

KISAPUISTON RUOKAPALVELUN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala			
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma			
Työn tekijä(t) Laura Lappi			
Työn nimi Kisapuiston Ruokapalvelun asiakastyytyväisyys			
Päiväys	13.5.2015	Sivumäärä/Liitteet	44/1
Ohjaaja(t) Ullamaija Karhu			
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Tarja ja Markku Mikkonen / Kisapuiston Ruokapalvelu			
Tiivistelmä			
<p>Tämä opinnäytetyö toteutettiin Kisapuiston Ruokapalvelulle yrittäjän toiveesta kesällä 2014. Nykypäivänä kilpailu on kovaa toimialaan katsomatta, joten asiakastyytyväisyyteen kiinnitetään entistä enemmän huomiota. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, kuinka tyytyväisiä ruokapalvelun asiakkaat ovat yritykseen ja onko asiakkailla tarvetta lisäpalveluille sekä muita heidän toiveitaan yritystä koskien. Yritys haluaa kehittää toimintaansa, ja parhaiten se onnistuu asiakkaita haastatteleamalla. Yrityksessä on jo ennen asiakastyytyväisyyskyselyn tekemistä mietitty ideoita asiakastyytyväisyyden parantamiseksi.</p> <p>Työ toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena asiakkaita haastatteleamalla. Haastattelut perustuivat asiakkaitten vapaaehtoisuuteen osallistua kyselyyn. Asiakkailta oli myös mahdollisuus täyttää kyselylomake itsenäisesti. Näin ollen pystyttiin selvittämään se, onko haastattelijalla merkitystä asiakkaan vastauksiin ja sitä kautta kyselyn tuloksiin. Kuitenkaan tässä opinnäytetyössä ei haastattelijalla ollut merkitystä tuloksiin. Vastauksia saatiin 94 asiakkaalta.</p> <p>Kyselyn tulokset olivat positiivisia ja asiakastyytyväisyyttä tukevia. Asiakkaat olivat tyytyväisiä yrityksen tuottamaan ruokapalveluun sekä heitä palveleeseen henkilökuntaan. Asiakkaitten suosikkiruokia olivat kalaruuat, lihapullat muusilla ja karjalanpaisti. Kehitysideoita asiakkailta saatiin vähän, ja ne on suhteellisen helppo toteuttaa ilman, että kustannukset nousevat. Asiakkailta ei myöskään ollut juurikaan tarvetta lisäpalveluille, sillä useimmat asiakkaat tulevat toimeen itsenäisesti tai saavat tarvitsemiaan palveluja muilta tahoilta.</p>			
Avainsanat asiakastyytyväisyys, asiakastyytyväisyyskysely, asiakastyytyväisyys tutkimus, tutkimusmenetelmä			

Field of Study Social Sciences, Business and Administration			
Degree Programme Degree Programme in Business and Administration			
Author(s) Laura Lappi			
Title of Thesis Customer satisfaction in Kisapuiston Ruokapalvelu			
Date	13.5.2015	Pages/Appendices	44/1
Supervisor(s) Ullamaija Karhu			
Client Organisation /Partners Tarja ja Markku Mikkonen / Kisapuiston Ruokapalvelu			
<p>Abstract</p> <p>The thesis work was commission by the entrepreneur of Kisapuiston Ruokapalvelu in summer 2014. Competition is hard today for all lines of business, therefore customer satisfaction gets a lot of attention. This survey ´s goal was to find out, how satisfied foodservice customers are with the company and if the customers have more needs for service and other wishes for the company. The company wants to develop its operations and the best way do it is to interview customers. The comapany has been thinking ideas to develop the service before the customer satisfaction survey.</p> <p>The was work conducted as a quantitative research customer interview. Interviews were done with volunteered customers. Customers could also answer the survey independently. This way it could be seen if the interviewer influened on customer ´s answers and survey results. The results showed no influence.</p> <p>The survey results were positive and supported customer satisfaction. Customers were happy with the company ´s foodservice and the service of the personnel. Customer ´s favourite foods were fish dishes, meatballs and and mashed potatoes and Karelian hot pot. Only few development ideas were gotten that are easy to make without extra cost. Customers do not also need extra services, because many customers get along or get service that their need from other companies.</p>			
<p>Keywords customer satisfaction, customer satisfaction survey, survey method</p>			

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
2	KISAPUISTON RUOKAPALVELU	8
3	RUOKAPALVELUJEN TUOTTAMINEN	9
3.1	Vanhusten ruokapalvelujen tuottaminen	9
3.2	Mitä osaamista ruokapalveluala vaatii?	10
3.3	Ravitsemussuositukset kohderyhmänä vanhukset	13
4	TUTKIMUSPROSESSIN KUVAUS	17
4.1	Tutkimusmenetelmän kuvaus	17
4.2	Tutkimuksen tekovaiheet.....	17
4.3	Tutkimuksen luotettavuus	20
5	ASIAKASTYYTYVÄISYYS YLEISESTI.....	23
5.1	Asiakastyytyväisyys opinnäytetyöyrityksessä	25
5.2	Asiakastyytyväisyyskysely Kisapuiston Ruokapalvelulle	27
6	KISAPUISTON RUOKAPALVELUN ASIAKASTYYTYVÄISYYS.....	29
7	RUOKAPALVELUJEN KEHITTÄMINEN	34
8	YHTEENVETO.....	38
	LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT	40

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö toteutettiin asiakastyytyväisyyskyselytutkimuksena vanhusten ruokapalveluja tuottavalle yritykselle. Aihe on ajankohtainen, sillä suuret ikäluokat ovat ikääntymässä ja vanhusten hyvinvointi ja sen tilanne on ollut tapetilla Suomessa jo pitkään. Taloudellinen taantuma on vaikuttanut osaltaan myös vanhushuoltoon.

Nyt näin eduskuntavaalien alla keskustelua aiheesta käydään entistä enemmän. Vanhusten palveluista ei voida enää leikata, vaan heidän hyvinvointiin on panostettava. Kansanedustajaehdokkaat antavat vaalilupauksiaan vanhusten hyvinvoinnin edistämisestä ja parantaisesta. Vanhukset ovat olleet mukana rakentamassa Suomea sodan ja itsenäistymisen jälkeen, joten on meidän vuoro auttaa. Kuinka tulevat päättäjämme onnistuvat todella suuressa haasteessa.

Jotta palveluita voidaan kehittää, on oltava selvillä nykytilanteesta. Suomessa on kehitettävää vanhusten hyvinvoinnin edistämisessä. Vanhukset eivät pärjää kotonaan ja joutuvat laitoksiin. Kuitenkin yhä useampi vanhus viettäisi loppuelämänsä mielummin kotonaan kuin laitoksessa, mutta jos teke mistä on jo laitoshoidossa, niin kuinka yksityisellä puolella menee nyt ja tulevaisuudessa. Vaikka vanhusten laitoshoidoa ei tulekaan unohtaa, meidän tulee panostaa siihen, että vanhukset voivat elää mahdollisimman pitkään kotonaan. Vanhukset tarvitsevat kuitenkin kotona selviytymiseen ulkopuolista apua esimerkiksi, itsestään huolehtimisessa, kodinhoidossa, siivouksessa ja ruuanvalmistuksessa. Mikä on tilanne nyt Suomessa ja minne olemme menossa.

Tuoreen uutisotsikon mukaan Helsingissä ollaan karsimassa vanhusten ruokapalveluista pois leipä ja muut lisukkeet, vaikka aterian hinnat kuitenkin nousevat. Asiakkaan näkökulmasta palvelujen karsiminen vaikuttaa negatiivisesti asiakastyytyväisyyteen, koska asiakas ei välttämättä itse kykene hankkimaan lisukkeita ruokaan. Vaikka muutoksella ei uutisotsikon mukaan olekaan havaittu kielteistä vaikutusta asiakkaiden terveyteen ja hyvinvointiin, toivoo asiaan kantaa ottanut Satu Helin, että tilannetta seurataan tulevaisuudessa. (Helin 2015.)

Vanhusten on kuitenkin saatava laadukasta ja ravitsemussuosituksien mukaista ravintoa. Ikääntyessä ihmisen ravinnontarve muuttuu, koska ikääntynyt ihminen ei kuluta yhtä paljon kun nuori. Toisaalta ikääntyneillä ihmisillä puutostilat ravinnossa alkavat näkyä sairauksina sekä asiakkaan mielenterveydessä ja painossa. Ruokapalvelujen tuottaminen vanhuksille on haastavaa, sillä yksilölliset erot ravinnon tarpeessa ja asiakkaan kunnossa ovat erittäin yksilöllisiä. Asiakkaan yksilöllisten tarpeitten ja toiveitten huomioiminen on yritykselle lähes mahdonta ja todella kallis resurssi, joten yrityksen on löydettävä kultainen keskitie palvelujen tuottamiseen, silloin kuin se on mahdollista. Jotkut asiakkaan tarpeista puolestaan ovat sellaisia, että niiden huomioiminen on yritykselle välttämätöntä, niihin lu- keutuvat mm. asiakkaan allergiat, sairaudet, erityisruokavaliot sekä ravinnonkoostumus.

Varkaudessa toimii vanhusten ruokapalveluja tuottava ruokapalveluyritys. Sain yrittäjältä koulun kautta toimeksiannon tutkia yrityksen asiakastyytyväisyyttä, sekä selvittää, onko asiakkailta antaa kehitysideoita yritykselle. Aiheen valintaa helpotti se, että teimme syksyllä 2013 vastaavanlaisia asiakastyytyväisyyskyselyitä yrittäjän muille yrityksille, joten toimeksiantaja oli minulle jo tuttu.

Tässä opinnäytetyössä paneudutaan asiakastyytyväisyyden ja asiakastyytyväisyyskyselytutkimuksen tekemiseen eri vaiheiseen Kisapuiston Ruokapalvelun asiakkaille. Opinnäytetyön tutkimusongelmana oli selvittää, kuinka hyväksi vanhukset kokevat Kisapuiston Ruokapalvelun palvelun ja tarvitsevatko asiakkaat sellaisia lisäpalveluita kotona selviytymiseen, joita muut yritykset eivät tuota, esimerkiksi apua kodinhoitossa tai kaupassa asiointiin. Lisäksi selvitettiin, onko ruokapalvelun tarjoama ateriapalvelu asiakkaille riittävä, vai tarvitsevatko asiakkaat lisää ateriapalveluita, kuten aamiaista, välipala- tai iltapalatarjoilua. Asiakkailta oli myös mahdollista antaa vapaata palautetta ruokapalvelulle, mikäli he halusivat antaa yritykselle risuja tai ruusuja.

Opinnäytetyön asiakastyytyväisyyskyselytutkimus toteutettiin asiakkaita haastatteleamalla sekä asiakkaan itsensä/ asiakkaan omaisen täyttämän lomakkeen tietojen pohjalta. Haastattelututkimuksen toteutus alkoi lomakkeen suunnittelulla ja laatimisella, minkä jälkeen valittiin otantamenetelmä, sekä hyväksyttiin lomake toimeksiantajalla. Tämän jälkeen päästiin kenttätöön eli haastattelun pariin. Kenttätöön jälkeen syötettiin tulokset webropol-ohjelmaan, jotta päästiin käsittelemään ja analysoimaan niitä sekä kirjoittamaan niistä tutkimusraportti.

Ruokapalvelun pääasiakaskohderyhmä on vanhukset, mutta ruokapalvelua voivat käyttää kaikki. Kohderyhmänä vanhukset ovat haastavia, sillä heillä on usein paljon elämän kokemusta ja sekä sairauksia, jotka vaikuttavat heidän ravinnon tarpeeseensa. Vanhukset pitävät päivän ateriana ja ihmiskontakteja itsellensä tärkeänä, joten sekä ravinnon että palvelun laadun ylläpito on ensiarvoisen tärkeää. Kohderyhmää haastateltaessa oli syytä kiinnittää huomiota omaan ja asiakkaan käyttäytymiseen, sekä asiointiin, jotka vaikuttivat asiakkaan vastauksiin.

Kun vanhuksia haastatellaan, on syytä muistaa perusasiat kuten äänenkäytön tukeminen eleitten ja ilmeitten avulla. Hyviin käytöstapoihin kuuluu myös vanhempien ihmisten kunnioittaminen ja siihen liittyvät käyttäytymisetiketit. Vanhukset eivät näe maailmaa nuoren ihmisen silmin, joten haastattelijana minun täytyi eläytyä heidän asemaansa ja etsiä taustatietoa vanhusten ruokailutottumuksista ymmärtääkseni tutkittavaa ilmiötä.

Kun vastauksia oli riittävästi, kyselyn tulokset analysoitiin asiakkaitten vastausten perusteella webropolin avulla. Asiakastyytyväisyys kyselystä tulisi jäädä asiakkaalle tunne, että heistä välitetään, joten kysely laadittiin kohderyhmän mukaan, ja siihen osallistuminen oli asiakkaalle vapaaehtoista. Myös itse haastattelussa tuli huomioita asiakkaan kyky osallistua kyselyyn ja toimia tilanteen mukaan huomoiden asiakkaan yksilöllisyys.

2 KISAPUISTON RUOKAPALVELU

Opinnäytetyöni kohdeyritys ruokapalvelu, kuuluu Kisapuiston ruokapalvelujen yritysryppääseen. Muita Kisapuiston ruokapalveluun kuuluvia yrityksiä ovat lounasravintolat: Satakunnankadulla sijaitseva Haniveli ja Tinurinkadulla sijaitseva Hansunpirtti Osmajoentiellä sijaitseva Kisagrilli, sekä kesäisin kahvilat Kahvilatorni Varkauden vesitornissa ja museokahvila Taipaleen kanavamuseossa.

Ruokapalvelu toimittaa lämpimänruuan päivittäin kello 10 - 14 välisenä aikana vanhuksille ja muille sitä tarvitseville, kuten työpaikoille. Kaikki asiakkaat eivät käytä ruokapalvelua päivittäin, yhteensä asiakkaita yrityksellä kyselyn toteuttamisen hetkellä oli noin 150 - 200. Yrityksellä on käytössään kolme autoa, joilla ruokaa jaetaan. Yhtä autoa kohden asiakkaita kertyy päivästä ja lenkin pituudesta riippuen 30 - 50. Koska vanhukset ovat yrityksen ruokapalvelun pääkohderyhmä, kohdensin kyselyn heille. Ruoka annokseen kuuluu pääruuan lisäksi myös salaatti, leipä ja jälkiruoka. Ateriahinta on tällä hetkellä 10,50 € (sisältäen kuljetuksen). Yrittäjä myös vuokraa ja järjestää tiloissaan juhlatilaisuuksia. Osa ruokapalvelun asiakaista kertoikin käyttävänsä myös muita yritysryppään yrityksiä esimerkiksi erikoistilaisuuksiin, kuten merkkipäiviensä juhlistamiseen. (Kisapuisto 2015.)

Ruokapalvelu pyrkii mahdollisimman hyvään asiakaspalveluun esimerkiksi perehdyttämällä uudet työntekijät kunnolla työhönsä, minkä vuoksi palvelu on mahdollisimman juohevaa ja nopeaa. Asiakkaat kokivat positiivisena sen, että heitä palvelee aina sama henkilö. Kuitenkin jokainen ruokapalvelun työntekijä osaa jokaisen kierroksen, joten palvelun laatu ei kärsi työntekijän lomien ja vapaitten takia.

Yritysryppään omistavat pariskunta Tarja ja Markku Mikkonen. Ruokapalvelussa työskentelee viisi ruuanjakelijaa ja kaksi kokkia, ruokakuljetukset lähtevät asiakkailta Haniveliltä, joten kokit valmistavat myös Hanivelin ruuat. Myös muissa yritysryppään yrityksissä työskentelevät vakituiset työntekijät. Kesäkahviloihin Torniin ja Kanavakahvilaan palkataan kesäksi kesätyöntekijöitä, eivätkä yritykset ole avoinna muina vuoden aikoina. Palkanlaskennan ja kirjanpidon yrittäjät hoitavat itse.

