän vastaukseen kannattaa olla tyytyväinen ja jatkaa samaan malliin ettei taso pääse laskemaan. Olen tyytyväinen siihen, että vaikka venäläiset ovat kotimaassaan tottuneet erilaiseen palveluun, niin siitä huolimatta suomalainen palvelu kelpaa heille, ja asiakkaat pitivät sitä hyvänä.

Kyselyssä tuli ilmi, vaikka sitä ei kysyttykään, niin venäjänkielisen ruokalistan puuttuminen haittaa asiakkaita todella paljon. Venäjänkielisen ruokalistan

puuttumisen ongelma korostuu entisestään, koska ravintolassa ei ole venäjää osaavaa henkilökuntaa. Myös venäjää osaavan henkilökunnan puutos haittaa varmasti asiakkaita, vaikka siitä en muistanut kysymystä tehdä. Vastauksissa kommentoitiin myös ravintolan italialaisuutta, asiakas haluaisi ravintolaan lisää italialaisuutta, muutenkin kuin vain ruoan muodossa.

7 POHDINTA

Koin opinnäytetyön tekemisen opettavaisena ja mielenkiintoisena kokemuksena. Halusin aiheen, joka on hyödyllinen sekä yhteistyöyritykselle että itselleni. Torilla saa vinkkejä ruokalistan muutoksiin ja minä vinkkejä omaan työhöni venäläisiä asiakkaita palvellessa.

Työn tekemisessä oli jonkin verran ongelmia, enemmän kuin mitä aluksi osasin olettaa. Kyselylomakkeet olivat jaossa lähes puoli vuotta, ja silti vastauksia tuli vain hieman yli neljäkymmentä. Asiakkaat eivät siis olleet innostuneita vastaamaan kysymyksiin. Muutamat opettajat koulussa varoittelivat minua jo opinnäytetyön suunnittelun aikana tästä ongelmasta, mutta en uskonut ongelman olevan niin paha. Ongelmasta meinasi kuitenkin tulla sen verran suuri, että jouduin tekemään kesken kyselyn uuden innostavamman saatteen kyselyyn. Vastauksia kuitenkin tuli lopulta sen verran, että pystyin suorittamaan kyselyn kunnialla loppuun.

Teoriaosuutta oli mielestäni mukava kirjoittaa, aineistoa löytyi, kun sitä tarpeeksi pitkään ja monesta paikasta etsi. Venäläisyys oli mielenkiintoisin aihealue. Tunsin suurinta mielenkiintoa venäläisyyttä kohtaan, sillä haluan oppia ymmärtämään venäläistä jo oman työni takia. Venäläinen asiakas eroaa monella tavalla suomalaisesta asiakkaasta.

Kysymyksien keksiminen ja valinta oli hankalaa, ja lopulta kysymyksistä jäi puuttumaan kaksi erittäin tärkeää kysymystä: haittaako asiakkaita venäjänkielisen ruokalistan ja palvelun puuttuminen? Muissa tutkimuksissa on jo saatu selville, että venäjänkielisen palvelun puuttuminen haittaa asiakkaita, ja venäjänkielisten ruokalistojen puuttumisesta mainittiin muutamassa kyselylomakkeessa. Selvää siis on, että ainakin venäjänkieliseen ruokalistaan tulisi panostaa, jotta englantia osaamattomat venäläiset pärjäisivät edes hiukan paremmin Torillassa, samalla helpottuisi myös henkilökunnan työ.

Mielestäni kysely, ja koko opinnäytetyö olivat onnistuneita niistä saaman hyödyn vuoksi. Sain lisää tietoa venäläisten asiakkaiden toiveista ja mielipiteistä ravintolapalveluita kohtaan. Jo ennestään tiesin oman työni pohjalta, että venäläiset rakastavat kalaa ja pitävät myös keitoista. Kalojen ja keittojen lisäys ruokalistalla toisi ravintolalle arvostusta venäläisten silmissä huomattavan paljon.

