

Seinäjoen
ammattikorkeakoulun
julkaisusarja

B

SeAMK 

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Katariina Perttula,
Tuija Pitkääkoski & Hillevi Eromäki

ARKIRUOKAILUA JA FIINIÄ ATERIOINTIA

Senioriaterioista liiketoimintaa ja
elämänlaatua -hanke

Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja
B. Raportteja ja selvityksiä 123

Katariina Perttula, Tuija Pitkääkoski & Hillevi Eromäki

Arkiruokailua ja fiiniä ateriointia

Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua
-hanke

Loppuraportti

Vipuvoimaa
EU:lta
2014–2020



ETELÄ-POHJANMAAN LIITTO
REGIONAL COUNCIL OF SOUTH OSTROBOTHNIA

SeAMK 
SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Seinäjoki 2017

Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja
Publications of Seinäjoki University of Applied Sciences

- A. **Tutkimuksia** Research reports
- B. **Raportteja ja selvityksiä** Reports
- C. **Oppimateriaaleja** Teaching materials

Taitto ja palvelukonseptimallien kuvitus:
Katri Korpela/Mainostoimisto Aada

Seinäjoen korkeakoulukirjasto
Kalevankatu 35, 60100 Seinäjoki
puh. 020 124 5040 fax 020 124 5041
seamk.kirjasto@seamk.fi

ISBN 978-952-7109-60-1 (verkkojulkaisu)
ISSN 1797-5573 (verkkojulkaisu)

TERVEELLISIÄ, EDULLISIA JA ELÄMYKSELLISIÄ LOUNAITA SENIOREILLE

Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua -hankkeen tavoitteena on ollut kehittää uusia innovatiivisia lounaspalvelumalleja seniori-ikäisten lounasateriointiin. Hanke toteutui ajalla 1.1.2015 - 30.11.2016. Hankkeen rahoituksen myönsi Pirkanmaan liitto Euroopan aluekehitysrahastosta (EAKR). Etelä-Pohjanmaan liiton valintaryhmä sekä MYR:n sihteeristö on käsitellyt hakemuksen ja Etelä-Pohjanmaan maakuntahallitus on tehnyt rahoituksen kohdentamispäätöksen joulukuussa 2014. Kyseessä oli toimintalinja 2: Uusimman tiedon ja osaamisen tuottaminen ja hyödyntäminen, erityistavoite 5.1. Yritysten innovaatiotoiminnan vahvistaminen.

Hankkeessa tarkasteltiin monipuolisesti senioriystävällisyyttä lounaspalveluissa ja sitä millaisia odotuksia senioreilla on lounaspalveluiden suhteen tulevaisuudessa. Tavoitteena oli kehittää lounaspalveluiden soveltuvuutta senioriväestölle sekä edistää paikallisten lounaspalveluyrittäjien liiketoimintaa luomalla uudenlaisia senioriystävällisiä palvelukonsepteja. Lopputuloksena syntyi kuusi hyvin erilaista, toistaan erottuvaa senioriystävällistä lounaspalvelukonseptia. Näistä konsepteista on laadittu visuaalisesti kiinnostavat ja näyttävät (tuote) kortit. Konseptit ovat: 1. Nopeasti ja edullisesti monipuolista arkiruokaa, 2. Edullista kotiruokaa kodikkaassa ympäristössä, 3. Viihteellistä ohjelmaa sisältävät lounaat, 4. Lounas kotiin kuljetettuna, 5. Kokataan yhdessä lounaat ja 6. Juhlavissa puitteissa fiinimmin syömään.

Monialaisuuden voidaan sanoa olevan tämän päivän trendi palveluiden ja tuotteiden kehittämisessä. Myös Seinäjoen ammattikorkeakoulun tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminnan strategisissa painopisteissä korostetaan monialaisuutta. Nyt toteutetussa "Senioriateria"-hankkeessa oli mukana laaja kirjo eri alojen ammattilaisia ja osajia. Hanketta hallinnoi SeAMK sosiaali- ja terveysala ja se toteutettiin SeAMK Elintarvike ja maatalouden kanssa yhteistyönä. Hanketyöhön osallistui sekä kaupallisia, yhteisöllisiä että julkisen sektorin toimijoita. Mukana oli noin kaksikymmentä lounaspalvelutoimijaa, ja välillisesti mukana oli tätäkin laajempi joukko yrittäjiä. Tärkeä yhteistyökumppani oli myös Seinäjoen kaupungin ikääntyvien palvelut. Yhteistyötä on tehty useiden erilaisten järjestöjen kanssa. Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua -hankkeessa tuotettu tieto ja luodut konseptit ovatkin hyvä esimerkki siitä, miten eri alojen ja erilaisten osajien yhteistyönä voidaan kehittää uusia toimintamalleja.