3 RUOKAPALVELUJEN TUOTTAMINEN

3.1 Vanhusten ruokapalvelujen tuottaminen

Ravitsemus on tärkeässä osassa vanhusten henkistä ja fyysistä hyvinvointia. Myös vanhusten on saatava ravinnostaan riittävästi energiaa ja ravintoaineita. Haastavaa tästä tekee se, että energiantarve on vanhuksilla pienempi kuin nuoremmilla, mutta silti erittäin yksilöllistä. Myös vanhusten sairaudet ja lääkkeet voivat vaikuttaa asiakkaan mielentilaan ja ruokahaluun. Vanhusten ruokapalveluja tuotetaan eri puolilla Suomea. Suurimmassa kaupungeissa toiminnan onnistumisen kannalta on syytä huomioida liikenneuhkat aikataulujen haasteena, joita ei pienemmissä kaupungeissa ole.

Iäkkäät henkilöt suosivat ruokavaliossaan tuttuja ja turvallisia ravintoaineita, he eivät käytä pikaruokapalveluita tai esimerkiksi tulisia ruokia. Ruokalistat on oltava monipuolinen ja kunnioitettava vanhustentoiveita ja tarpeita. Kisapuiston Ruokapalvelu laatii ruokalistansa kerrallaan 8 viikon ajaksi. Asiakkaitten lempiruuat toistuvat ruokalistassa useammin kuin ruuat, joista asiakkaat eivät juurikaan välitä. Kuitenkin ruokapalvelun ruokalista oli erittäin monipuolinen ja vaihteleva. Ruokapalvelulle on asetettu selkeät tavoitteet ruuanlaadun ja asiakastarpeitten suhteen. Päivittäinen ravinnontarve lasketaan yli 60-vuotiaille suunnattujen suositusten mukaan. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Ruokapalveluista vastaava henkilö on vastuussa asiakaslähtöisestä suunnittelusta, tuotekehityksestä, elintarvikkeiden kilpailuttamisesta ja hankinnasta, ruuanvalmistuksesta, työajoista, jakelusta ja ruuan tarjoilusta. Ruokapalvelussa tehtävät on jaettu työntekijöitten kesken tasapuolisesti. Ruokapalvelusta syntyy myös taloudellisia haasteita, mutta ne ovat vain murto-osa kuluista, jos asiakas asuisi hoitolaitoksessa. Ruokapalvelujen tuottamisessa voidaan kuitenkin käyttää ammattilaisen apua, esimerkiksi ravitsemusterapeutti osaa auttaa ruuan ravitsemussuosituksiin liittyvissä asioissa (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Kisapuiston Ruokapalvelun asiakaspalveluprosessissa, tulee selvittää, kuka tekee mitäkin ja missä vaiheessa sekä, kuinka rahoitus on hoidettu tai ulkoistetaanko osa prosessin osa-alueista (kuten kirjanpito, taloushallinto, palkanlaskenta) ulkopuolisille tekijöille, vai tekeekö yrittäjä ne itse. Itse prosessi alkaa ruokalistansuunnittelulla ja tarvittavien raaka- aineitten hankinnalla. Ruoka valmistetaan samana aamuna, kun se toimitetaan asiakkaalle, kuitenkin leivät salaattit yms. lisukkeet pakataan valmiiksi jo edellisenä iltapäivänä. Lämmin ateriat pakataan asiakkaan ruokapakettiin, minkä jälkeen valmiit pakit pakataan autoihin ja toimitetaan asiakkaille. Kun kierros on saatu päätökseen, aloitetaan sama kierros uudestaan. Prosessi etenee näin loogisesti ja kaikki osaavat tehtävänsä.

Kun ollaan tekemisissä asiakkaitten kanssa, tulee hallita myös vähintään perustaidot asiakaspalvelusta. Lisäksi tuotetietoisuus on tärkeää, kun ylläpidetään asiakastyytyväisyyttä. Asiakkaat kokivat positiiviseksi sen, että heitä palvelee lähes aina sama työntekijä, näin asiakaspalvelija on asiakkaalle tutumpi ja asiakkaan on helpompi antaa hänelle palautetta kuin täysin vieraalle ihmiselle. Lisäksi rutiinomaisen toiminnan koettiin vaikuttavan positiivisesti palvelun nopeuteen.

Yleisellä tasolla kilpailu on kasvanut myös ruokapalvelujen osalta. Erilaisia ruokapalveluja tuottavia yrityksiä on runsaasti, etenkin suuremmissa kaupungeissa, joten asiakkaalla on varaa valita yritys, jonka palveluja hän haluaa käyttää. Kilpailukeinoja voivat olla ruokalistan monipuolisuus, aterian laatu, aterian hinta sekä palvelun laatu. Ruokailu on tärkeä osa ihmisten elämää, joten on luonnollista, että jokainen kuluttaja haluaa mahdollisimman ravitsevaa ja hyvää ravintoa kohtuullisella hinnalla. Koska vanhukset eivät käy ulkona syömässä tai muutenkaan käytä pikaruokapalveluja, eivät niitä tuottavat yritykset ole tämän luonteiselle yritykselle potentiaalinen kilpailija.

Varkaudessa ei tällä hetkellä ole vastaavanlaista yritystä, mutta osa asiakaista kertoi, että heillä on vertailupohjaa vastaavasta yrityksestä, joka Varkaudessa on toiminut aiemmin. On siis selvää, että ne asiakkaat, joilla vertailupohjaa oli, käyttivät aiempia kokemuksiaan ruokapalveluista nykyisten mielipiteidensä tukena, joten heidän kommenttinsa auttoivat minua opinnäytetyön tekemisessä.

3.2 Mitä osaamista ruokapalveluala vaatii?

Ruokapalvelujen tuottaminen edellyttää sen parissa toimivilta henkilöiltä tietynlaista osaamista, jotka jokaisen tulisi huolehtia kuntoon. Elintarvikehygienian osaaminen on lakisääteinen velvoite kaikille elintarvikkeitten parissa toimiville työntekijöille ja työnantajille. Elintarvikealan toimija on velvollinen huolehtimaan siitä, että kaikilla yrityksessä työskentelevillä työntekijöillä on riittävä elintarvikehygieniosaaminen, sekä heitä ohjataan ja koulutetaan elintarvikehygienian tiimoilta. Jokaisella ruokapalveluja tuottavalla yrityksellä täytyy olla omavalvontasuunnitelma, elintarviketarkastaja käy tarkastamassa, kuinka hyvin yritys noudattaa omavalvontaa ja elintarvikkeitten turvallista hygieenistä käsittelyä. Elintarvikkeitten oikeaoppisen käsittelyn lisäksi ruokapalvelujen tuottajien tulee hallita asiakaspalvelutaito. (Evira 2010.)

Asiakaspalvelun osaaminen on tärkeää aina, kun työskennellään millä tahansa alalla, jossa ollaan tekemisissä asiakkaan kanssa. Perusasiakaspalveluun kuuluu asiakkaan tervehtiminen ja auttaminen niin hyvin, että asiakas kokee itsensä tärkeäksi ja arvostetuksi. Asiakas voi kokea yrityksen hyväksi, vaikka hänen tarpeensa eivät tuotteen kohdalla täysin täytyisikään, jos palvelu on kunnossa ja asiakas saa vastaavan tuotteen tai hänelle tilataan tuote, mikäli sitä ei juuri palveluhetkellä ole varastossa. (Lumberg 2002.)

Koska asiakaspalveluprosessi on vuorovaikutustilanne, on asiakaspalvelijalla oltava hyvä itsetuntemus ja myönteinen asenne asiakasta kohtaan. Tämän lisäksi asiakaspalvelija tulisi osata lukea asiakasta ja hänen tarpeitaan. Asiakkaan tarpeet ovat esimerkiksi psykologisia, fyysisiä tai biologisia. Tämä taas vaatii asiakaspalvelijalta asiantuntemusta tuotteeseen, jotta hän pystyy myymään asiakkaalle juuri sen oikean tuotteen tai palvelun. Ilman hyvää itsetuntemusta ja asiakastuntemusta, asiakastarpeitten täyttäminen on haastavaa. Hyvä itsetuntemus rakentuu itsetutkiskelun pohjalle, on siis syytä miettiä mm. seuraavia kysymyksiä (Lumberg 2002):

- Mitkä ovat minun heikkouteni ja vahvuuteni?
- Miten hyödynnän vahvuuksiani?
- Kuinka kehitän heikkouksiani?

- Kuinka käyttäydyn erilaisissa tilanteissa?
- Kuinka erilaiset elämän tilanteet vaikuttavat minuun?
- Kuinka hyvin osaan ottaa vastaan palautetta?
- Mitä kehitettävää minulla on?
- Onko toisten ihmisten palautteessa mitään perää?
- Kuinka toimin mikäli en osaa auttaa asiakasta?
- Onko oma asenteeni kohdallaan?

Asiantuntevuudella puolestaan tarkoitetaan sitä, että asiakaspalvelija tuntee tuotteensa ja palvelunsa heikkoudet ja palvelut. Myös kilpailijan palvelujen heikkouksien ja vahvuuksien tunteminen on tärkeää, kilpailijan heikkouksia ja vahvuuksia voidaan hyödyntää myös omassa liiketoiminnassa ja sen kehittämisessä. Opinnäytetyöni yrityksessä asiakas on ostamassa tavallista suomalaista ruokaa, ei ravintola-ruokaa. Mikäli asiakaspalvelija ei itse osaa vastata asiakkaan kysymykseen on parempi sanoa asiakkaalle "Hetkinen, selvitän asian" tai "Pieni hetki, haen henkilön, joka tietää asiasta paremmin" kuin "en minä tiedä" tai "ei meillä ole sellaista". Asiantuntevuus ja uuteen tuotteeseen perehtyminen on samalla myös oman ammattiosaamisen kehittämistä, joka on nykypäivänä tarpeen asiakaspalvelun alalla. Tuotekehitys on vain kasvussa nykyään tietotaidon ja internetin ansiosta. Asiakaspalvelussa ei siis enää voi käyttää vanhanaikaisia menettelytapoja. (Lumberg 2002)

Elintarvikehygieniä

Koska ruokapalvelussa käsitellään paljon elintarvikkeita, on tärkeää huolehtia elintarvikehygieniasta. Ruokapalvelussa ja elintarviketeollisuudessa kannattaakin miettiä, söisikö itsekään pilaantuneita tai likaisia ruokia. Hygieniasta on siis syytä pitää huolta koko prosessin ajan. Huolellinen käsien ja vihanesten pesu on siis erittäin tärkeää, on myös pidettävä huolta, ettei elintarvikkeitten kylmäketju katkea missään vaiheessa prosessia. Asiakas huomaa herkästi elintarvikehygieniä laiminlyönnin ja usein myös lopettaa palvelun käyttämisen sen seurauksena.

Elintarvikehygienian osaamisella tarkoitetaan sitä, että elintarvikehygieniasta osaamista koskevat perusteet ja taidot hallitaan ja niitä noudatetaan sekä päivitetään jatkuvasti. Elintarvikehygienian osaamisen tarkoituksena on pienentää riskejä sekä taata asiakkaille mahdollisimman turvalliset tuotteet. Elintarvikehygieeninen osaaminen tulee osoittaa elintarvike hygieeniä koulutuksella tai hyväksytyyn hygieniapassin kokeen avulla. (Evira 2010)

Elintarvikehygieenistä osaamista koskevista edellytyksistä on säädetty elintarvikehygieniä-asetuksessa (EY/852/2004) ja elintarvikelaissa (23/2006). Ruokapalvelujen tuottamisen parissa työskentelevillä tulisi olla hygieniapassi, ja yrityksen tulisi noudattaa omavalvontaa. Evira on antanut tarkemmat ohjeet seuraavia osa-alueita koskien (Evira 2010):

- mikrobiologia
- ruokamyrkytykset
- hygieeniset työtavat
- henkilökohtainen hygienia

- puhtaanapito
- omavalvonta
- lainsäädäntö.

Elintarvikkeitten riskit ja vaarantekijät

Vaikka elintarvikkeet ovatkin turvallisempia kuin aikaisemmin, on niissä omat riskinsä ja vaarateki- jänsä, jotka saattavat aiheuttaa ihmiselle terveyshaittoja. Vaara tarkoittaa, joko mikrobiologista, ke- miallista tai fysikaalista tekijää, joka voi aiheuttaa kielteisiä terveysvaikutuksia kuluttajille. Riskit puo- lestaan vaihtelevat eri elintarvikkeissa, ja niiden vertailu keskenään on vaikeaa. Ruokapalvelun tulisi kiinnittää huomiota seuraaviin riskeihin (Evira 2010):

- Vääränlainen ruoan koostumus, josta on haittaa kuluttajan terveydelle. Esimerkiksi liiallinen kovien rasvojen saanti lisää riskiä sairastua sydän- ja verisuonitauteihin, joita vanhuksilla voi olla jo ennes- tään.
- Mahdolliset ruoan mukana tulevat ympäristösaasteet tai kemialliset aineet, esimerkiksi dioksiini, me- tyylielohopea ja lisä- sekä torjunta-aineet.
- Vanhusten elintarvikkeisiin liittyvät erityisherkytykset vastustuskyvyn heikkenemisen vuoksi.

Omavalvonta ja omavalvontasuunnitelma

Omalla valvonnalla tarkoitetaan, että elintarviketoimija harjoittaa ja valvoo elintarvikemääräyksiä vaatimusten mukaista toimintaa yrityksessään. Omavalvonta on ollut pakollista kaikissa elintarvikealan toiminnoissa vuodesta 1995 lähtien. Omavalvonnalla pienennetään elintarvikkeisiin liittyviä riskejä ja sitä kautta lisätään elintarviketurvallisuutta. Omavalvontaohjeitten noudattaminen pienentää yrityksen elintarvikehävikkiä, lisäten samalla toiminnan tuloksellisuutta, sekä asiakkaiden ja viranomaisten luot- tamusta ja tyytyväisyyttä.

Hygieniaosaamisvaatimukset edellyttävät seuraavia asioita (Evira 2010):

- ymmärrystä omavalvonnan periaatteesta ja merkityksestä
- kykyä toteuttaa omavalvontaa työssään
- kykyä tunnistaa ja torjua työssään elintarvikehygieeniset vaarat.

Laki velvoittaa jokaista elintarvikeyritystä laatimaan kirjallisen omavalvontasuunnitelman. Omaval- vonta- suunnitelman laajuus riippuu siitä, kuinka moninaista toimintaa on ja kuinka monipuolisia tuot- teet ovat, sekä siitä, kuinka suuret riskit toimintaan liittyy. Työntekijät puolestaan ovat vastuussa siitä, että lukevat omavalvontasuunnitelman huolella läpi ja toimivat sen mukaan. (Evira 2010.)