KUVIOT

Kuvio 1	Hyvän palvelun laadun osatekijät
Kuvio 2	Asiakkaan kokemusverkko
Kuvio 3	Asiakkaan syy tulla ravintolaan
Kuvio 4	Asiakkaan käymistiheys Torillassa
Kuvio 5	Useimmiten syöty ruoka ravintolassa
Kuvio 6	Ruokia, joita listalla saisi olla enemmän
Kuvio 7	Torillan ruokien maku
Kuvio 8	Torillan ruokalistan alkuruokien määrä
Kuvio 9	Torillan salaattien maku
Kuvio 10	Torillan kalaruokien maku
Kuvio 11	Torillan jälkiruokien määrä
Kuvio 12	Torillan ruokein annoskokojen sopivuus
Kuvio 13	Torillan henkilökunnan määrä
Kuvio 14	Torillan tarjoilijoiden palvelun laatu

LÄHTEET

CreaCom

<http://www.creacom.fi/4> (Luettu 5.3.09)

Datsha.com. 1993 – 2009. Suomalais-venäläinen verkkolehti

<http://www.datsha.com/ruokanurkka/index.shtml> (Luettu 1.4.09)

Hämäläinen, J. 1999. Luonnollinen palvelu. 2. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kantanen, A. & Väistö, R. 1994. Palvelu puhuttaa. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kemppainen, K. & Pitkänen, A. 2001. Palveluiden kehittämisen vaikutus päiväkävijöiden tyytyväisyyteen, case: Imatran Kylpylä Oy. Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulu. Markkinointiviestinnän koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Kotler, P. Bowen, J T. & Makens, J C. 2006. Marketing for Hospitality and Tourism. 4. painos. New Jersey: Pearson Education.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1999. Asiakaspalvelu ja markkinointi. 2. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Lindroos, J-E. & Lohivesi, H. 2006. Onnistu straregiassa. 2. painos. Helsinki: WSOYpro.

Matkailun seurantakatsaus 2008. Etelä-Karjalan Matkailu Oy. Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy.

Moped – monikulttuurisen opetuksen virtuaalikoulun julkaisukanava
<http://www.tkukoulu.fi/~moped/kulttuurit/venaja2.html> (Luettu 8.10.09)

Pavlovskaya, A. 2007. Culture Shock Russia. New York. Marshall Cavendish Corporation.

Pirkka – Ruokaa maailmalta

<http://www.pirkka.com/ruoka/ruokaamaailmalta?nid=2492> (Luettu 1.4.09)

Ranta, K. 2008. Imatran Kylpylän kyky palvella venäläisiä asiakkaita. Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulu. Kansainvälinen kauppa International Business. Opinnäytetyö.

Rovaniemen ammatillinen aikuiskoulutuskeskus. 2004. Zakuska-Projekti: Venäläisen matkailijan asiakaspalveluopas
<http://www.rakk.fi/files/20050221125641.pdf> (Luettu 26.2.09)

Rope, T. & Pöllänen, J. 1995. Asiaskastyytyväisyysjohtaminen. 2. painos. Juva: Weiling + Göös.

Scandic. 2009. a.
<http://www.scandichotels.fi/Meista/Tietoa-yrityksesta/> (Luettu 18.1.09)

Scandic. 2009. b.
<http://www.scandichotels.fi/Meista/Lehdisto-ja-media/Lehdistotiedotteet/Scandic-Patrian-asiakastyytyvaisyys-huippuluokkaa/>
(Luettu 26.9.09)

Scandic keittiö - Scandic Patria.
http://www.scandickeittio.fi/unit.php?unit=14&page=menu&theme=little_italy
(Luettu 3.11.09)

Saarelainen, T. 2008. Patrian historia.

Suomussalmen lukio. Millaisia ovat venäläiset
<http://www.suomussalmenlukio.fi/kesseli/kesseliweb/venaja/millaisia/index.html>
(Luettu 28.3.09)

TAK-rajatutkimus 2008. Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy.

Tampeen Yliopisto. Viestintätieteellinen tutkimus.
<http://www.uta.fi/viesverk/viesttiet/kaytannot/valinnat/maara.html> (luettu 29.9.09)

Tarkki, A. 2008. Henkilökunnan suhtautuminen venäläisiin asiakkaisiin hotelli- ja ravintola-alalla, case: Etelä-Karjalan Osuuskauppa. Etelä-Karjalan ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma. Opinnäytetyö.

Hyvä asiakas! Aiomme kehittää ruokalistaa. Haluaisimme saada Teidän mielipiteenne siitä, mitä mieltä olette nykyisestä listasta ja miten sitä tulisi kehittää entistä paremmaksi. Kaikille vastaajille tarjotaan ruokailun yhteydessä kiitokseksi kahvi ja suklaakonvehti.