Ikääntyvän väestön määrän kasvuun varautuminen on luonut tarvetta palveluiden ja tuotteiden monialaiselle kehittämiselle. Ikääntyvien kohdalla korostetaan kotona asumista, mikä tarkoittaa samalla sitä, että kotona asumisen tueksi tarvitaan erilaisia ja uusia ratkaisuja. Yhä useammat ikääntyvät pysyvät aktiivisina ja toimintakykyisinä aiempaa pidempään ja myös ikääntyvien arvostukset muuttuvat. Syntyy uudenlaisia palveluodotuksia ja -tarpeita. Tämä kaikki luo vaatimuksia kehittää palveluita paitsi monialaisesti myös seniorilähtöisesti. Asiakaslähtöinen kehittäminen näkyy vahvasti myös nyt käsillä olevassa raportissa. Seniorit ovat olleet aidosti mukana kehittämässä heille sopivia ja mieluisia lounaspalveluja oheistoimintoihin. Antoisia lukuhetkiä.

Seinäjoella 1.2.2017

Kaija Loppela

Tutkimus- ja kehittämisspäällikkö

SeAMK, Sosiaali- ja terveysala

TIIVISTELMÄ

Katariina Perttula, Tuija Pitkääkoski, Hillevi Eromäki. 2017. Arkiruokailua ja fiiniä ateriointia. Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua –hanke. Loppuraportti. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raportteja ja selvityksiä 123, 96 s.

Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämän laatua -hankkeen tavoitteena oli luoda uudenlaisia palvelukonsepteja kasvavan senioriväestön lounasateriointiin. Seniorit tunnustetaan vielä heikosti omana erityisenä asiakasryhmään kaupallisissa lounaspalveluissa. Hankkeessa selvitettiin, miten kaupallisten, julkisten ja yhteisöllisten toimijoiden kanssa yhteistyössä voidaan luoda uudenlaisia senioriystävällisiä lounaspalvelukonsepteja, jotka vastaavat seniori-ikäisten palveluodotuksia, lisäävät ikäihmisten hyvinvointia ja luovat uutta liiketoimintaa myös lounaspalveluyrittäjille.

Hankkeessa kartoitettiin monipuolisesti senioreiden näkemyksiä ja tulevaisuuden toiveita senioriystävällisistä lounaspalveluista sekä seniori-ikäisten lounaspalveluiden käyttöön tällä hetkellä vaikuttavia tekijöitä. Lisäksi toteutettiin kysely Etelä-Pohjanmaan alueen lounaspalveluyrittäjille sähköistä Webropol-kyselytyökalua käyttäen. Esiin tulleita lounaspalvelukriteereitä olivat muun muassa ystävällinen ja avulias asiakaspalvelu, aterian edullinen hinta, ruoan laatu, lounaspaikan viihtyisyys, esteettömyys ja saavutettavuus.

Palvelukonsepteja työstettiin lounastoimijaverkostossa yhteistyössä hankkeessa mukana olleiden eteläpohjalaisten lounaspalveluyrittäjien kanssa. Palvelukonseptit koostettiin kartoitusten, yrittäjien kokeilutoiminnasta saatujen kokemusten ja hankkeen lounastoimijaverkoston työkokoustyöskentelyn kautta, näistä saatua tietoa tiivistämällä ja jatkojalostamalla.

Senioriystävällisiä lounaspalvelukonsepteja syntyi hankkeen aikana yhteensä kuusi. Nämä olivat 1) nopeasti edullista ja monipuolista arkiruokaa, 2) edullista kotiruokaa kodikkaassa ympäristössä, 3) viihteellistä ohjelmaa sisältävät lounaat, 4) lounas kotiin kuljetettuna, 5) kokataan yhdessä lounaat, 6) juhlavissa puitteissa fiinimmin syömään.