3.3 Ravitsemussuositukset kohderyhmänä vanhukset

Ikääntyville ihmisille on omat ravitsemussuosituksensa, joita ruokapalvelussa tulisi noudattaa. Ravitsemussuosituksilla pyritään ylläpitämään asiakkaan hyvää terveyttä, elämänlaatua ja toimintakykyä. Koska ravinnonsaanti ja ravitsemus heikkenevät iän myötä, on pidettävä huolta siitä, ettei asiakas saa ravinnostaan liian vähän energiaa. Liian vähäinen energiansaanti johtaa laihtumiseen, mikä on ylipainoakin merkittävämpi terveysriski vanhusten hyvinvoinnin heikkenemisessä, mutta myös merkittävä ylipaino ikääntyneitten keskuudessa voi johtaa ennen aikaiseen kuolemaan. Riittävä ravinnonsaanti mahdollistaa myös asiakkaalle pitemmän ajan kotona asumiseen, ennen vanhainkotiin siirtymistä. jonka vuoksi myös asiakkaan asiakkuussuhde yritykseen on kestoiltaan pidempi. Vanhuksilla on myös heikentynyt vastustuskyky, joten ravitsemuksella on yhteys sairauksista parantumisessa ja niiden ennalta ehkäisyssä ikääntyvien keskuudessa. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Vanhusten ravitsemussuositusten keskeisiä painopisteitä ovat Valtion ravitsemusneuvottelukunnan (2010) mukaan

1. ravitsemuksellisten tarpeitten huomioiminen ikääntymisen eri vaiheissa
2. ikääntyneiden ravitsemustarpeen säännöllinen arvioiminen
3. riittävä energian, proteiinin, ravintoaineiden, kuidun ja nesteen saannin turvaaminen
4. D-vitamiinilisän riittävä saannin turvaaminen yli 60-vuotiaille.

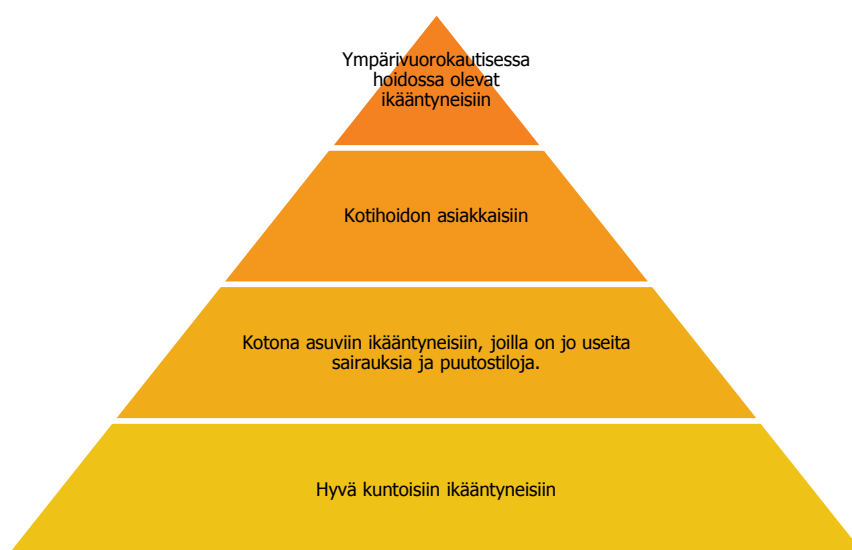
Ikääntyneen ihmisen terveysongelmat ja ravitsemus

On kuitenkin huomioitava, että ihmisen vanhentuessa tapahtuu fysiologisia muutoksia ja ihmiselle alkaa ilmetä erilaisia sairauksia, minkä vuoksi ikääntyneitten liikkuminen vähenee, perusaineenvaihdunnantaso laskee ja ruokahalu heikkenee. Vaikka energiantarve näin ollen pieneneekin, useimpien ravintoaineiden tarve ei vähene samassa suhteessa. Tämä on haaste, joka tulisi huomiota aina, kun työskennellään ikääntyvien parissa. Ravitsemusongelmilla on yhteys useisiin ikääntyneitten ihmisten terveysongelmiin, joista laihtuminen ja toimintakyvyn heikkeneminen on vain murto-osa ikääntyneitten terveysongelmia. Muita terveyttä heikentäviä tekijöitä vanhuksilla ovat mm: ihon kunnon heikkeneminen, tulehduskierteet, huonontunut lihaskunto, heikentynyt muisti, pitkittyneet sairaudet, yksinäisyys, masennus, huono suun- ja purukaluston kunto, minkä vuoksi syöminen on hankalaa. Osalle ruokapalvelun asiakkaista ruoka täytyi soseuttaa, sillä muutoin asiakas ei olisi kyennyt syömään annostaan. Ihmisen ikääntyessä myös riski saada sydän- tai aivoinfarkti kasvavat. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Vanhuksilla on käytössä lääkkeitä, joilla on yhteys myös asiakkaan painonlaskuun tai nousuun. Tämän lisäksi asiakkaan laihtumiseen voivat johtaa myös ongelmat ruoansulatuskanavissa hypertyreoosi, hyperglykemia tai syöpä. Ikääntyessä tapahtuu myös fysiologisia muutoksia sekä kylläisyyden tunteen nopeampi saavuttaminen. Kuitenkin on vaikeaa hahmottaa, johtuvatko ongelmat ihmisen vanhenemisestä vaiko huonosta ravitsemuksesta, siksi ruokapalvelun on tärkeää kuunnella asiakasta ja seurata hänen hyvinvointiaan. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Vanhusten yksilölliset erot, osana ravitsemusta

Ravitsemussuosituksilla on tavoitteena turvata riittävä ravintoaineitten saanti ja ehdittää asiakkaan hyvinvointia. Koska olemme yksilöitä, myös ravitsemuksentarpeemme ovat erilaiset. Yksilölliset erot olivat selkeästi havaittavissa opinnäytetyöyrityksessä jo ihan amatööritasolla. Ravitsemussuositukset ikääntyneillä ihmisillä ovat siis vain yleissuosituksia, joita katsotaan tapauskohtaisesti. Ikääntyneet ihmiset voidaan jakaa karkeasti neljään ryhmään. Alla oleva pyramidi auttaa havainnollistamaan ryhmien huomioimista.



KUVIO 1: Ikääntyneiden ihmisten ryhmittely (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Kaikilla yllämainituilla ryhmillä on erilaiset ravitsemussuositukset, joten ruokapalvelujen tuottaminen vanhuksille on hyvin haastavaa. Hyväkuntoisella ikääntyneellä henkilöllä on vielä hyvä toimintakyky ja hän tulee toimeen yksinkin. Kuitenkin hänellä saattaa olla jo pitempiaikaisia sairauksia, kuten korkea verenpaine tai verensokeri, jotka tulevaisuudessa heikentävät hänen toimintakykyään pyramidin seuraavalle tasolle. Tässä ikääntymisen vaiheessa ihminen kykenee vielä itsenäiseen kotona asumiseen, mutta hänen toimintakykynsä on heikentynyt, sekä riski ravitsemuksen virhearvioinneille kasvanut. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Kotihoidon piiriin kuuluvilla ikääntyneillä asiakkaila on toiminnallisia vajauksia, eivätkä ikääntyneet ihmiset tule enään itsenäisesti toimeen. Kun ihminen siirtyy kotihoidoon, aletaan ravintoon kiinnittää huomiota entistä enemmän yksilöllisellä tasolla, usein myös asiakkaan omaiset otetaan tässä vaiheessa mukaan ravitsemuksen suunnitteluun. Tässä vaiheessa hänellä on usein jo useita toimintakykyä ja syömistä heikentäviä sairauksia ja ongelmia, minkä vuoksi riski ravitsemuksen virhearvioinnilla kasvaa entisestään. Tässä ikääntymisen vaiheessa myös riski asiakkaan akuutisti sairastumiselle kasvaa, etenkin kesällä jos asiakas ei muista itse huolehtia riittävästä nesteensaannista. Kun asiakas sairastuu akuutisti ja joutuu sairaalaan, on hänen ravitsemustilansa huonontunut merkittävästi. Tämä tulisi ottaa huomioon myös silloin, kuin asiakas kotiutuu. Sairaalaolosuhteet ovat myös heikentäneet

asiakkaan ruokahalua, jolloin on syytä kiinnittää huomiota siihen, että ruokailu kokemus on asiakkaalle miellyttävä. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Ihmiselämän loppuvaiheessa kiinnitetään huomioitava mielihyvän tuottamiseen. Tällöin ihmisellä olisi hyvä olla seuraa, lisäksi hänellä tarjotaan useammin hänen mieliruokiaan. Usein tässä vaiheessa ihminen haluaa syödä puuroa ja muita helposti syötäviä ruokia. Mitä vanhemmaksi ihminen tulee, sitä enemmän hänen ympäriltään kuolee ystäviä, jolloin ihmisen henkinen jaksaminen heikkenee entisestään. Iäkkään henkilön suunhoiton tärkeys myös kasvaa, hänen suunsa esimerkiksi puhdistetaan säännöllisesti. Kun ikääntynyt tarvitsee ympärivuorokautista laitoshoidoa, riskit ja ravitsemus suosituksista huolehtimisen tärkeys kasvavat entisestään. Tässä vaiheessa sairaudet ovat yleistyneet merkittävästi, eikä ihmisen mielihyvä ole samalla tasolla kuin ennen. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Iäkkään henkilön ruokailuaikataulut

Iäkäs henkilö ei jaksa syödä paljoa kerrallaan, joten hänen on tärkeää syödä monta kertaa päivässä. Kun iäkkään ihmisen ruokailuaikatauluja suunnitellaan, on tärkeää huomioida asiakkaan päivärytmi. Vanhus usein herää aikaisin ja syö aamiaisen itsenäisesti. Tällöin hänen lounas olisi hyvä ajoittaa puolenpäivän seutuville, kuten ruokapalvelussa tehdään. Asiakkaalle jää ruokaa myös illaksi, joten päivällisen hän syö kello 17:00 jälkeen. Ilta ja välipalat asiakas voi valmistaa itse tarpeen mukaan, eikä kyselyssä ilmennyt tarvetta tarjota niitä asiakkaille. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

TAULUKKO 1: Esimerkki iäkkään henkilön ruokailuaikatauluista (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

Ateria	Aterian ajankohda
Aamupala	7:00- 10:30
Välipala	9:30- 10:30
Lounas	11:00- 13:00
Välipala/ kahvi	14:00- 15:00
Päivällinen	17:00- 19:00
Iltapala	19:00- 21.00

Ikääntyneen ihmisen erityisruokavaliot

Vanhusten kohdalla erityisruokavaliot ovat osana sairauksien hoitoa. Useilla ruokapalveluitten asiakkaista esiintyi kihtiä, jonka vuoksi asiakas ei voi syödä lainkaan pieniä kaloja, sisäelimiä, kalannahkaa, simpukoita tai hiivaa. Myös runsaasti puriiania, kuten lihaa ja kalaa, papuja tai herneitä eivät kihtipotiaalaat saa syödä paljoa kerralla. Vapaasti syötäviä ruoka-aineita kihtipotilaalle ovat puolestaan (Reumaliitto 2013:

- Viljatuotteet

- Maitotuotteet
- Munat, rasvat, sokeri
- Hedelmät, useimmat kasvikset, peruna
- Kahvi, tee, kaakao, mausteet
- Kalan mäti (kaviaari).

Kihti- ja reumapotilaat on syytä huomioida, mutta ruokapalvelun asiakkaitten keskuudessa oli myös asiakkaita, joille kalaa suositeltiin lääkärin taholta. Tämä luo ruokapalveluyrittäjälle haasteita, sillä ruuan jakelussa on oltava tarkkana. Ruokavalion on oltava kuitenkin riittävää kaikille asiakkaille erityisruokavaliosta huolimatta. Asiakkaan on saatava ravinnostaan riittävästi proteiinia, hyviä rasvahappoja, vitamiineja, energiaa kivennäisaineita ja kalsiumia. Oikeaoppisella ruokavaliolla on tarkoitus ehdistää kihdin oireettomuutta sekä pienentää elimistön virsahappoisuutta. (Reumaliitto 2013.)

Sen lisäksi että huolehditaan asiakkaan erityisruokavaliosta, on syytä muistaa asiakkaan ruokamielitymykset. Tämän vuoksi ruokapalvelujen suunnittelu on hyvin haastavaa ja yksilöllistä. Laktoositon ruokavalio on vielä helppo toteuttaa, sillä maitopohjaiset ruuat voidaan valmistaa laktoosittomasta maidosta, joka sopii kaikille. Ikääntyvien ihmisten kohdalla on arvioitava, olisiko ruokavalion tehostamiselle mahdollisuuksia tai tarvetta. Ruuasta saadaan houkuttelevampaa kun annoskokoja pienentään ja lisätään ruokaan hieman suolaa ja rasvaa. Myös ruuanrakenteeseen on tärkeää kiinnittää huomiota, kun valmistetaan ruokaa vanhuksille. Ruuan on oltava helposti syötävää ja vanhusystävällistä: soseutus, hienontaminen, murenno. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2010.)

4 TUTKIMUSPROSESSIN KUVAUS

4.1 Tutkimusmenetelmän kuvaus

Tämä tutkimus on kvantitatiivinen tutkimus. Se toteutettiin asiakkaita haastattelemalla, käyttäen strukturoitua kyselylomaketta. Opinnäytetyössä haastattelut perustuivat asiakkaitten vapaaehtoisuuteen osallistua kyselyyn, lisäksi kohderyhmä toi mukanaan omat haasteensa, eikä kaikkia asiakkaita päästy haastattelemaan. Tutkimuksen tarkoituksena onkin auttaa yrittäjää ymmärtämään asiakkaan käyttäytymistä ja sitä kautta heidän tarpeitaan, koska se vastaa kysymyksiin ”mitä” , ”miksi?” ja ”miten”. On selvää, että vanhusten tarpeet ravinnosta ovat aivan erilaiset kuin nuorilla. (Lotti 1995, 42.)

Tutkimus voidaan toteuttaa usein erilaisilla haastattelumenetelmillä, esimerkiksi henkilökohtaisesti, puhelimitse, kirjekyselyllä tai ryhmähaastattelulla. Mikäli asiakkaita haastatellaan henkilökohtaisesti tai ryhmässä, on syytä muistaa tilanne asiakkaan kannalta. Henkilökohtaisiin kysymyksiin asiakkaat harvoin haluavat vastata tarkasti, esimerkiksi talous- ja sairausasiat ovat sellaisia, jotka koetaan usein yksityisiksi. Myös makuasiat vaikuttavat asiakkaan vastauksiin. Hyvänä esimerkkinä opinnäytetyössäni tästä on asiakkaan mielipiteet mausteitten määrästä sekä yksilölliset mielipiteet ruokia koskien. Ryhmähaastattelussa vastauksiin vaikuttavat myös asiakkaan luonteenpiirteet. Toiset ihmiset haluavat olla enemmän esillä ja heillä on vahvat mielipiteet, kun taas toiset mielummin ovat ryhmätilanteessa hiljaa ja myöntelevät toisten vastauksia enemmän kuin esittävät omia mielipiteitään. (Lotti 1995, 66 - 67.)

Laadullinen tutkimus perustuu asiakkaan vastauksiin ja niitten ymmärtämiseen. Tutkimuskokemus onkin ensisijainen opettaja kvalitatiivisessa tutkimuksessa, kun taas kvantitaavinen tutkimus perustuu ensijaisesti kirjallisuuteen, lukumäärinä ja prosenttiosuuksina ilmaistuihin tutkimusaineistoihin ja tilastoihin. Tutkimusmenetelmänä haastattelu on nykyään enemmän suosiossa kuin ennen, koska enää ei riitä, että tiedetään, mitä on tapahtunut vaan tulee myös ymmärtää miksi jotakin tapahtui. Esimerkiksi miksi yrityksen asiakastytyväisyys on laskenut tai miksi asiakas valitsee kilpailijan yrityksen. (Lotti 1995, 68 – 69.)

Tutkimuksen ongelmana on sen subjektiivisuus. Koska jokainen meistä on erillainen, ei ole selvää kuinka asiakas asian ymmärtää tai, kuinka hän kokee asioita. Myös kritiikkiä annetaan eritavoin, toiset enemmän toiset vähemmän. Kvalitatiivisen tutkimuksen heikouksia ovatkin sen moniulotteisuus ja strukturoimattomuus sekä erilaiset menettelytavat. Subjektiivisuutta tutkimuksen erivaiheissa ei mikään tilastollinen tieto poista, joten se on syytä pitää aina mielessä. (Lotti 1995, 69 – 70.)