Kysymyksiin vastataan valitsemalla yksi kohta, ellei muuta mainita

- Majoitun Scandic Patria -hotellissa
- Olen Lappeenrannassa päivämatkalla
- Asun Lappeenrannassa

Olen käynyt Scandic Patrian ravintolassa (Messikukossa tai Torillassa)

- usein
- harvoin
- olen ensimmäistä kertaa

Yleensä syön ravintolassa

- kalaa
- kanaa
- nautaa/possua
- riistaa
- pastaa
- kasvisruokia

Tästä eteenpäin kysymykset koskevat Patrian ravintola Torillan ruokia ja palvelua

Mielestäni listalla saisi olla enemmän (voi vastata useampaan kuin yhteen vaihtoehtoon)

- salaatteja
- keittoja
- nauta/possuruokia
- riistaa
- kalaruokia
- kanaruokia
- pizzaa ja hampurilaisia

- jälkiruokia
- kaikkea on tarpeeksi
- en osaa sanoa

Ravintolan ruoat ovat mielestäni

- herkullisia
- hyviä
- mauttomia

Mielestäni listalla on alkuruokia

- liian vähän
- sopivasti
- liian paljon

Ravintolan salaattit ovat mielestäni

- herkullisia
- hyviä
- mauttomia

Ravintolan kalaruoat ovat mielestäni

- herkullisia
- hyviä
- mauttomia

Mielestäni ravintolassa on jälkiruokia

- liian vähän
- sopivasti
- liikaa

Ruokien annoskoot ovat mielestäni

- liian pieniä
- sopivia
- liian isoja

Minkä ruoan haluaisitte ehdottomasti säilyttää tulevalla ruokalistalla? mainitse yksi

Minkä ruoan haluaisitte ehdottomasti jäädän pois tulevalta listalta? mainitse yksi

Mainitse yksi ruoka, jonka haluaisitte tulevan uudelle listalle.

Mielestäni ravintolassa on henkilökuntaa

- liian paljon
- sopivasti
- liian vähän

Ravintolan tarjoilijoiden palvelu on mielestäni

- erittäin hyvää
- hyvää
- tyydyttävää
- heikkoa

Kiitos vastauksestanne!

Уважаемый клиент! Мы стремимся постоянно обновлять наше меню. Просим Вас высказать свое мнение относительно текущего меню, а также Ваши предложения по его улучшению. В знак благодарности каждому респонденту предлагается кофе и шоколадная конфета.

Для ответа на вопрос отметьте крестиком соответствующий вариант, если не указано иначе.

Я разместился в отеле Scandic Patria

Нахожусь в Лаппеенранте в дневной поездке

Живу в Лаппеенранте

Я посещаю рестораны Scandic Patria (Messikukko или Torilla)

- часто
- редко
- здесь впервые

Обычно в ресторане я ем

- рыбу
- курицу
- говядину\свинину
- дичь
- лапшу
- овощные блюда

Следующие вопросы касаются блюд и обслуживания в ресторане Torilla

По моему мнению, в меню могло быть больше (можно указать несколько вариантов)

- салатов
- супов
- блюд из дичи
- блюд из рыбы
- блюд из курицы
- пицц и гамбургеров
- десертов
- всего достаточно
- затрудняюсь ответить

По моему мнению, еда в ресторане

- вкусная
- хорошая
- безвкусная

По моему мнению, закусок в меню

- слишком мало
- нормальное количество
- слишком много

По моему мнению, салаты в ресторане

- вкусные
- хорошие
- безвкусные

По моему мнению, рыбные блюда

вкусные

хорошие

безвкусные

По моему мнению, десертов в ресторане

слишком мало

нормальное количество

слишком много

По моему мнению, порции по размеру

слишком маленькие

нормальные

слишком большие

Какое из блюд текущего меню следует обязательно сохранить в новом меню?
(Указать одно блюдо)

Какое из блюд текущего меню следует обязательно исключить из нового меню?
(Указать одно блюдо)

Укажите блюдо\ которое желательно включить в новое меню

4(4)

- По моему мнению, персонала в ресторане
- слишком много
 - нормальное количество
 - слишком мало

- По моему мнению, культура обслуживания у официантов ресторана
- высокая
 - хорошая
 - удовлетворительная
 - слабая

Благодарим Вас за ответ!