Raportissa jokaista palvelukonseptia tarkastellaan erittelemällä, millaisia senioriystävällisyyden osatekijöitä kukin konsepti sisältää. Niitä olivat ihmisten välinen vuorovaikutus, palveluprosessi, fyysiset puitteet, asiakkaan saama arvo, tuotteet, hinta, saatavuus, konseptin keskeiset mainetekijät sekä palvelukonseptin markkinointi. Palvelukonsepteista laaditut palvelukortit löytyvät linkistä: https://issuu.com/senioriaateria/docs/senioriaateria_lounaspalvelukonsepti_?e=24252489/41405828

Asiasanat: Ikääntyvät, ikääntyminen, ateriapalvelut, palvelukonseptointi, elämänlaatu.

Yhteyshenkilö: Katariina Perttula, Seinäjoen ammattikorkeakoulu, Sosiaali- ja terveysala, Keskuskatu 32 E, 60101 Seinäjoki, katariina.perttula@seamk.fi.

ABSTRACT

Katariina Perttula, Tuija Pitkääkoski, Hillevi Eromäki. 2017. Daily meals and fine dining. Senior Meals: Business and Wellbeing –project. A final report. Publications of Seinäjoki University of Applied Sciences B. Reports 123, 96 p.

The aim of “Senior Meals: Business and Wellbeing” project was to develop and enhance business by targeting and creating new meal services for seniors. Seniors are rarely identified as a core customer group in lunch services. In the future, the amount of senior citizens will increase and quality expectations set by senior population will rise. It can be expected that senior citizens will be a potentially growing customer group also in lunch services.

The Senior Meals -project intended to create, in cooperation with commercial and community stakeholders, new service concepts that promote the local restaurant businesses and bring about new types of senior-friendly meal services corresponding to senior citizens’ service expectations.

The project consisted of three broader packages: a survey for restaurants and lunchrooms regarding their senior people strategies, a survey for senior citizens about their lunch preferences, and the construction of a senior meal network that aims to develop and pilot new business models for senior meals.

According to surveys, the age-friendliness of lunch services consists of several dimensions: a friendly and helpful customer service, the age-friendly price of a lunch, a good quality of the lunch, comfortable settings of a restaurant, as well as accessibility-related factors of a restaurant.

A total of six age-friendly service concepts were created during the project. The created concepts were the following: 1) inexpensive and varied everyday food easily and quickly available for elderly people; 2) age-friendly nutritious “home-made food” in a cosy setting (in lunch restaurants); 3) age-friendly lunches containing entertaining programs; 4) home delivery meal services; 5) “cooking and eating together”- service concept; 6) age-friendly fine dining- service concept.

The concepts are described in the report so that each service concept could be analysed based on the following special senior-friendly dimensions: the interaction between people, the service process, the physical framework, the revealed value of services for customers, the products, prices, availability of services, reputation factors of a concept/entrepreneur, as well as the marketing.

Keywords: aging, meal service concepts, catering, welfare, quality of life

Contact information: Katariina Perttula, Seinäjoki University of Applied Sciences School of Health Care and Social Work, P.O.Box 158, 60101 Seinäjoki, Finland
katariina.perttula@seamk.fi