4.2 Tutkimuksen tekovaiheet

Tutkimuksen tekemisessä keskeistä on määritellä tutkimusongelma eli se, mitä tutkitaan, jotta voidaan laatia tutkimussuunnitelma. Tutkimussuunnitelmassa määritellään seuraavat asiat:

- ✓ Tutkimusaineiston keräämistapa

- ✓ Tutkimuksen aikataulu
- ✓ Arvio kustannuksista
- ✓ Tutkimusote
- ✓ Sopiva tutkimusmenetelmä sekä,
- ✓ Tutkimusaineiston käsittelytapa.

Kun tutkimussuunnitelma on valmis, se hyväksytetään toimeksiantajalla. Hyväksytyt tutkimussuunnitelman jälkeen laaditaan kyselylomake, jota testataan ennen itse kenttätöön aloittamista. Kun tutkimusaineistoa on riittävästi kasassa, aineisto kasataan yhteen ja raportoidaan. Tässä vaiheessa on kuitenkin arvioitava tutkimusaineiston luotettavuutta ja sitä, mitkä tiedot nousivat keskeisinä esille tutkimuksessa. Lopuksi tulokset esitetään toimeksiantajalle, esimerkiksi yhteenvetoraporttina. Tällöin toimeksiantaja pääsee itse hyödyntämään tutkimusta ja sen tuloksia toimintansa parantamiseksi. (Lotti 1995, 27 – 33.)

Tutkimusetiikkaa on puolestaan noudatettava kaikissa tutkimuksen tekovaiheissa ja siihen on syytä perehdyä huolellisesti ennen tutkimuksen aloittamista. Jo tutkimuksen laadintavaiheessa arvioidaan tutkimuksen reliabeettia ja validiteettia. Raportointivaiheessa täytyy puolestaan tunnistaa tutkimuksen kannalta oleelliset asiat ja raportoida niistä rehellisesti asiakkaitten vastauksien perusteella. Asiakkaan henkilötietoja ei puolestaan saa esittää julkisesti, eikä asiakkaan vastauksia saa esittää yksityisesti. Raportointivaiheessa arvioidaan myös, kuinka luotettavia tuloksia kenttätöistä saatiin. Valmis raportti lähetetään yrittäjälle, jotta hän voi hyödyntää sitä liiketoimintansa kehittämisessä ja asiakasyytyväisyyden parantamisessa/ ylläpitämisessä. (Lotti 1995, 33.)

Tutkimuksen suunnittelu ja laadinta

Tutkimusongelman pohjalta laaditaan tutkimussuunnitelma sekä hankitaan mahdollista taustatietoa tutkittavasta kohteesta. Taustatyön tekeminen on tärkeää tutkimuksen onnistumisen kannalta, on siis selvitettävä, tietääkö tutkija tarpeeksi tutkittavasta kohdeesta ja sen käyttäytymisestä. Etukäteen tulisi myös kartoittaa potentiaalisia riskitekijöitä ja miettiä, kuinka niitä voidaan välttää. Tutkimuksen suunnitteluvaiheessa laaditaan myös aikataulu tutkimukselle sekä valitaan sopiva tutkimusmenetelmä. Ilman huolellista suunnittelua, tutkimuksen tulokset eivät vastaa tutkimusongelmaan. (Lotti 1995 27 - 32.)

Tutkimuslomake rakennetaan johdonmukaisesti vaiheittain tutkimussuunnitelmaan sekä muitten tuloksiin vaikuttaviin tekijöihin, kuten esimerkiksi kohderyhmään nojaten. Tutkimuslomakkeen laadinnan erivaiheita ovat (Mäntyneva, Heinonen ja Wrange 2003):

1. Tutkimustavoitteen selkeyttäminen
2. Kysymysten sisällön määrittely
3. Kysymysten muotoilu
4. Kysymystyyppien valinta
5. Kysymysten järjestely loogiseksi kokonaisuudeksi

6. Lomakkeen ulkoasun hiominen
7. Lomakkeen testaaminen/ toimeksiantajalla hyväksyttäminen.

Tutkimuslomakkeen toteuttajan kannattaa ensiksi jäsentää tutkimuksen isommat kokonaisuudet ja osa- alueet tutkimusongelman ratkaisemisen kannalta. Mikäli tutkijoita on useampia, aivoriihen eli yhdessä ideoinnin käyttäminen on erittäin suositeltavaa. Tutkimuksen tulisi pysyä kohduullisen lyhyenä, joten turhat kysymykset tulisi karsia pois. Kokonaisuuden hahmottaminen onkin tärkeää, jotta tutkija osaa esittää oikeat kysymykset ja huomioida mahdolliset taustamuuttujat ja niiden vaikutukset kyselyn tuloksiin. (Mäntyneva, Heinonen ja Wrangle 2003, 53 – 54.)

Lisäksi on syytä kiinnittää huomiota lomakkeen ulkoasuun, visuaalinen ja huoliteltu tutkimuslomake antaa vastaajalle asiantuntevan vaikutelman tutkijasta. Tässä vaiheessa päätetään myös, mitä arviointi- asteikkoa kyselyssä käytetään. Nykyään on suositeltavaa, että tutkimuslomakkeen väittämätaulukoissa käytetään neliportaista asteikkoa viisiportaisen sijaan. Asiakkaan on helppo valita aiemman viisiportaisesta asteikosta kohta ” en osaa sanoa ” / ”ei eri-, eikä samaa mieltä”, yrittäjän kannalta tämä on kuitenkin riski, sillä se heikentää vastausten luotettavuutta, eikä kerro yrittäjälle juuri mitään. Väittämätaulukon lisäksi kyselyssä voidaan esittää myös monivalinta- tai avoimia kysymyksiä, jotka on syytä muotoilla selkeästi, muuten riskinä on, että vastaaja ei vastaa kysyttävään asiaan. (Mäntyneva, Heinonen ja Wrangle 2003, 53 – 55.)

Kenttätöön toteutus

Haastattelulomakkeen ja tarvittavien taustatietojen keräämisen jälkeen päästään kenttätööhön, tässä tapauksessa toteuttamaan haastattelua. Haastattelija valmistautuu haastatteluun hyvin ja varaa haastattelulle aikaa. Asiakkaalle tulee myös kertoa syy, miksi häntä haastatellaan, jottei hän tunne oloaan ahdistavaksi. Yleensä haastatteluihin valitaan jokin ulkopuolinen haastattelija, mikä puolestaan lisää asiakkaan halua osallistua haastatteluun, sekä antaa asiakkaalle rohkeutta antaa myös kielteistä palautetta yrityksestä, koska haastattelija ei itse työskentele yrityksessä.

Haastattelijan on myös syytä eläytyä haastateltavan asemaan, ja välttää liian tungettelevaa käytöstä tai kysymyksiä. Kysymykset tulee myös esittää selkeästi vastaajaa kunnioittaen. Haastattelun lopuksi on kohteliasta kiittää vastaajaa vaivannäöstä. Opinnäytetyössä usein jäin hetkeksi juttelemaan asiakkaan kanssa haastattelun päätyttyä.

Tulosten analysointi ja raportointi

Kun tutkimusaineisto on kasassa, aloitetaan aineiston yhteen kokoaminen. Opinnäytetyössä käytettiin tulosten analysoinnissa apuna webropol-ohjelmaa. Ennen tulosten syöttämistä webropoliin tulisi lomakkeet käydä läpi kohta kohdalta ja kerätä niistä avoimien kysymysten kohdalta tärkeät ja usein vastaantulevat tiedot. Vastausten webropoliin syöttämiseen jälkeen niitä tarkastellaan uudelleen, sekä

testataan, vaikuttaako sattuma kyselyn tuloksiin. Webropol-ohjelma on kätevä ja nykyaikainen menetelmä tulosten analysoinnissa. Sen avulla on helppoa tarkastella tuloksi eri muodoissa, kuten lukumäärä ja prosenttimuodoissa erilaisten taulukoitten ja diagrammien avulla. Aluksi kannattaa katsoa useampaa tapaa esittää tulokset. Jos vastaajia on riittävästi, voidaan tuloksista laskea erilaisia tunnuslukuja; keskiarvo ja hajontalukuja. Tuloksia voidaan kuvata esimerkiksi; ympyrä-, viiva-, ja palkki-diagrammien avulla. Mielpidevääntämistä voidaan laskea keskiarvot ja kuvata niitä vaakapalkein alenevassa suuruusjärjestyksessä.

Visuaalisen grafiikan käyttäminen antaa tutkimusraportille ilmettä sekä tekee tutkimuksesta lukijajyvällisemmän. Kun tulokset esitetään graafisessa muodossa, käytetään apuna myös värejä, joista on apua etenkin visuaalisesti oppivien ihmisten kohdalla. Visuaalisen grafiikan käytössä on huomiotava punavihersokeus, joten punaista ja vihreän yhdistelmää tulisi näin ollen välttää. Raportin kirjoittamisessa voi käyttää apuna suttupaperia, jolle tietoa kerätään, tällöin oleellista tietoa ei jää puuttumaan. Hyvä raportti sisältää myös johdannon, jonka avulla lukija johdatellaan asiaan, sekä loppuun yhteenvedo, joka kokoaa asiat yhteen. Otsikot ja väliotsikot puolestaan selkeyttävät raporttia ja auttavat raportin kirjoittajaa työssään. (Lotti 1995, 136 – 140.)

4.3 Tutkimuksen luotettavuus

Jotta tutkimus olisi luotettava, on sen tekovaiheissa oltava huolellinen. Hätiköinti ja pinnallinen paneutuminen heikentävät tutkimustulosta ja tekevät tutkimuksen turhaksi. Validiteetti mittaa sitä, kuinka päteviä tiedot ovat ja vastaavatko ne sitä, mitä tutkimuksessa tutkimusongelman kannalta mitataan. Kun taas reliabiliteetti mittaa tulosten luotettavuutta, eli sitä kuinka paljon sattuma vaikuttaa tuloksiin. (Lotti 1995, 29 – 33.)

Tutkimustulosten luotettavuutta voidaan arvioida esimerkiksi vastausprosentin perusteella. On kuitenkin syytä muistaa, että haastattelijan läsnäolo voi vaikuttaa haastateltavan vastauksiin ja sitä kautta tuloksiin. Tutkimuslomaketta on syytä testata, ennen sen käyttöön ottoa, jotteivat kysymystyytit johda asiakasta harhaan ja väärin ymmärryksiin. Mikäli vastausprosentti on pieni, sattuma muuttaa hyvinkin herkästi tutkimuksen tuloksia, jolloin tutkimus ei ole kovin luotettava. Opinnäytetyössä jouduttiin myös tekemään kysymyksistä kohderyhmän huomioon ottaen yksinkertaisia, jotta asiakkaat ne ymmärtävät, näin ei synny väärinkäsityksiä tutkimuksessa selvitettävistä aiheista. (Lotti 1995, 101.)

Korkea vastausprosentti onkin yksi tärkeä tekijä, kun arvioidaan kyselyn tulosten luotettavuutta. Vastauksia saatiin 94 kappaletta, on kuitenkin muistettava, että kaikki asiakkaat eivät halunneet tai kyenneet osallistumaan kyselyyn, kyselyyn osallistuminen kuitenkin perustui asiakkaan vapaa-ehtoisuuteen, eikä heitä pakotettu siihen. Koska myös haastattelijan läsnäolo voi vaikuttaa kyselyn tuloksiin, annettiin lomakkeita myös asiakkaalle itsenäisesti täytettäväksi ja verrattiin niitä kyselyihin, jotka tehtiin haastattelamalla. Vastaukset osoittautuivat melko samankaltaisiksi haastateltujen asiakkaitten ja niitten asiakkaitten kesken, jotka täyttivät lomakkeen omatoimisesti.

Tutkimuslomakkeen testaaminen.

Haastattelulomakkeen testaamisella tarkoitetaan sen vastausvaihtoehtojen toimivuuden, kysymysten ymmärtämisen sekä haastatteluun kuluvan ajan testaamista. On kuitenkin syytä muistaa varata haastattelua varten muutama minuutti ylenmääräistä aikaa, sillä opinnäytetyönikin tapauksessa asiakkaan haastatteluun kuluva aika oli yksilöllistä. Opinnäytetyössä tuli huomioida, että itse kysymysten täytyi olla vanhusten kohdalla erittäin yksinkertaisia asiakkaan ymmärrettävissä olevia. Mikäli vastaaja ymmärtää kysymyksen väärin, ei kysely tällöin ole riittävän kattava, eikä vastauksia saadu tutkittavaan asiaan. Sanajärjestyksellä on vaikutusta siihen, kuinka vastaaja sen ymmärtää, joten lause tulee muotoilla niin, että saadaan asiakkaalta haluttu vastaus oikein ymmärrettyyn kysymykseen. Haastattelussa vanhuksia jouduttiin selventämään kysymyksiä asiakkaille, joten kysymysten oikein muotoilun tärkeys korostui vanhusten kohdalla. (Lotti 1995, 101 – 102.)

Haastattelututkimuksen virhelähteet

Haastattelututkimukseen sisältyy erilaisia virhelähteitä, jotta näiltä riskeiltä voitaisiin välttyä, on syytä lomakkeen testauksen lisäksi suunnitella tutkimus huolellisesti. Huolellinen taustatyö onkin keskeinen osa onnistuneen tutkimuksen kannalta. Tuttu sanonta ”hyvin suunniteltu on jo puoliksi tehty”, pätee hyvin opinnäytetyöni caseen. Opinnäytetyön potentiaalisia virhelähteitä, jotka voivat johtaa tutkimustuloksia harhaan olivat: vastaaja, tutkimuslomake ja haastattelija. (Lotti 1995, 103 – 104.)

Vastaajan kannalta on syytä huomioida oikein ymmärtämisen lisäksi, vastaajan tapa vastata kysymyksiin. Vastaaja ei välttämättä kehtaa esittää kielteistä kannanottoa asiaan (etenkään haastattelijan läsnä ollessa) vaan voi vääristää vastaustaan positiiviseen suuntaan. Tällöin tutkimustulos saattaa vääristyä, eikä palvelujentuottaja koe tarvetta kehittää toimintaansa, sillä hän olettaa, että asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä palveluun, eikä kehittämiskohteita ole. Avoimien kysymysten kohdalla taas vastaajalla on taipumusta tiivistää vastaustaan ja vastata kysymykseen lyhyesti, tai ei lainkaan. Tämän vuoksi avoimissa kysymyksissä käytetään jatkokysymystä, joka johdattelee vastaajaa vastamaan kysyttävään kohteeseen. Vastaajan lyhytsanaisuus saattaa johtua siitä, että haastattelutilanne on vastaajalle epänormaali ja ahdistava. (Lotti 1995, 101 – 104.)

Lomakkeen laadinnassa tulee huomioida kysymysten viitekehys. Vastaajan asemaan eläytyminen on siis tärkeää onnistuneen viitekehysten kannalta. Kysymykset eivät voi olla liian ahdistavia tai liian pitkiä, että vastaajan on vaikea ne ymmärtää. Tämä tarkoitti opinnäytetyössä kysymysten yksinkertaisuutta, kysymykset tuli myös esittää oikein. Kun tehtiin haastattelua vanhuksille, tuli myös puhua riittävän selkeästi ja hitaasti. Koska vanhuksilla on huonompi kuulo, oli heitä haastatellessa oleellista kiinnittää huomiota äänenkäyttöön, vaikka jouduttiin käyttämään ääntä enemmän kuin normaalisti, en voinut kuulostaa kuitenkaan vihaiselta. Koska haastattelijana toistettiin samoja kysymyksiä niin paljon, että niitten esittäminen hitaasti alkoi työn loppuvaiheessa tuntua haastavalta. Jäi tunne, että

tämä vaikutti kyselyjen sujuvuuteen, ja jouduttiin hidastamaan puhetahtia tai esittämään saman kysymyksen toisin sanoin, kuten kohdan ”mitä ruokaa haluaisitte mieluiten syödä? ”, esitettiin välillä muodossa ” onko teillä toiveruokia? ”. (Lotti 1995, 101 – 104.)