Arvoisa asiakas!

Haluamme kehittää ravintolamme palvelua, ja siksi toivomme että osallistuisitte kyselyymme. Voitte osallistua kyselyyn jos ruokailette hotellimme ravintola Torillassa. Kyselyyn vastaaminen vie muutaman minuutin. Kaikki kyselyyn vastanneet palkitaan ruokailun yhteydessä kahvilla ja suklaalla.

LIITE 4
1(1)

Уважаемый клиент!

Мы стремимся постоянно повышать уровень обслуживания в нашем новом ресторане Torilla, и поэтому Вас принять в опросе.

Вы можете ответить на вопросы во время приема пищи в ресторане Torilla. Ответы отнимут у Вас всего несколько минут+++ Все участинки опроса вознаграждаются при обслуживании кофе и шоколадом

Scandic Patria

Томи Саарелинен директор
Генеральный

Arvoisa asiakas!

Opiskelen Saimaan ammattikorkeakoulussa hotelli- ja ravintola-alaa. Teen opinnäytetyötä venäläisten asiakkaiden toiveista ja odotuksista Scandic Patrian ravintolapalveluita kohtaan.

Vastausten perusteella ravintola pyrkii uudistamaan ruokalistaa ja palvelemaan Teitä entistä paremmin. Lomakkeen täyttäminen kestää muutaman minuutin ja kysely on anonyymi.

Olisin erittäin kiitollinen, jos vastaisitte kyselyyn. Kiitos jo etukäteen.

Ystävällisin terveisin,

Päivi Leppänen

paivi.leppanen@student.saimia.fi

Уважаемый клиент!

Я учусь в Сайменском Университете Прикладных Наук, планируемое окончание учебы весной 2009 года. В настоящий момент я пишу мою дипломную работу, в связи с этим я провожу опрос клиентов Scandic Patrias Torilla ресторана относительно предоставляемых услуг и уровня сервиса.

Основываясь на результатах ответов опрашиваемых клиентов, менеджмент ресторана может улучшить свою работу, чтобы лучше соответствовать Вашим ожиданиям. Заполнение анкеты занимает всего несколько минут и этот опрос является анонимным.

Я была бы очень признательна, если бы Вы заполнили анкету. Заранее благодарю.

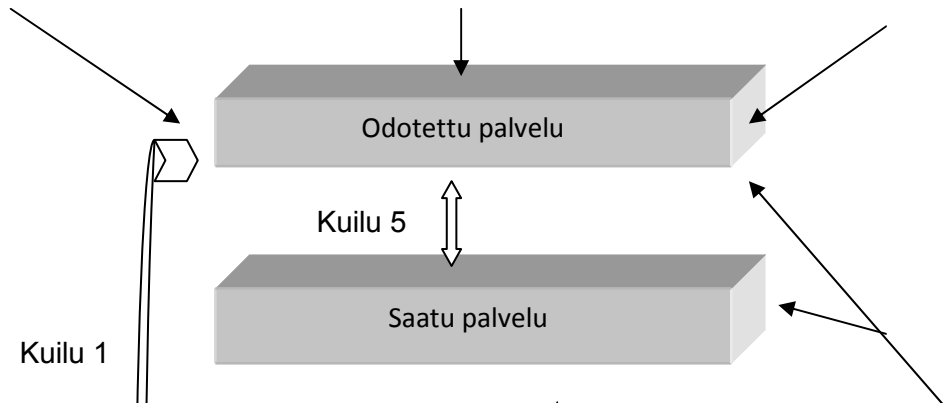
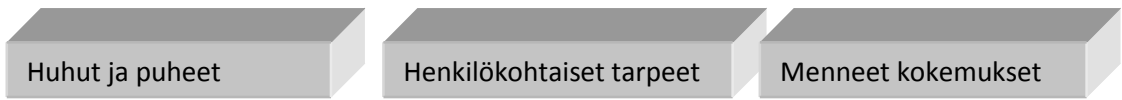
С уважением,

Пяйви Леппанен

paivi.leppanen@student.saimia.fi

Palvelun laadun kuilumalli

Kuluttaja



Markkinoija