SISÄLLYS

Kaija Loppela

TERVEELLISIÄ, EDULLISIA JA ELÄMYKSELLISIÄ LOUNAITA SENIOREILLE TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	11
1.1	Ikäystävällisyys lounaspalveluiden tuottamisessa	13
1.2	Seniори-ikäisiin mahtuu monia asiakas- ja kuluttajasegmenttejä	14
1.3	Seniори-ikäiset asiakkaina	15
2	SENIORIATERIOISTA LIIKETOIMINTAA JA ELÄMÄNLAATUA -HANKKEEN KEHITTÄMISPROSESSI JA AINEISTON KERUU	20
2.1	Palvelukonseptointi kehittämisen työkaluna	22
2.2	Asiakasymmärryksen kerääminen	23
2.3	Lounastoimijoiden näkökulma	24
2.4	Palvelujen konseptointiprosessi	24
2.5	Arviointia konseptointiprosessista	25
3	SENIOREIDEN JA LOUNASTOIMIJOIDEN AJATUKSIA LOUNASPALVELUSTA	27
3.1	Senioreiden ajatuksia lounaspalveluista	27
3.2	Senioreiden toiveita lounaspalveluiden kehittämiseen	31
3.3	Lounastoimijoiden kokemukset seniореista asiakkaina ja heille suunnatut palvelut	32
3.4	Yhteenvedoа seniори- ja lounastoimijoiden näkemyksistä	38
4	KUUSI PALVELUKONSEPTIA	39
4.1	Konseptien nimitykset	39
4.2	Palvelukonseptin ydinsisällön määrittely ja konseptimallin luominen	40
4.3	Kehittämisen prosessin loppuvaiheet	42
4.4	Palvelukonseptimallit	43
5	SENIORIATERIOIDEN NYKYTILA JA TULEVAISUUDEN MAHDOLLISUUDET MARKKINOILLA	63
	LÄHTEET	67
	LIITTEET	70

KUVIOT

Kuvio 1.	Kehittämisen prosessin eteneminen.....	21
Kuvio 2.	Palvelukonseptin rakenne.....	40
Kuvio 3.	Nopeasti edullista ja monipuolista arkiruokaa	44
Kuvio 4.	Edullista kotiruokaa kodikkaassa ympäristössä.....	47
Kuvio 5.	Viihteellistä ohjelmaa sisältävät lounaat.....	50
Kuvio 6.	Lounas kotiin kuljetettuna	53
Kuvio 7.	Kokataan yhdessä lounaat	56
Kuvio 8.	Juhlavissa puitteissa fiinimmin syömään	59

1 JOHDANTO

Suomi harmaantuu rivakasti. Ennusteen mukaan vuonna 2030 Suomessa on lähes 1,5 miljoonaa yli 65-vuotiasta, joista yli puolet on yli 75-vuotiaita (Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestöennuste, 2015.) Käytännössä suomalaisen väestön harmaantuminen on jo alkanut, kun suuret ikäluokat ovat siirtyneet eläkeikään. Alati kasvava senioriväestön määrä haastaakin pohtimaan yhä useammissa palveluissa, myös kaupallisissa palveluissa, miten kasvava senioreiden ryhmä huomioidaan tulevaisuuden tuotteissa ja palveluissa: miten senioriväestö haastaa esimerkiksi lounaspalvelut?

Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämän laatua -hankkeen tavoitteena on ollut luoda uudenlaisia palvelu- ja liiketoimintakonsepteja senioriväestön lounasateriointiin. Tarkoitus on ollut selvittää ja kokeilla, miten kaupallisten, julkisten ja yhteisöllisten toimijoiden kanssa yhteistyössä voidaan kehittää uusia lounaspalvelukonsepteja ajatellen erityisesti juuri seniori-ikäisiä asiakkaita. Toisaalta tarkoitus on ollut tutkia myös sitä, miten olemassa olevissa erityyppisissä lounaspalvelukonsepteissa voidaan ottaa huomioon seniorit asiakasryhmänä aiempaa paremmin.

Kaupallisissa ravitsemispalveluissa iäkkäitä ei ole vielä tähän mennessä nähty erillisenä asiakassegmenttinä, joille suunniteltaisiin erikseen palveluita, toisin kuin esimerkiksi lapsiperheet. Iäkkäiden ruokailu on yhtäläistetty Suomessa ensi sijassa julkisiin ateriapalveluihin, vaikka lopulta vain pieni osa senioriväestöstä käyttää varsinaisia ateriapalveluita. Selvästi useammat, ainakin harvakseltaan, ovat asiakkaina tavallisissa kaikille mahdollisissa lounaspalveluissa.