Lomakkeessa kysymysten tuli edetä myös loogisessa järjestyksessä niin, ettei samaa tutkittavaa kohdetta tutkita esimerkiksi ensiksi kyselyn alussa ja sitten lopussa. Opinnäytetyössä tämä huomioitiin väittämätalukossa. Ensiksi kysyttiin itse ateriaan liittyvät kysymykset, minkä jälkeen oli loogista siirtyä kysymyksiin, jotka käsittelivät asiakkaitten tyytyväisyyttä palvelutasoon. (Lotti 1995, 101- 104.)

Tutkimusetiikka

Tutkimuksen luotettavuuden arvioinnin yksi kanava on tutkimusetikka. Lisäksi tutkimusetikkaan kuuluu tutkimuseettinen toiminta. Toisen kirjoittamaa tekstiä ei saa lainata ilman ”lainausmerkkejä”, eikä tutkimustuloksia voi vääristellä, jotta tutkimus näyttäisi paremmalta esimerkiksi: muuntelemalla tutkimuksen tuloksia, paisuttelemalla lähdeluetteloja tai jättämällä jotain pois. Mikäli tutkimus toteutetaan asiakkaita haastatteleamalla, ei asiakkaitten yksilötietoja tai yrityksen liikesalaisuuksia saa levittää ulkopuolisille.

Tutkimusetiikan loukkaukset ovat aina vakava ja vanhentumaton asia, josta seuraa rangaistus. Tämän vuoksi tutkimuseettisiin ohjeisiin on perehdyttävä etukäteen ja niitä on noudatettava.

5 ASIAKASTYYTYVÄISYYS

5.1 Asiakastyytyväisyys yleisesti

Asiakastyytyväisyys on käsitteenä laaja, se pitää sisällään kaikki yrityksen tuotteeseen ja/tai palveluun liittyvät tekijät. Usein asiakastyytyväisyyteen kuuluvat myös yrityksen sijaintiin ja toimitiloihin liittyvät asiat. Yrityksen asiakaskunta syntyy tyytyväisistä asiakkaista, joten on syytä muistaa, että yksikään yritys ei voi toimia kannattavasti ja kustannustehokkaasti ilman riittävää asiakaskuntaa, sillä asiakas maksaa yrittäjän palkan. Asiakastyytyväisyys ei kuitenkaan tarkoita kaikille asiakkaille samaa, sillä heidän tarpeensa ovat erilaisia myös yksilöllisesti eri toimialoilla. Se mikä on toiselle hyvää palvelua, voi olla toiselle huonoa tai epäkohteliasta, siksi asiakaspalvelijan on tärkeää osata tunnistaa millaista palvelua juuri tämä asiakas tarvitsee. Asiakaspalvelu on siis pitkälti myös kuuntelu- ja tilanteenlukutaitoa. Asiakas on myyjän tavoin ihminen, joten myös hänellä voi olla huono päivä tai stressiä, minkä vuoksi asiakas voi käyttäytyä huonosti tai kokea palvelun huonoksi. (Alanen, Malkiä ja Sell 2005, 24.)

Asiakastyytyväisyyden ylläpitäminen ja tuotteiden kilpailuttaminen ovat nyky maailmassa entistä tärkeämpiä asioita yritystoiminnassa. Asiakkaat ovat tulleet entistä laatumietoisemmiksi ja vaativimmiksi, sillä informaatiota ja valinnan varaa on globalisaation ja teknologian ansiosta saatavilla entistä enemmän. Puutteet asiakastyytyväisyydessä tulevat yritykselle kalliimmaksi kuin hyvän palvelun tuottaminen. Kuten useassa muussakin yrityksessä opinnäytetyöni yrityksellekin on tärkeää luoda hyvä ja pitkäaikainen toimiva asiakassuhde. Ihminen luo helposti mielikuvan yrityksestä, henkilöstä tai palvelusta jo ensivaikutelman perusteella, siksi luotettavan ensivaikutelman antaminen asiakkaalle on ensiarvoisen tärkeää. Asiakas haluaa tuntea itsensä arvokkaaksi ja oikeasti välitettyksi. Mikäli asiakas ei ole tyytyväinen, hän vaihtaa yritystä. Negatiivinen palaute lähtee myös leviämään huomattavasti helpommin kuin positiivinen, sen antamisesta ei kuitenkaan ole yritykselle hyötyä mikäli palaute ei tule itse yrittäjälle, mutta leviää asiakkaitten keskuudessa puskaradion tavoin. (Alanen, Malkiä, Sell 2005, 24.)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata eri osa-alueilta, kuten kannattavuutta, myyntiä, asiakasuskollisuutta, asiakkaan tyytyväisyyttä eri osa-alueisiin, asiakassuhteen kestoa ja laatua. Asiakastyytyväisyyttä voidaan tutkia monin keinoin ja sopiva tapa on selvitettävä tapauskohtaisesti. Tällöin on syytä tiedostaa ongelmakohda(t). Asiakastyytyväisyyttä voidaan tutkia esimerkiksi asiakastyytyväisyyskyselyllä, ryhmäkeskusteluilla. Jotta tutkimusta voidaan hyödyntää, on se kohdennettava keskeisiin asioihin. Nyky maailmassa on syytä seurata myös taloudellista tilannetta ja sen vaikutusta asiakastyytyväisyyteen ja menestykseen. Asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla yritys saa uutta tietoa asiakastaan ja heidän mielipiteistään ja toiveistaan. Tutkimuksen toteutuksessa on otettava huomioon asiakas sekä yrittäjä, mikäli asiakas ei osaa vastata kysymykseen ei kyselystä ole hyötyä, myöskään liian helpoiksi asetetut mittarit kyselyssä eivät palvele yrittäjää. Asiakkaan tulisi kokea kysely edukseen, ei niin että häntä halutaan hännätä, siksi kyselyssä ei selvitetä liian henkilökohtaisia asioita. Kyselyssä voidaan käyttää koulu arvosanoja, tai valmiita vastausvaihtoehtoja sekä avoimia kysymyksiä. (Rope ja Pöllänen 1994, 58 – 95.)

Asiakastyytyväisyyden ylläpitäminen yrittäjätasoisesti

Yrittäjän on syytä pitää mielessään myös kustannustehokas toiminta, vaikka asiakastyytyväisyys. Asiakaspalvelijan on myös opittava ottamaan vastaan kielteistä palautetta ja pyrkiä ratkaisemaan tilanne hyväksi asiakkaan kannalta. Kielteistä palautetta ei pidä ottaa henkilökohtaisesti vaan rakentavana kritiikkinä, eikä niin että kielteinen palaute heijastuu asiakaspalvelijan käytökseen.

Kuitenkaan asiakastyytyväisyydestä ei saisi tulla yrittäjälle liian suuri resurssi, asiakas voi vaatia vaikka kuuta taivaalta, mutta aina yrityksellä ei ole siihen resursseja. Opinnäytetyössäni asiakastyytyväisyyttä lisäisi palvelun nopeuttaminen, mutta sitä varten pitäisi hankkia uusi auto, joka on turhan yritykselle liian suuri menoerä. Tämän vuoksi yrittäjän on tehtävä laskelmia, kuinka paljon palvelun kehittäminen syö resursseja mahdollisesti menetettyyn asiakkaaseen nähden. Mikäli yrittäjän menot kasvavat, hän joutuu nostamaan hintojaan. Opinnäytetyöni tapauksessa hintojen nousu olisi suuri riskitekijä, sillä vanhuksilla ei ole varaa maksaa palvelusta enempää.

Asiakastyytyväisyydessä keskeisiä kilpailukeinoja ovat: tuotteen laatu, tuotteen hinta, tuotteen saataavuus, palvelun nopeus, palvelun ystävällisyys yms. Yrittäjän tulee kuitenkin tuntee asiakkaansa jotta, hän pystyy täyttämään asiakastarpeet. Kun yrittäjä tuntee ja tiedostaa asiakkaitensa tarpeet, on hänen helpompaa markkinoida tuotetta tai palvelua asiakkaalle, sekä tuottaa asiakkaille palvelua, joille on kysyntää. On tarpeetonta tuottaa palvelua tietyille kohderyhmälle, mikäli palvelu ei vastaa kohderyhmän tarpeita, periaatteella ”myydään pakastimia eskimoille”, ei yrityksen liikeidealle ole kysyntää. Vastaavasti opinnäytetyö yrityksen tuotteille ei olisi kysyntää jos se valmistaisi jotakin muuta kun normaalia kotiruokaa. (Rope ja Pöllänen 1994, 111 - 113.)

Kun yrittäjä on selvillä omista kilpailukeinoistaan ja asiakastarpeistaan on hänen helpompaa toimia markkinoilla, kuin niin että yrittäjä yrittää yhdistää kaikki keinot samaan pakettiin. Yrittäjä siis keskittyy johonkin osa- alueeseen, johon haluaa asiakastyytyväisyydessä panostaa. Opinnäytetyössäni tärkeimpiä kilpailukeinoja hinnan lisäksi ovat palvelun ystävällisyys, empatia asiakasta kohdan, sekä riittävän hyvän ravinnon tuottaminen. Kuitenkaan ravinnon ei tarvitse olla ns kurmee ruokaa, riittää että hintalaatusuhde on kohdillaan. (Rope ja Pöllänen 1994, 111 – 113.)

Asiakkaan mielikuva ja ennakkokäsitykset

Asiakkaan mielikuva ja ennakkokäsitykset yrityksestä ovat todella ratkaisevassa asemassa, kuinka hän suhtautuu koko yritykseen. Ne muodostuvat asiakaskokemuksen pohjalta, siksi hyvien ennakkokäsitys ja positiivisten mielikuvien luominen on tärkeää. Mikäli asiakas ei saa yrityksestä positiivista kuvaa, hän ei todennäköisesti aloita asiakkuutta yrityksessä tai jatka sitä. Asiakkaan ennakkokäsityksiä on vaikeampaa muuttaa negatiivisesta positiiviseksi, kun taas positiivinen mielikuva muuttuu, etenkin asiakkuuden alkuvaiheessa helposti myönteisestä kielteiseksi virheen sattuessa. Asiakas pettyy esimerkiksi jos yrittäjä ei pidä kiinni sovituista asioista, kuten aikatauluista tai silloin kun tuote/palvelu ei vastaa asiakkaan odotuksia. Myös liian korkeat hinnat laskevat asiakkaan tyytyväisyyttä yrityksen. On kuitenkin muistettava, että myös asiakkaalla voi olla huono päivä, minkä vuoksi hän saattaa antaa

kielteistä palautetta herkemmin. Positiivisiksi kokemuksiksi asiakkaat kokevat, mikäli yritys jollakin taholla ylittää asiakkaan odotukset esimerkiksi erinomaisella asiakaspalvelulla. (Rope ja Pöllänen 1994, 165 – 166.)

Asiakkaan asennoitumiseen vaikuttavat yrityksen imago ja maine, asiakas ei välttämättä ole muodostanut yrityksestä ennakkokäsityksiä tai mielikuvaa, hänellä on yleinen odotus palvelua ja sen laatuun vaikuttaviin tekijöihin. Asiakkaan muodostama ensivaikutelma voi joko muuttua tai vahvistua asiakaspalvelutilanteessa. Kuten jo nimestäkin voi päätellä asiakas muodostaa ensivaikutelman yrityksestä nopeasti muutaman ensimmäisen sekunnin aikana. Kun yritys onnistuu luomaan asiakkaalle hyvän ensivaikutelman, esimerkiksi ylittämään asiakkaan odotukset, asiakas antaa jatkossa helpommin anteeksi, mikäli yritys tekee virheen. Negatiivinen ensivaikutelma puolestaan saa asiakkaan kriittiseksi, jolloin asiakas alkaa tulkita yrityksen toimintaa kielteisesti. Tällöin koko vuorovaikutus tilanne voi kehittyä negatiiviseksi ja myyjän on osattava kääntää se takaisin positiiviseen suuntaan (Aarnikoivu 2005, 93 – 94.)

Kukaan asiakaspalvelija ei ole seppä syntyessään, mutta jokainen voi kehittyä asiakaspalvelussa ja asiakastyytyväisyyden ylläpitämisessä. Asiakaspalvelijan on syytä osata lukea asiakasta ja asiakaspalveluympäristöä. Jo pienillä asioilla, itsestään selvillä asioilla, voidaan parantaa asiakastyytyväisyyttä. Asiakas ei välttämättä kiinnitä asioihin huomiota, kun ne ovat kunnossa, mutta jos niissä on puutteita asiakas huomaa virheen herkästi. Sotkuinen ja sekava miljöö ei anna asiakkaalle positiivista kuvaa, myöskään töykeä tai tungetteleva käytös ei lisää asiakastyytyväisyyttä. Kuitenkin asiakaspalvelijan on kunnioitettava asiakasta, ajatuksella ” asiakas on kunigas”. Mikäli asiakas pettyy yritykseen, tulee asiakaspalvelijan selvittää tilanne, pahoitella asiaa ja mahdollisesti tarjota asiakkaalle hyvitystä tuotteesta tai vastaavaa tuotetta, mikäli tuotetta ei ole. Opinnäytetyöni yrityksessä asiakas kyllä huomaa, mikäli hänen annostaan ei ole valmistettu hyvää elintarvikehygieniää noudattaen. Asiakkaalle ei siis voi valmistaa tuotetta, jota ei olisi itsekään valmis syömään.

5.2 Asiakastyytyväisyys opinnäytetyöyrityksessä

Opinnäytetyössäni keskeisiä asiakastyytyväisyyden vaikuttavia tekijöitä olivat: palvelun- ja ruuanlaatu osa-alueineen. Palvelun laatuun vaikuttavia tekijöitä ovat: henkilökunnan palvelu alttius, kyky auttaa asiakasta, palvelun nopeus sekä asiakaspalvelijan asenne työhönsä. Mikäli asiakaspalvelu työssä työskentelevä henkilö ei ole palveluhenkinen, kokevat asiakkaat palvelun negatiivisena kokemuksena. On kuitenkin syytä muistaa, että jokainen kokee palvelun ja sen tarpeen omalla tavallaan. Se mikä on toiselle hyvää palvelua, voi olla toiselle huonoa tai vähäistä, kun taas toinen vaatii palvelulta vähemmän ja kokee liiallisen palveluhenkisyuden jopa tungettelevana, siksi asiakaspalvelijan pitäisi osata lukea asiakasta ja tilannetta.

Asiakaspalvelua tukevat pienet asiat kuten eleet ja ilmeet sekä äänenkäyttö. Osalla vanhuksista ei juurikaan ole ihmiskontakteja päivän aikana, joten he saattavat kokea kontaktin tärkeäksi. Siksi on tärkeää, että ruuanjakaja hoitaa asiakaspalvelu tilanteen hyvin. Hymy ja ystävälliset eleet ovat tärkeitä asioita vanhuksille, miksei muillekin. Vanhusten kohdalla myös äänenkäytön merkitys kasvaa. Vanhat

ihmiset kuulevat huonommin, joten puheen on oltava hieman normaalia voimakkaampaa ja hitaampaa, kuitenkin ystävällisen kuuloista. Mikäli puhe on liian nopeaa, ei asiakas ehdi saamaan siitä selvää tai vastamaan/ esittämään kysymyksiä ruuanjakajalle. Puhe ei myöskään saa olla monotoimista, eli liian hidasta, sillä se koetaan epäkohteliaaksi. Lisäksi myönteiseen eleviestintää kuuluvat: katsekontakti asiakkaaseen, nyökkäily, pään kallistaminen sivulle, vartalon kääntäminen puhujaan päin sekä avoin asento. Lukittu asento, nyrpeä ilme, pois päin vetäytyminen ja katsominen ovat taas negatiivista eleviestintää. (Laitinen ja Isoviitta 2001.)