Varta vasten seniori-ikäisille suunnatut ruokapalveluiden vaihtoehdot tai senioreiden havaitseminen merkityksellisenä asiakassegmenttinä lounaspalveluissa on ollut kuitenkin vähäistä ja senioriruokailuun on liitetty vahvasti laitospäinen ajattelutapa. Useiden ennakkointien mukaan varttuneen väestön ajatukset ja toiveet heille suunnatuista palveluista ovat kuitenkin muuttumassa. Tulevaisuutta on nähdä iäkkäät myös ruokailun näkökulmasta laatutietoisina kuluttajina. Nykysenioreiden ikääntyessä ja tullessa kolmanteen ikään ajatukset hyvästä ruokailusta ovat erilaiset kuin aiemmin. Ruokapalveluilta vaaditaan laatua ja yksilöllisempiä ja elämyksellisempiä vaihtoehtoja. (Tuorila & Järvelä 2012.) Toisaalta iäkkäät voidaan jo nyt nähdä aktiivisina toimijoina ja laatutietoisina ravitsemispalveluiden käyttäjinä. Yhä useammilla senioreilla on myös aiempia sukupolvia enemmän varallisuutta ja siten mahdollisuuksia käyttää rahaa päivittäis- ja vapaa-aikapalveluihin.

Asiakasryhmänä seniorit tunnistetaan kuitenkin heikosti juuri kaupallisissa lounaspalveluissa. Monissa muissa kaupallisissa palveluissa, kuten liikenne- ja

vapaa-ajan palveluissa sekä asumisen palveluissa, on olemassa jo erilaisia seniorilennuksia tai selkeästi senioreille suunnattuja palveluita tai tuotteita.

Kehittämishankkeen tarkoituksena on ollut selvittää ja kokeilla, miten iäkkäiden ruokailua mm. yksityisissä ja yhteisöllisissä ravitsemisliikkeissä kehittämällä voidaan innovoida toimintakäytäntöjä ja palveluita, jotka luovat uutta liiketoimintaa ja samalla lisäävät ikäihmisten hyvinvointia ja toimintakykyä. Tavoitteena on ollut identifioida iäkkäiden tarpeita vastaavia uusia tuotteita ja palvelukokonaisuuksia ja samalla parantaa ravitsemisliikkeiden kannattavuutta ja lisätä alan työllisyyttä, koska ravitsemisalalan toiminnan lisääntyminen pohjautuu vahvasti nykyisten yritysten laajenemiseen tai uusien innovatiivisten liikeideoiden ja liiketoimintamallien syntyymiseen.

Vähäpätöistä hankkeesta ei ole myöskään se, että samalla tavoitteena on ollut tukea iäkkäiden hyvinvointia luomalla reunaehtoja ikäystävälliselle yhteiskunnalle tai kaupunkikulttuurille, jossa myös iäkkäämmän väestön palvelutarpeet huomioidaan aiempaa paremmin kaupallisissa päivittäispalveluissa, joihin lounaspalvelutkin kuuluvat. Lounas on päivän perusta, joten satsaamalla innovatiivisiin, laadukkaisiin ja miellyttäviin lounaskokemuksiin, mahdollistetaan varttuneelle väestölle lisää elinvoimaisia ja laadukkaita vuosia, mikä puolestaan säästää julkisen sektorin kustannuksia.

Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua -hankkeessa lähdettiin pohtimaan yritysten kanssa yhdessä yllä mainittuja kysymyksiä ja kehittämään rohkeasti lounaspalveluita ajatellen senioriväestöä. Tavoitteena on ollut luoda senioriystävällisiä lounaspalveluiden konsepteja, joiden avulla edellä mainittuihin tavoitteisiin päästään. Palvelukonseptoinnin onnistumisessa oleellisinta on ymmärtää, miten ja mistä arvo asiakkaalle muodostuu. Tässä mielessä palvelun kehittämisessä on tapahtunut suuri muutos entiseen ajatteluun verrattuna. Nykypäivänä korostetaan asiakasymmärrystä. Kehittämisen näkökulma on muuttunut kokonaisvaltaisemmaksi ja siinä painottuu asiakkaan kokemus suunnittelun lähtökohtana. Vanhan käsityksen mukaan asiakasarvon katsottiin liittyvän vain tuotteisiin ja palveluihin, joiden arvoa pyrittiin luomaan yrityksen omien toimenpiteiden avulla. Uuden lähestymistavan mukaan arvo nähdään sisältyväksi asiakkaan henkilökohtaisiin kokemuksiin. Palvelua tarjoavan yrityksen tehtävä onkin etsiä mahdollisuuksia ymmärtää asiakasta mahdollisimman hyvin ja tukea häntä arvonluomisen prosessissaan.

Edellä mainittu siirtymä heijastuu monilla tavoin kehittämistyöhön. Tämän päivän kehittämistyössä asiakkaan kokemusta ei voi sivuuttaa vaan päinvastoin usein asiakaskokemus on ensimmäinen, josta on lähtävä liikkeelle. Koska kaiken

palvelukehittämisen lähtökohtana tulisi olla asiakasymmärrys, myös lounaspalvelukonseptointia haluttiin toteuttaa ”asiakaskärki edellä” eli tutkia ensin niitä kysymyksiä, jotka seniori-ikäiset itse lounaspalveluiden käyttäjinä kokevat tärkeiksi. Hankkeessa on kartoitettu senioreiden omia ajatuksia lounaspalveluista, heidän kulutuskäyttäytymistään, arvostuksiaan sekä ajatuksiaan nykyisistä lounaspalveluista. Lisäksi on kartoitettu jo olemassa olevia lounaspalveluiden käytäntöjä, miten seniorit niissä nähdään tai miten ”senioriystävällisiä” ne jo valmiiksi ovat.

Edellä mainittuja kartoituksia hyödyntämällä sekä yhdessä lounaspalveluyrittäjien kanssa työskentelemällä hankkeessa on kehitetty, kokeiltu ja mallinnettu kuusi erilaista senioriystävällisen lounaspalvelun konseptia. Yhteistyö on toteutunut haastatteleamalla yrittäjiä, kuuntelemalla heidän kokemuksiaan, tarkastelemalla heidän lounaspalvelukonseptejaan sekä työstämällä työkokouksissa yhdessä lounastoimijoiden kanssa senioriystävällisiä palvelukonsepteja. Nämä yrittäjien olemassa olevat käytännöt, kokemukset sekä uudet avaukset on koottu yhteen tähän raporttiin.

1.1 Ikäystävällisyys lounaspalveluiden tuottamisessa

Väestön ikääntyminen ei koske vain suomalaista yhteiskuntaa vaan on laaja eurooppalainen ja länsimainen trendi. Muun muassa EU ja WHO ovat käynnistäneet useita ohjelmia, joilla pyritään vastaamaan tulevaan väestön ikääntymisen haasteeseen ja samalla ravistelemaan ajatusta ikääntymisestä vain raihnaisuutena. Näistä esimerkkeinä ovat muun muassa WHO:n Aktiivisen ikääntymisen -ohjelma ja Ageing in place -ajattelu, jotka heijastavat uutta näkökulmaa ikääntymiseen (Active aging: A policy framework 2002; Global age-friendly cities: A guide 2010; AGE Platform Europe 2010). EU:n ohjelmissa on nostettu esiin myös Silver Economy -käsite, jossa ikääntyvää väestöä ei tarkastella vain kulueränä ja hoivapalvelujen käyttäjänä vaan väestön harmaantuminen nähdään taloudellisen toimeliaisuuden kannalta mahdollisuutena. Ikäihmiset ostavat, liikkuvat, harrastavat ja kuluttavat siinä missä muutkin ikäryhmät. He asuvat, matkailevat, käyttävät kulttuuripalveluita, ostavat päivittäiselintarvikkeita, vaatteita ja myös lounaspalveluita. (kts. Growing the European Silver Economy: Background paper 2015.) Itseasiassa lounas on esimerkki palvelusta, jonka tarve luultavasti lisääntyy ikääntyvien riittävästi ikääntyessä.

Myös suomalaisessa hyvinvointipolitiikassa on merkkejä siitä, että väestön ikääntymiseen on havahduttu ja sen on todettu olevan laaja, kaikkia sektoreita koskeva haaste. Mm. uudessa vanhuspalvelulaisissa (L 28.12.2012/980) korostetaan, että ikäihmisten arjessa selviytymisen tukemisen tulisi liittyä laaja-alaisesti iäkkäiden

arkielämään. Laissa tähdennetään siis myös muiden kuin julkisten vanhustyön toimijoiden roolia vanhusystävällisten toimintaympäristöjen ja arjen luomisessa. Iäkkäille suunnatut kaupalliset ruokapalvelut ovat tästä erinomainen esimerkki.