Aterian laatuun puolestaan vaikuttavat: ruuanmaku, tuoreus, ulkonäkö, ruokalistan monipuolisuus, raaka aineiden alkuperä, aterian hinta, sekä erilaiset asiakastarpeet, kuten se, täyttääkö ateria vanhuk-sille riittävät ravintoarvot ja energiantarpeen. Koska ruoka toimitetaan asiakkaille heidän kotiinsa, ei toimitiloja koskeviin väitteisiin ole syytä puuttua.

Koska asiakkaat ovat yrityksellä pysyviä, yritys on onnistunut luomaan asiakkaitten keskuudessa positiivisen yrityskuvan. Seuraava haaste yritykselle on pitää asiakkaat uskollisina yritykselle. Asiakasuskollisuudella tarkoitetaan opinnäytetyö yrityksen kohdalla asiakkaan pitkäaikaista yrityksen palvelun käyttöä. Asiakasuskollisuus muodostuu asiakkaan ostopäätöksistä ja tunteista. Opinnäytetyössäni asiakkaat ostavat yritykseltä, koska kokevat sen hyväksi, toisaalta yritys on ainoa yritys Varkaudessa, joka vastaa asiakkaan tarpeisiin. Opinnäytetyössä selvitettiin, mitä tuotteita asiakkaat ovat jatkossa valmiita ostamaan sekä mitkä tuotteet voisi asiakkaitten mielestä jättää pois. Vanhusten kohdalla myös hinta vaikuttaa keskeisesti asiakasuskollisuuteen, sen on oltava kohtuullinen, jotta asiakkaalla on varaa käyttää yrityksen palvelua. Asiakasuskollisuuteen vaikuttaa lisäksi palvelunkäytön helpous, sillä asiakas saa aterian kotiinsa, mutta voi halutessaan peruuttaa aterian puhelimella tai ilmoittamalla siitä ruuanjakajalle. (Arantola 2003, 26 – 36.)

Asiakasuskollisuutta voidaan mitata, mutta silloin on hyvä tunnistaa oikea hetki. Opinnäytetyössä mit-taaminen on varsin helppoa, sillä yrittäjä näkee, kuinka moni asiakas käyttää palvelua säännöllisesti ja kuinka pitkään asiakassuhde on kestänyt. Asiakasuskollisuudella mitataan asiakkaan asenteita ja uskollisuutta tutkittavaa kohdetta kohtaan. Opinnäytetyöyrityksessä asiakasuskollisuuden mittauskanavia ovat: asiakas pysyvyys, asiakkuuden kesto, asiakkaan asenteet ja käyttäytyminen ja asiakas-osuus. (Arantola 2003, 37 – 42.)

Uskolliset asiakkaat toimivat myös yrityksen puolestapuhujina, he suosittelevat yritystä tuttavilleen, jotka puolestaan lähtevät itsekin kokeilemaan yritystä. Tällöin yritys saa uusia potentiaalisia asiakkaita. Potentiaalinen asiakas ei ole vielä asiakas, mutta hänestä voi tulla ensiksi yrityksen asiakas ja lopulta jopa kanta- asiakas tai puolestapuhuja. Tällöin yrityksen on onnistuttava täyttämään asiakkaan odo-tukset, jotta uusintaostoja syntyisi. Kun asiakkaat ovat yrityksen puolestapuhujia, yrityksen ei tarvitse käyttää niin paljon resursseja markkinointiin. Asiakkaat ovat keskittäneet ostoksensa yritykseen, koska heillä on kiinteä ja luottamuksellinen suhde yritykseen. Asiakas voi olla uskollinen myös tietylle työn-tekijälle, ja ostaa palvelun häneltä. Ruokapalvelussa ruuanjakaja oli lähes aina sama, mikä vahvistaa asiakkaan uskollisuutta ja luottamusta työntekijää kohdan. Asiakasuskollisuuden siteet ovat joko ra-kenteellisia, rahallisia tai sosiaalisia. Rahalliset siteet tarkoittavat sitä, että asiakas ostaa yritykseltä

halpojen hintojen takia. Sosiaalisissa siteissä puolestaan vuorovaikutus koetaan hyväksi, kun taas rakenteellisissa siteissä asiakas kokee kokonaisuuden asiakasuskollisuuden arvoiseksi. (Laitinen, Isoviitta ja Hytönen 1994, 31 – 34.)

5.3 Asiakastyytyväisyyskysely Kisapuiston Ruokapalvelulle

Asiakastyytyväisyyskyselyt ovat kasvattaneet suosiotaan yritysten keskuudessa. Sen avulla on helppo selvittää, mitkä asiat ovat asiakkaitten mielestä jo nyt kunnossa ja missä puolestaan olisi varaa kehittyä. Asiakastyytyväisyyskysely on siis yksi asiakastyytyväisyyden mittari, ja hyvä silloin, kun se on osattu kohdistaa kohderyhmälle. Sen avulla voidaan myös selvittää, onko asiakkaalla antaa yritykselle kehitysideoita tai toiveita, joitten avulla yritys pystyy tuottamaan asiakkaalle entistä parempaa palvelua.

Kyselyn toteutus voidaan jakaa kolmeen selkeään vaiheeseen: kyselyn laatimiseen, kenttätyöhön sekä tulosten analysointiin ja raportointiin. Kysely tulee laatia niin, että siinä selviää asiat, joita yrittäjä haluaa tutkia, mutta kysymykset tulee esittää niin, että asiakas ne ymmärtää. Turhia ja hienoja kliseellisiä kysymyksiä on turha esittää, sillä asiakas ei välttämättä niitä ymmärrä. Lisäksi on kiinnitettävä huomiota siihen, tehdäänkö kysely kaikilla asiakkaille vai vain tietylle joukolle. Usein myös kyselyn ajoituksella on väliä, esimerkiksi jos yritys haluaa, selvittää kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat johonkin tapahtumaan, kysely tulisi laatia tapahtuma aikana tai sen jälkeen. Tulosten kokoamista puolestaan helpottaa se, että kysymyksissä on käytetty valmiita vastausvaihtoehtoja, näin tutkijan ei tarvitse päättellä, mitä asiakas kommentillaan tarkoittaa. Kuitenkin osa kysymyksistä tulee jättää avoimiksi ja asiakkaalle tulee antaa mahdollisuus antaa vapaasti palautetta. (Rope ja Pöllänen 1994, 89 – 93.)

Avoimien kysymystyyppien kohdalla tutkija tulosten analysointivaiheessa etsii ne vastaukset joita on tullut eniten ja joista on hyödyä yrittäjälle. Opinnäytetyössäni hyvä esimerkki tästä olisi asiakkaan toiveruutat kohta. Jo kenttätyövaiheessa kiinnitin huomiota asiakkaan vastauksiin, jotta minun oli helppo löytää se ydinasia tutkittavaan kohteeseen. Myös kysymysten asettelulla kyselylomakkeella on merkitystä ja niillä tulisi aina olla looginen järjestys lomakkeessa. Punaisen langan avulla asiakkaan on helpompaa keskittyä vastaamiseen ja näin vastauksista saadaan luotettavampia. (Rope ja Pöllänen 1994, 89 – 93.)

Jo kyselyn laadintavaiheessa on syytä huomioida kohderyhmä, jotta kyselystä tulisi mahdollisimman yrittäjää palveleva. Vanhukset ovat kohderyhmänä haastava, joten taustatietoa heidän ruokailutottumuksistaan oli syytä hakea. Näin kysely palvelee paremmin yrittäjää. Lisäksi on syytä ottaa huomioon, mitkä seikat mahdollisesti vaikuttavat asiakkaan vastauksiin. Esimerkkinä tästä ovat vanhusten pienempi energiantarve ja erilaiset sairaudet allergiat tai erikoisruokavaliot. Vanhusten on saatava ravinnosta riittävästi energiaa ja ravintoaineita, kun taas sairaudet voivat taas vaikuttaa asiakkaan ruokahuuun, mielentilaan sekä kykyyn osallistua kyselyyn. En kuitenkaan saanut juuri lainkaan asiakkailta negatiivista palautetta, koskien ravinnon vaikutusta heidän henkiseen tai fyysiseen hyvinvointiinsa.

Kyselyssä selvitin myös, kuinka hyvin asiakkaan mahdolliset allergiat ja muut erityistoiveet ruokavali-
ossa on huomioitu yrityksessä. Sain yrittäjältä palautetta, että kyseisten asioiden huomioiminen on
myös heille tärkeää, esimerkiksi kihtipotilaita löytyi jonkun verran asiakkaitten keskuudesta, heidän
huomioiminen on yritykselle välttämätöntä.

Kysymysten tuli olla myös selkeästi muotoiltu, jotta asiakas sen ymmärtää, sekä lomakkeen helposti
täytettävissä. Myös fonttikokoa täytyi suurentaa. Kävi ilmi, että kaikki asiakkaat eivät itse maksa ruo-
kaansa tai asiakkaalla ei ole käsitystä siitä, kuinka paljon ruoka ja sen valmistuskustannukset ovat.

6 KISAPUISTON RUOKAPALVELUN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

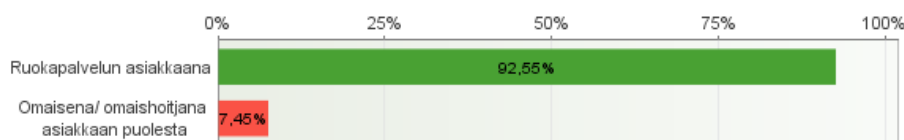
Tämä opinnäytetyön osio pitää sisällään toteutuneen version kyselystä ja sen tuloksista. Kyselyn tavoitteena oli selvittää tutkimusongelma. Tässä tapauksessa tutkimusongelmana oli selvittää ruokapalvelun asiakkaitten asiakastytyväisyyttä yrityksen tuottamaan ateriapalveluun, sekä henkilökunnan ystävällisyyteen. Lisäksi kyselyn avulla selvitettiin asiakkaitten tarvetta lisäpalveluille, sekä ateriapalveluille, joita he eivät ruokapalvelulta vielä saa. Asiakkaat saivat esittää myös omia toiveitaan ruokapalvelulle ja kertoa toiveruuistaan. Myös yrittäjälle itselleen oli tärkeää, selvittää asiakkaittensa asiakastytyväisyyttä yritykseen. Hän halusi itse viestittää asiakkailleen, että välittää heistä ja haluaa kuulla heidän mielipiteitään kyselyn avulla.

Yrittäjän oma asenne on keskeistä kyselyn onnistumisen kannalta. Yrittäjän on osattava myöntää, että asiakkaat eivät välttämättä ole samaa mieltä yrityksestä, kuin hän itse. Yrittäjä ei välttämättä tiedosta ”virheitään”, joten ne jäisivät häneltä muutoin huomaamatta. Yrittäjän tulee lisäksi viettää aikaa yrityksessä, ei sen ulkopuolella, niin että työntekijät tekevät kaiken työn yrityksessä. Hyvä yrittäjä kuuntelee myös työntekijöitään, sillä myös työntekijöillä on usein esitettävänäan hyviä näkökulmia kyselyyn. Työntekijän tulisi puolestaan rohkeasti informoida yrittäjälle, mikäli hän huomaa, että yrityksellä on kehityskohteita. Asiakkaan antamaan palautteeseen on asennoituttava oikein, eikä sitä pidä ottaa henkilökohtaisesti. Parasta palautetta on sellainen palaute, jossa asiakas on antanut palautetta asiallisesti, mutta kuitenkin rehellisesti ja pyyteettömästi. (Lipiäinen 2001, 372 – 373.)

Kyselyssä selvitettiin aluksi asiakkaan taustatietoja, jotta nähtäisiin, onko niillä vaikutusta asiakkaan vastauksiin ja kyselyn tuloksiin. Tässä kyselyssä taustatiedot eivät vaikuttaneet kyselyn tuloksiin. Tulosten raportoinnissa käytettiin apuna kaavioita ja taulukoita, tämä auttaa toimeksiantaja yritystä havainnoillistamaan kyselyn tuloksia sekä selkeyttää lomaketta.

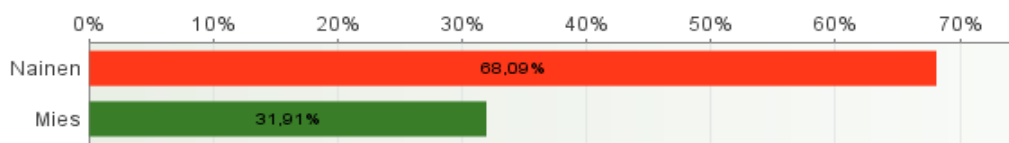
1. Taustatiedot vastaajista

Lähes kaikki asiakkaat vastasivat kyselyyn itse tai haastattelussa loput asiakkaista täyttivät lomakkeen yhdessä omaisensa kanssa.



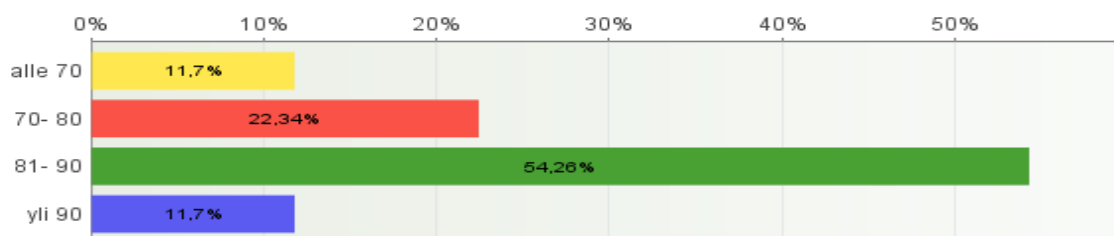
KUVIO 2. Palautteen antaminen, vastauksia 94.

Sukupuoleltaan enemmistö kyselyyn vastanneista asiakkaista oli naisia, miehiä vastanneista asiakkaista oli noin kolmannes. Pariskunnat antoivat palautetta yhdessä vaikka ruoka tuleekin heille vain toisen nimellä, tällöin huomioitiin molempien osapuolien antama palaute.



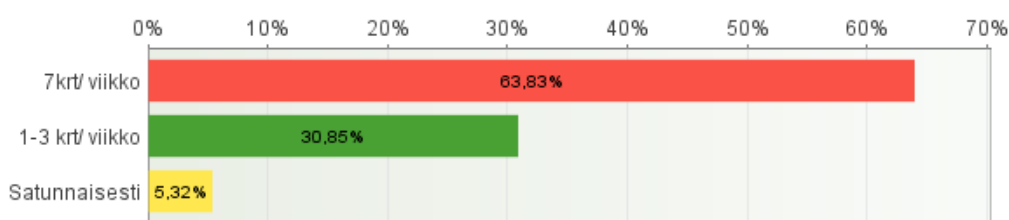
KUVIO 3. Asiakkaan sukupuoli, vastauksia 94.

Kyselyyn osallistui kaiken ikäisiä vanhuksia, mutta yli puolet vastanneista ovat iältään 81 - 90 vuotiaita, jolloin tarve palveluille kasvaa. Tähän vaikuttaa asiakkaan kyky valmistaa ruokaa itse ja hakea tarpeet kaupasta. Myös nuoremmilla ja vanhemmilla on tarvetta palvelulle.