Ikääntyvien asumisessa ja palveluissa on alettu puhua palvelualueista tai palvelukampuksista. Palvelualueet ymmärretään ikäystävällisinä asuinympäristöinä tai alueina, joissa on tavallisia asuntoja sekä erityisesti ikääntyneille suunniteltuja esteettömiä asuntoja. Tarpeelliset palvelut, muutkin kuin sosiaali- ja terveyspalvelut, ovat tärkeä osa tätä senioriystävällisen palvelualueen ajatusta. Koska tulevaisuudessa yhä useammat ikäihmiset asuvat kodeissaan yhä pidempään, toimivat palvelut edistävät kotona asumista. Tällaisia arjessa selviytymistä edistäviä palveluita ovat erilaiset hyvinvointia ja osallistumista tukevat palvelut, kauppa- ja muut asiointipalvelut ja toiminnot ja myös ruokailuun liittyvät palvelut. (Ympäristöministeriö 2013; Välikangas 2009.) Palvelukampusten osalta iäkkäät itse ovat kokeneet tärkeäksi, että sieltä löytyy lounasravintolapalveluita. (Mikkola, Heitto & Rahikka 2015, 43-45.)

Kehitettäessä lounaspalveluita ajatellen kasvavaa senioriväestöä, on hyvä olla innovatiivinen ja rohkea. Millaisia ovat tai voisivat olla tulevaisuuden senioreiden lounaspalvelutarpeet ja -tottumukset? Useissa tavallisissa kaupallisissa lounaspaikoissa seniorit ovat jo nyt yksi osa asiakaskuntaa. Se, miten hyvin heidät on huomioitu erillisenä asiakassegmenttinä, on epäselvää. Ikääntyminen tuo väistämättä eteen myös erityistarpeita, joihin lounaspalveluiden tuottajien on hyvä kiinnittää huomiota. Toisaalta voi olla niinkin, että seniorit ovat ruokailijoina huomattavan samankaltaisia kuin muutkin ikäryhmät. Voi olla, että käsityksiä senioreista palveluiden käyttäjinä on syytä joiltain osin myös uudistaa.

1.2 Seniori-ikäisiin mahtuu monia asiakas- ja kuluttajasegmenttejä

Seniori-ikäisten lounaspalveluita suunniteltaessa on hyvä pitää mielessä, että senioriteetti /seniori-ikä on pitkä ajanjakso ihmisen elämässä. Työelämän jälkeistä eläkkeellä oloaika seniori-ikäisellä voi olla kaksikymmentä, jopa kolmekymmentä vuotta. Suuren osan tästä ajasta seniori saattaa elää suhteellisen toimintakykyistä elämää. On hyvä huomata, että ikäihmiset eivät ole myöskään väestöryhmänä millään tavalla yhtenäinen joukko vaan ikäihmisiin mahtuu hyvin erityyppisiä ihmisiä iältään, elämäntyyliltään, varallisuudeltaan ja toimintakyvyltään. Eläkeikäisistä ihmisistä, asiakkaista tai kuluttajista puhuttaessa, puhutaan noin 60–100 -vuotiaista ihmisistä erilaisine elämäntilanteineen, toimintakykyineen ja arvostuksineen. Nuorempien ja vanhempien senioreiden elämämpiirit saattavat

erota huomattavasti toisistaan, samoin heidän arvomaailmansa. (Koskinen 2004; Jämsen 2013.) Näillä eri seniorisukupolvilla voi olla hyvin erilaisia maku- ja kulutustottumuksia myös lounaspalveluiden suhteen. Näin ei ole yhtä vanhuspolvea, vaan useita erilaisia. Lounaspalveluissa tämä tarkoittaa muun muassa sitä, että siinä missä yksi pitää hyvin perinteisistä ruoista ja on ehkä muiden valmistaman lounasruokailun varassa, toinen saattaa herkutella hyvinkin eksoottisilla ruoilla.

Seniorit ovat myös taloudellisilta mahdollisuuksiltaan erilaisia. Osa eläkeikäisistä on tulevaisuudessakin pienituloisia. Vaikka eläkeikäisten tulotaso ja varallisuus ovat keskimäärin kasvaneet, korkeat lääkekustannukset tai asumisen kustannukset voivat nekin aiheuttaa senioreille toimeentulovaikeuksia. (Jämsen 2013.) Osa senioreista voi taas olla hyvinkin vauraita.