KUVIO 4. Asiakkaan ikä, vastauksia 94.

Päivittäin ruokapalvelua käyttääkin noin 64 % vastaajista. Satunnaisesti (ruokalistan mukaan) vain noin 5 %. Loput vastaajista käyttivät palvelua 1- 3 krt viikossa.



KUVIO 5. Kuinka usein asiakas käyttää palvelua, vastauksia 94.

2. Ruokapalvelua koskevat väittämät

Kyselyyn koottiin oleellisia ruokapalvelua koskevia väittämiä ja niistä tehtiin taulukko, jonka avulla tuloksia oli helppo analysoida. Vastaukset muunnettiin prosenttimuotoon, että nähtiin miten tyytyväisiä asiakkaat ovat väittämiin yleisellä tasolla. Taulukosta on myös helppoa ja nopeaa hahmoittaa asiat, jotka ovat hyvin sekä asiat, joita yrittäjä mahdollisesti haluaa kehittää yhä paremmiksi. Palvelujen kehittäminen ei ole ilmaista, eikä nopeaa, joten taulukon avulla palvelua voidaan kehittää askel askeleelta.

TAULUKKO 2. Ruokapalvelua koskevat väittämät.

Arviointiasteikko (% vastaajista)	4 Täysin samaa mieltä %	3 Jokseenkin samaa mieltä %	2 Jokseenkin erimielttä %	1 Täysin erimielttä %	Yhteensä
Ruoka on mielestäni maukasta	62 %	32 %	5 %	0 %	93
Ruokalista vaihtelee riittävästi	79 %	19 %	2 %	0 %	89
Erytistoiveet on huomioita hyvin (ruokavalio)	71 %	20 %	7 %	2 %	41
Ruoka on riittävän lämmintä	73 %	16 %	7 %	4 %	89
Ateria täyttää energiantarpeeni	88 %	11 %	1 %	0 %	90
Ateriointitapahtuma vaikuttaa positiivisesti mielentilaani	78 %	21 %	0 %	1 %	81
Aterian hinta on mielestäni kohtuullinen	75 %	17 %	5 %	4 %	84
Ruuanjakajien palvelu on ystävällistä ja asiakasta kunnioittavaa	92 %	8 %	0 %	0 %	91
Ruuanjakajien palvelu on asiantuntevaa	84 %	13 %	2 %	0 %	83
Saan apua pyydetessä	93 %	4 %	2 %	2 %	56
Aikataulut pitävät hyvin paikkansa	69 %	19 %	8 %	3 %	88

Mikäli asiakkaalla ei ollut kokemusta kaikista väittämistä/ tarvetta väittämälle, jäi väittämä asiakkaan osalta tyhjäksi. Pystysarakkeesta "vastauksia yhteensä" näkee, kuinka paljon vastauksia väittämään saatiin. Pääsääntöisesti asiakkaat ovat olleet joko täysin tyytyväisiä, tai jokseenkin tyytyväisiä ruokapalvelun palveluun ja ruokiin. Vaikka vanhuksilla onkin käytössään lääkkeitä, jotka vaikuttavat heidän ruokahaluunsa ja mielentilaansa, ei negatiivista palautetta juurikaan tullut.

Ruuan maistuvuuteen vaikuttivat mausteitten määrä sekä yleiset mieltymykset ruokiin. Mitään sellaista ruokaa, josta useampi asiakas ei pidä, ei kuitenkaan tullut ilmi. Ateria täyttää hyvin asiakkaan ravinnon tarpeet ja sitä jää asiakkaalle myös illaksi. Energiankulutus on jokaisella yksilöllistä, mikä saattoi hiukan vaikuttaa vastauksiin. Ateriointitapahtuman asiakkaat kokivat vaikuttavan positiivisesti heidän mielentilaansa.

Koska ateriaan kuuluu pääruuan lisäksi myös leivät, salaatti ja jälkiruoka ei aterian hintakaan ollut useimman asiakkaan mielestä liian suuri. Mikäli asiakkaan ruuan kustantaa hänen omaisensa tai jokin muu taho, ei hän ottanut kantaa väittämään. Kaikilla asiakkaista ei myöskään välttämättä ollut vertailupohjaa ruuanhinnalle muualta.

Ruuanjakajien palvelua asiakkaat kehuivat hyväksi ja ystävälliseksi, heti väittämän heille esitettyäni. Asiakaspalvelua opiskelleena voin sanoa, että palvelu oli myös omasta mielestäni asianmukaista ja kaikkia asiakkaita kuitenkin palveltiin tasavertaisesti.

Aikatauluista asiakkaat narisivat hiukan, suurin osa asiakkaista kuitenkin ymmärsi pienet heitot aikatauluissa. Jos ruoka myöhästyi enemmän (noin puoli tuntia), annettiin siitä palautetta. Ruoka oli kieroksen lopulla olevilla asiakkailla myös ehtinyt kylmetä matkalla. Aikataulut eivät kuitenkaan ylittäneet varsinaista ruuanjakajien jakeluaikaa, ainakaan minun ollessa heidän mukanaan.

3. Asiakkaitten toiveruuat

Kyselyyn vastanneet asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä pääasiassa kaikkiin ruokapalvelun ruokiin, kuten väittämätaulukon tuloksista voi nähdä. Kyselyyn vastanneilla asiakkailla ei ollut juurikaan erityisiä toiveita ruuan suhteen. Eniten toivottiin kuitenkin: karjalanpaistia (4), lihapullia perunamuusilla (5) ja kalaruokia (14 (esimerkiksi paistettua kalaa)). Lääkärit ovat suositelleet osalle asiakkaista kalaruokia kahdesti viikkoon, kalan sisältämien hyvien rasvahappojen vuoksi. Myös keittoja toivottiin lisää ruokalistalle.

4. Tarve lisäpalveluille

Koska ateriat täyttää hyvin vanhusten energian tarpeen, kysyntää ei tämän kyselyn perusteella juurikaan ole muille aterioille, kuin päivän pääaterialle. Annoksesta riittää asiakkaille evästä myös illaksi. Aamiaisen vanhukset tekevät puolestaan yleensä itse.

TAULUKKO 3. Lisäpalveluiden tarpeen selvittäminen.

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa	Yhteensä
Aamupala	4 %	85 %	11 %	94
Välipala	2 %	88 %	10 %	94
Iltapala	5 %	85 %	10 %	94

Myöskään muille lisäpalveluille, kuten siivoukselle ja kaupassakäynnille ei ollut merkittävää kysyntää, Monella asiakkaalla muut tarpeet täyttävät asiakkaan omaiset, kotihoito tai muut asiakkaan tarpeita tekevät ulkopuoliset tahot. Asiakkaat ovat vailla enimmäkseen vain juttuseuraa, kun taas joku haluaisi jonkun tekevän välisiivouksia kerran kuussa käyvän siivoojan käyntikertojen välissä, tähänkin saatiin vain 2 vastausta.

5. Asiakkaitten antama vapaa palaute

Asiakkailla oli mahdollisuus antaa myös vapaasti palautetta ruokapalvelulle. Palaute oli pääasiassa vain positiivista ja väittämätaulukon väittämiä tukevaa. Palautetta mausteitten määrästä ja aikatauluista saatiin molempiin suuntiin. Toisten mielestä mausteita voisi vähentää ja vastaavasti toiset haluaisivat lisää mausteita.

Ruokiin toivottiin enemmän kastiketta, sillä liha ja perunat ovat asiakkaitten mielestä liian kuivia. Salaatti ei tosin maistunut kaikille asiakkaille. Jälkiruokiin asiakkaat ovat olleet pääosin tyytyväisiä, mutta ainakin yhden asiakkaan mielestä nestepohjaiset jälkiruuat ovat hankalia syödä. Kakkuun ja pullaan tyytymättömiä asiakkaita oli 2 - 3 vastaajista.

Osan asiakkaitten mielestä ruokapakkaukset olivat hankalasti avattavia. Leivät voisivat asiakkaitten mielestä vaihdella useammin, samankaltaista palautetta asiakkaat antoivat osittain myös perunan ja riisin välisestä vaihtelevuussuhteesta, toisten asiakkaitten mielestä vaihteluväli oli puolestaan sopiva.

7 RUOKAPALVELUJEN KEHITTÄMINEN

Nykypäivän yritystoiminnassa on entistä tärkeämpää kehittää omaa yritystoimintaa. Jotta ruokapalveluja voitaisiin kehittää, on tärkeää kuunnella asiakkaita ja heidän mielipiteitään kehitysprosessista. Toiminnankehittämisessä tulee huomioida myös kustannukset, jotta toiminta on edelleen yrittäjätasavertaisista. Kustannustennousu johtaa myös hintojen nousuun, riskinsä tässä on, että yritys menettää asiakkaansa liian kalliiden hintojen takia, etenkin vanhuksilla ei välttämättä ole varaa maksaa palvelusta. Kohderyhmä tulee ottaa huomioon myös ruuanvalmistusvaiheessa, vanhukset eivät ole yritykselle helppo kohderyhmä, sillä ihmisen ikääntyessä hänen ravinnon tarpeensa muuttuu. Yrityksen asiakkailla on myös selkeästi havaittavissa olevat yksilölliset tarpeet, joitten huomioiminen on haastavaa.

Yksi tapa kehittää yrityksen liiketoimintaa on tehdä asiakkaille vastaavanlainen kysely, jonka avulla selvitetään, mitä asiakas haluaa. Lisäksi kilpailijoitten jatkuva seuraaminen ja kouluttautuminen on osana toiminnan kehittämistä. Nuorella henkilöllä on usein olemassa uusien tietojen tekniikasta, kun taas vanhemmalla ihmisellä käytännön kokemusta. Näitten taitojen yhdistäminen on hyödyksi yrittäjälle, joten on hyvä, että yrityksessä työskentelee henkilö, joka osaa palvelun käytännössä ja henkilö joka osaa viedä liiketoimintaa nykypäivän suuntaan.

Asiakkaitten tarpeitten kartoittamisen lisäksi yrityksen on oltava selvillä lähtökohdistaan, mitkä ovat sen heikkoudet ja vahvuudet markkinoilla, entäpä kilpailutilanne. Kilpailla voidaan hinnan ja tuotteitten lisäksi saatavuudella ja palvelulla. Mikäli yritys ei tiedosta asiakkaitten toiveita ja omaa asemaansa, on sen lähes mahdonta kehittää toimintaansa.

Kun asiakkailta kysytään palautetta ja kehitysideoita, kuten opinnäytetyössäkin tehtiin. Mikäli asiakkaan toiveisiin ei reagoida, asiakas kokee antamansa palautteen yrittäjälle vähäpätöiseksi ja turhaksi. Mikäli ruokapalvelussa toteutetaan asiakkaitten keskuudessa eniten esille nousseet asiat, asiakastytyväisyys kasvaa ennestään. Ruokaan liittyvät kehitysideat eivät kuitenkaan ole seikkoja, jotka merkittävästi vaikuttavat yrityksen taloudelliseen kannattavuuteen, joten uskon, että asioita mietittiin ruokapalvelussa. Asiakkaat antoivat negatiivista palautetta aikatauluista, mutta yrityksen opinnäytetyön toteutushetkillä resursseilla aikatauluihin ei voitu vaikuttaa, uuden auton hankinta olisi yritykselle liian kallis investointi, kun kannattavuutta mitataan. (Rissanen 2006, 28 - 29, 37.)

SWOT- analyysin avulla voidaan selvittää, yrityksen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. SWOT-analyysi on kuitenkin vain lähtökohdana toiminnan kehittämiseksi, sen lisäksi on oltava käytännön toiminnan suunnitelma. Käytännön suunnitelmassa määritellään se, kuinka asiat toteutetaan käytännössä ja mitkä ovat sen lähtökohdat. Niitten määrittelyssä voidaankin käyttää apuna SWOTTIA, toiselta nimeltään nelikenttäanalyysia

sä ja mitkä ovat sen lähtökohdat. Niitten määrittelyssä voidaankin käyttää apuna SWOTTIA, toiselta nimeltään nelikenttäanalyysia.

<p>Vahvuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Edulliset ja kuluttaja ystävälliset hinnat - Monipuolinen ruokalista - Hyvä Palvelu - Ainoa toimialansa yritys Varkaudessa. 	<p>heikkoudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aikataulut heittelevät, ruoka ehtii jäähtymään - Ruuanjakajilla ei ole aikaa jäädä asiakkaan seuraksi.
<p>mahdollisuudet</p> <ul style="list-style-type: none"> - Yrittäjällä aito tahdo kehittää yritys-toimintaa, pienillä korjauksilla yrittäjä pystyy parantamaan helposti asiakastytyväisyyttä. 	<p>uhat</p> <ul style="list-style-type: none"> -Asiakkaan menettäminen - Yritys saa kilpailijan

KUVIO 6. SWOT-analyysi pohja esimerkkinä käytetty ruokapalvelua

Taustatietojen selvittäminen on tärkeää toiminnan kehittämisen kannalta. Siinä tulee ottaa huomioon kaikki näkökulmat, joita ovat yrityksen taloudelliset, tekniset, sosiaaliset, oikeudelliset ja ekologiset näkökulmat. Lisäksi tulee huomioida, tuleeko kysynnässä merkittäviä muutoksia suuntaan tai toiseen. (Rissanen 2006, 28- 35). Ruokapalvelulle näyttäisi kuitenkin kyselyn tulosten, asiakastarpeitten ja tilanteen mukaan olevan kysyntää myös jatkossa. Kysyntää ei kuitenkaan ole liikaa, ja yritys pystyy kiireestä huolimatta vastamaan kysyntään. Palveluja markkinoidaan melko vähän, mutta yrityksen kohdalla markkinointiin ei tarvitse panostaa. Asiakkaat, joita yrityksellä jo on, ostavat joka tapauksessa, koska potentiaalisia kilpailijoita ei yrityksellä ole.

Ekologisia haasteita puolestaan ovat luontoon ja ympäristöön kuuluvat asiat, niissä yrityksellä olisi petrattavaa. Onkin täysin utopiaa, että yritys pystyy toimimaan täysin ekologisesti markkinoilla. Väistämättä luontoon leviää ilmaston saasteita, kun ruoka toimitetaan autoilla asiakkaille. Myöskin pakkausmateriaalina käytetään muovia, jota ei voida kierrättää. Kuitenkin ilmaston saasteita pystytään vähän vähentämään reitinsuunnittelulla, joka on yrityksessä huomioitu. Ekologisia pakkausmateriaaleja ei puolestaan ole vielä keksitty, sillä likainen pahvikaan ei kelpaa kierrätysjätteeksi. Pakkausmateriaaleista aiheutuvat ympäristön jätteet eivät siis ole vain ruokapalvelun ongelma, vaan niitä olisi kehitettävä koko maailmassa. (Rissanen 2006, 35 - 36.)

Kehittämistyön keskeisiä menetelmiä ovat tutkimusten lisäksi: aivoriihi, sekä muut ideointimenetelmät kuten: kuusi ajatteluhattua, 8x8 -menetelmä. Aivoriihissä ideoita tuotetaan ryhmässä ja parhaat ideat käsitellään uudestaan. Ideointi on siis aivoriihissä alussa vapaata ja siinä käytetään apuna usein mind mappia. Ideat aivoriihissä kehitellään ryhmässä, joten saadaan mahdollisimman monta ideaa ja näkökulmaa, se on hyvä tapa, mutta toimiakseen vaatii osallistujilta tasapuolista suhtautumista kaikkiin ryhmän jäseniin ja ideoihin. 8x8 menetelmässä käytetään myös ajatuskartan tapaista karttaa, joka on kooltaan 8x8 neliötä. Sen keskelle kirjoitetaan tutkimusongelma, jonka ympärille kirjoitetaan kahdeksan kehitysideaa, joita tarkastellaan yksityiskohtaisesti tarkemmin, esimerkiksi kuinka idea voidaan toteuttaa ja mitä se tarkoittaa. Kuuden hatun menetelmä on puolestaan sekoitus ideointia ja analysointia, siinä osallistujat edustavat erilaisia näkökulmia hatun värin mukaan (Ojasalo, Moilanen ja Ritalahti 2009, 143 - 149):

- ✓ valkoinen hattu= faktat
- ✓ punainen hattu= tunteet

- ✓ musta hattu= kriittisyys, varovaisuus
- ✓ keltainen hattu= optimistisuus
- ✓ vihreä hattu=luovuus
- ✓ sininen hattu=kontrolli.

Palveluja voidaan kehittää myös toisia matkimalla eli benchmarkkaamalla muita yrityksiä. Benchmarkauksen ihminen oppii tiedostamattaan jo lapsena. Olemme kaikki oppineet kävelemään, puhumaan ja syömään matkimalla vanhempia, myös koulumaailmassa opimme asioita luokkakavereiltamme. Yritysmaailmassa puolestaan verrataan omia ideoita kilpailijoiden ideoihin. Benchmarkkausta voidaan käyttää ideoinnin apuna, kun nähdään, mikä on toiminut kilpailijoilla sekä voidaan välttää kilpailijoiden tekemät virheet. Hyviä liikeideoita puolestaan sovelletaan yrityksen toiminnalle sopivaksi. Kun yritys vertaa toimintaansa muihin, voitetaan monta kärpystä yhdellä iskulla:

1. Yrityksen toiminnan taso hahmottuu.
2. Valmiit innovaatiot nopeuttavat kehitysprosessia.
3. Tietoisuus kilpailijoista kasvaa.
4. Motivaatio toiminnan kehittämiseksi kasvaa.

Benchmarkauksessa on kuitenkin otettava huomioon toiminnan laillisuus ja salassapitovelvollisuus. On myös muistettava, että tulevaisuutta on mahdollista täysin ennakoita. Laillisuudella tarkoitetaan loukkauksia tekijän oikeuksissa, joskus yrittäjä on voinut suojata innovaation esimerkiksi patentilla, tai muulla suojalla, jolloin ideaa ei voi kopioida. Salassapitosopimus on puolestaan sitova sopimus, jonka mukaan on toimittava. (Rissanen 2006, 163 – 164.)

Yritystoimintaan liittyy aina toimialasta riippumatta myös riskejä, keskeinen riski yritykselle on menettää asiakkaita. Yhden asiakkaan menettäminen ei vielä kaada yrityksen toimintaa, mutta jos yrityksellä ei ole riittävästi asiakkaita, ei sillä myöskään ole riittävästi kassavirtaa pitämään yritystoimintaa kassassa. Ruokapalvelujen tuottaminen vie paljon resursseja mm: tuotteen valmistuskustannuksiin, koneitten ja laitteitten hankintaan, ylläpitoon ja kunnostukseen sekä kuljetuskustannuksiin ja työntekijöiden palkkoihin.

Ruokapalvelun keskeisiä riskejä on asiakkaan menettäminen syystä tai toisesta. Yleensä asiakkaan menettäminen tapahtuu, mikäli asiakas ei enää koe tarvitsevansa palvelua tai hän ei ole tyytyväinen ruokapalveluun. Vanhusten ollessa yrityksen pääasiakaskohderyhmä, muita syitä asiakkaan menettämisellä ovat asiakkaan kuolema, pitempi aikainen sairastuminen tai siirtyminen vanhainkotiin. Jälkimmäisiin tekijöihin ruokapalvelun on mahdollista itse vaikuttaa, kun taas asiakas tyytyväisyyteen voidaan vaikuttaa esimerkiksi kuuntelemalla asiakkaan toiveita ja mielipideitä ja toteuttamalla niitä sekä seuraamalla kilpailijoita.

Muita riskejä ruokapalvelulle ovat koneitten ja laitteitten hajoaminen, jolloin ruokapalveluprosessia ei aina voida hoitaa normaalisti, ilman että se viivästyy. Viivästymien aikatauluissa (myös inhimillisistä syistä), aiheuttaa kireyttä asiakkaissa, jolloin he herkästi antavat ruokapalvelun negatiivista palautetta.

On myös syytä muistaa, että asiakas voi joutua kesken päivää sairaalaan, eikä tällöin ole vastaanotamassa päivän aterialla. Ruokapalvelulla ei myöskään ollut kaikkiiin asuntoihin avainta, joten aterialla ei päässyt toimittamaan asiakkaalle, mikäli hän oli poissa kotoaan. Nämä tekijät paitsi viivästyttävät loppupäivän aikatauluja, ennalta arvaamattomat tekijät saattavat heikentää jatkuvasti tapahtuneina asiakastytyvääsyyttä.

8 YHTEENVETO

Keskeisiä osa-alueita opinnäytetyössä olivat asiakastyytyväisyys ja asiakastyytyväisyyskyselyn tekeminen Kisapuiston ruokapalvelulle. Koska kysely toteuttiin asiakkaita haastattelemalla käyttäen strukturoitua kyselylomaketta, kyseessä on kvantitatiivinen tutkimus. Vanhukset olivat kohderyhmänä haastava, mutta kuitenkin mukava. Ennen kyselyn laatimista selvitetään tutkimusongelma ja siihen vaikuttavat tekijät kuten kohderyhmän vaikutukset kyselyn muotoon. Hyväksytyin kyselylomakkeen jälkeen tehdään varsinainen kenttätyö, johon valmistaudutaan myös huolellisesti.

On tärkeää, että asiakas tietää, miksi kysely tehdään, joten kerroin syyn heille. Kyselyä ei suinkaan tehdä asiakkaan kiusaksi, vaan heidän parhaakseen. Useimmat vanhukset ottivat minut mielellään vastaan, mutta asiakkailta oli mahdollisuus täyttää kysely myös itsenäisesti tai omaisensa kanssa. Koska asiakkaitten kunto oli yksilöllistä, kaikkia asiakkaita en voinut haastatella, eivätkä asiakkaat kyenneet osallistumaan kyselyyn. Kun halukkaat asiakkaat olivat osallistuneet kyselyyn, analysoitiin tulokset webropolin avulla ja valittiin sopiva raporttimuoto. Erilaiset kaaviot ja diagrammit helpottavat tulosten analysointia ja auttavat lukijaa havainnollistamaan tulokset nopeasti.

Kyselyn tuloksien luotettavuuteen vaikuttavat muun muuassa kuinka asiakas ymmärtää kysymyksen ja kuinka rehellisesti hän antaa palautetta, sekä vastausprosentti. Haasteluvaiheessa kiinnitin huomiota asiakkaan vastauksiin ja niihin vaikuttaviin tekijöihin. Havaitsin, että asiakkaat, jotka saavat ruokansa iltapäivän puolella, antoivat enemmän kielteistä palautetta kun asiakkaat, jotka saavat ruokansa ennen puoltapäivää. Haastateltujen ja itsenäisesti palautetta antaneitten asiakkaitten vastauksissa en kuitenkaan havainnut eroja. Tulokset olivat pääasiassa vain positiivisia ja kielteistä palautetta sain vähän. Myös omasta mielestäni yrityksen toiminta on onnistunutta. Asiakkaat olivat joko tyytyväisiä tai melko tyytyväisiä yrityksen tuottamaan ateriapalveluun ja kehuivat kovasti henkilökunnan palvelua erinomaiseksi. Kuitenkin pieniä kehitysideoita saatiin asiakkailta. Ne ovat helposti toteuttavissa ja uskon yrittäjän harkinneen niitä.

Kyselyssä selvitin myös, onko asiakkaille joitakin tarpeita lisäpalveluille, joita he eivät ruokapalvelulta vielä ole saaneet, merkittäviä tarpeita ei kuitenkaan noussut esille, joten oletaan, että asiakkaat ovat tyytyväisiä näin tai saavat palvelut muualta. Keskeisiksi asiakkaitten toiveruuaksi nousivat: lihapullat muussilla, karjalanpaisti ja kalaruuat. Asiakkaat ovat pääasiassa tyytyväisiä kaikkiin ruokapalvelun tuottamiin tavallisiin kotiruokiin. Koska vastauksissa ei ollut suuria heittoja uskon, että kyselyn tulokset ovat luotettavia. Täytyy kuitenkin muistaa, että vastausprosentti on noin puolet asiakaskunnasta, sekä se, että osa asiakkaista on uusia, eikä heillä näin ollen ole asiakaskokemusta yrityksestä pitemmältä ajanjaksolta.

Itse koin tämän opinnäytetyön hyödyllisenä oman itseni asiakaspalvelutaidon kehittämisen kannalta. Vanhukset olivat haastava kohderyhmä, joten heidän haastatteleminen teki hyvää kärsivällisyydelleni, sillä jouduin välillä toistamaan ja selvittämään kysymyksiä asiakkaille. Kyselystä tuli saada myös vanhusystävällinen sekä heitä haastateltaessa minun tuli ottaa huomioon myös äänenkäyttöni. Koin opin-

näytetyön tekemisen pääosin positiivisena ja motivaationi oli hyvä itse kenttätyössä ja raportin tuottamisessa yrittäjälle. Mielestäni selvisin hyvin kenttätyön tuomista haasteita myönteisellä asenteella, sekä omia kokemuksiani soveltamalla asiakaspalvelusta ja vanhuksista. Valmistauduin kyselyyn myös huolella, mikä auttoi minua olemaan luonteva asiakkaan kanssa. Koin kuitenkin kenttätyön loppupuolella haasteeksi puhua asiakkaalle riittävän selkeästi. Koska oli toistanut samoja kysymyksiä monta kertaa, puhuin huomaamattani liian nopeasti, mikä vaikeutti haastattelun sujuvuutta.

Itse opinnäytetyöraportin kirjoittaminen tuo puolestaan omat haasteensa tekstin sujuvuuden suhteen. Löysin kyllä mielestäni kyselyn keskeiset tulokset ja raportoin niistä mielelläni yrittäjälle, koska positiivisista tuloksista on kiva kertoa eteenpäin. Itse opinnäytetyön kirjoittamisessa minulla oli kausia, jolloin motivaatio oli laskussa, enkä meinanut saada tekstiä aikaan. Koska kokonaisuus on laaja, oli minun hankalaa valita mistä kirjoitan. Siksi aikataulu venyi suunniteltua pitemmäksi. Työn edessä sain kuitenkin motivaation takaisin ja kirjoittaminen eteni. Kokonaisuudessaan opinnäytetyön tekeminen oli minulle hyvä kokemus ja sisälsi riittävästi haasteita.

LÄHTEET JA TUOTETUT AINEISTOT

AARNIKOIVU, Henrietta 2005. Onnistu asiakaspalvelussa. Juva: WSOY.

ALANEN, Ville, MALKIÄ, Taru ja SELL, Harri 2005. Myyntityön käsikirja. Jyväskylä: Tietosanoma.

ARANTOLA, Heli 2003, Uskollinen asiakas, Porvoo, WSOY.

HELIN, Satu 16.2.2015. Artikkelin vanhusten ruokapalvelujen tilanteesta [Viitattu 20.4.2015.] Saatavissa: http://www.iltasanomat.fi/kotimaa/art-1424106121370.html?fb_action_ids=499448886860035&fb_action_types=og.shares&fb_source=other_multiline&action_object_map=%5B752458618183125%5D&action_type_map=%5B%22og.shares%22%5D&action_ref_map=%5B%5D

EVIRA11.10.2010. Elintarviketurvallisuusvirasto evira [Viitattu 21.2.2015.] Saatavissa <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/tietopaketti/elintarvikehygienia/>

KISAPUISTO 2015: [Viitattu 12.1.2015.] Saatavissa: <http://www.kisapuisto.fi/fi/Etusivu.html>

LAITINEN, Jukka, ISOVIITTA, Antti ja HYTÖNEN, Kari 1994, Asiakassuhdemarkkinoinnin perusteet, Kokola, Avaintulos oy.

LIPIÄINEN, Toivo 2001, Liiketoiminnan kehittäminen uudella vuosituohannella, Jyväskylä, Kaupunki tohtorit oy.

LOTTI, Leila 1995, Markkinointitutkimuksen käsikirja, Porvoo, Weiling+Göös.

LUMBERG, Tom 2002, Palvele, vaikuta, menesty!, Jyväskylä, Positiivarit oy

MÄNTYNEVA, Mikko, HEINONEN Jarmo, ja WRANGE, Kim 2008, Markkinointitutkimus, Helsinki, WSOY.

OJASALO, Katri, MOILANEN, Teemu ja RITALAHTI, Jarmo 2009, Kehittämistyön menetelmät, Helsinki, WSOY.

REUMALIITTO 2011. [Viitattu 15.3.2015]. Saatavissa : <http://www.reumaliitto.fi/reuma-aapinen/reumataudit/kihti/>

RISSANEN, Tapio 2006, Hyvän palvelun kehittäminen, Jyväskylä: Pohjantähti.

ROPE, Timo ja PÖLLÄNEN, Jouni 1994, Asiakastytyväisyys johtaminen, Juva, WSOY.

VALTION RAVITSEMUSNEUVOTTELUKUNTA 2010 : Ravitsemussuositukset ikääntyneille [Viitattu 15.3.2015]. Saatavissa <http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/attachments/vrn/ikaantyneet.suositus.pdf>

Ruokapalvelukysely

Palautteenne on yrityksellemme tärkeää. Kyselyn avulla voimme kehittää toimintaamme ja tuottaa teille entistä parempaa palvelua. Täyttäkää lomake huolellisesti tietojenne mukaan, merkitsemällä rasti (x) ruutuun.

1 .Annan palautetta

Ruokapalvelun asiakkaana

Omaishoitajana/omaisena
Asiakkaan puolesta

2. Ruokapalvelun asiakkaan sukupuoli

Nainen

Mies

3. Ruokapalvelun asiakkaan ikä

alle 70

70- 80

81- 90

yli 90

4. Kuinka usein käytätte ruokapalvelun palvelua?

7krt/ viikko

Satunnaisesti

1-3 krt/ viikko

5. Mitä mieltä olette seuraavista ruokapalvelu koskevista väittämistä. Merkitkää rasti (x) siihen ruutuun joka rivillä vastaa mielipidettänne.

Väittämä	4 Täysin samaa mieltä	3 Jokseenkin samaa mieltä	2 Jokseenkin eri mieltä	1 Täysin eri mieltä
Ruoka on mielestäni maukasta				
Ruokalista vaihtelee riittävästi				
Erityistoiveet on huomioita hyvin (ruokavalio)				
Ruoka on riittävän lämmintä				
Ateria täyttää energiantarpeeni				
Ateriointitapahtuma vaikuttaa positiivisesti mielentilaani				
Aterian hinta on mielestäni kohtuullinen				

Väittämä	4 Täysin sama mieltä	3 Jokseenkin sama mieltä	2 Jokseenkin eri mieltä	1 Täysin eri mieltä	6.
Ruuanjakajien palvelu on ystävällistä ja asiakasta kunnioittavaa					
Ruuanjakajien palvelu on asiantuntevaa					
Saan apua pyydettäessä					
Aikataulut pitävät hyvin paikkaansa					

Mitä ruokaa haluaisitte mieluiten syödä? Kirjoittakaa vastauksenne.

7. Olisiko teillä tarvetta seuraaville palveluille?

	Kyllä	Ei	En osaa sanoa
Aamupala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Välipala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Iltapala	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

8. Mitä lisäpalveluita tarvitsisitte kodinhoitoon/ kotona selviytymiseen?

9. Vapaa palaute

(Voitte antaa meille muuta palautetta vapaasti ruokapalveluun liittyen)

Kiitos vastauksistanne!