Ikääntyvien ihmisten monimuotoisuutta kuvastaa jo terminologia, jota heistä käytetään. Yksinomaan vanhuudesta ja vanhoista ihmisistä puhutaan enää harvoin. Sen sijaan käytetään monia muita käsitteitä, kuten ikääntyvät, iäkkäät, seniorit, eläkeläiset, nuoret vanhat ja vanhat vanhat, harmaat pantterit tai ikäihmiset. Seniorit ymmärretään tavallisesti melko hyväkuntoisina ja toimeliaina ikääntyvinä ihmisinä, jotka ovat ylittäneet tai ylittämässä perinteisesti ymmärretyn vanhuuseläkeiän. Vanhuspalvelulaisissa (L 920/2012) käytetään tässä yhteydessä käsitettä ikääntynyt, jolloin viitataan yli 65-vuotiaaseen väestön osaan, ns. aktiivisiin senioreihin. Iäkkäät taas ovat tässä yhteydessä ikääntyneitä, joilla on selvästi jo toimintakyvyn alenemisesta johtuvaa palvelun tarvetta.

Senioreista käytetään usein myös nimitystä kolmasikäläiset, jonka loi miltei kolmekymmentä vuotta sitten Peter Laslett (1989). Kolmannella iällä tarkoitetaan aktiivista ja toimeliasta aikaa elämänkaaressa, joka sijoittuu eläkkeelle jäämisen ja varsinaisen vanhuuden väliin. Ikävaiheelle on ominaista, että senioreilla on toimintakykyä, mahdollisuuksia ja aikaa toteuttaa itseään sekä riittävä varallisuus tähän. Vasta neljäs ikä on varsinaista vanhuutta; aikaa, jolloin ikääntyvällä on erilaisia toimintakykyrajoitteita ja hänen riippuvuutensa muista lisääntyy.

1.3 Seniori-ikäiset asiakkaina

Senioreista lounaspalveluiden käyttäjinä tai kuluttajina on tehty tutkimuksia varsin vähän ja aivan erityisen vähän Suomessa. Seuraavassa esitellään muutamia näkökulmia, tutkimuksia tai kehittämishankkeita, joissa on tarkasteltu senioreita lounaspalveluiden käyttäjinä tai yleisemmin päivittäispalveluiden kuluttajina.

Seniori-ikäisten ravintola-asiakkaiden preferenssejä ja ravintolan valintakriteereitä tutkittaessa on havaittu tiettyjen melko vakiintuneiden tekijöiden vaikuttavan seniori-ikäisten ravintolan valintaan: lounasravintolassa senioreille on tärkeää muun muassa ruoan laatu, lounasravintolan siisteys ja kohtuullinen hinta. Muita senioreiden arvostamia kriteereitä ovat ravintolan ilmapiiri, palveluhenkilökunnan palveluasenne sekä lounasvaihtoehtojen monipuolisuus ("variety of food"). (Yamanaka, Almanza, Nelson & DeVaney 2003; Ghiselli, Lee & Almanza 2014.)

Ravintolaa valitessa palvelun laadulla on senioreille suuri merkitys. Monet seniorit pitävät palvelun laatua yhtenä tärkeimmistä lounasravintolan valintakriteereistä (Knutson & Patton 1993). Fun ja Parks (2003) mukaan iäkkäät arvostavat ystävällistä palvelua ja sitä, että heitä arvostetaan asiakkaina. Ravintolan tunnelma, kodikas ilmapiiri ja tutut työntekijät ovat iäkkäille tärkeitä. Sen sijaan palvelun nopeus ei ole yhtä tärkeää iäkkäille kuin nuoremmille ikäryhmille.

Seniorit kokevat ruokailun eräänlaisena vapaa-aikana ja sosiaalisena tilanteena (Shank & Nahhahs 1994; Fu & Parks 2003). Seniori-ikäiset ruokailevatkin ravintolassa pikemminkin sosiaalisten syiden vuoksi kuin esimerkiksi sen käytännöllisyyden vuoksi (Yamanaka ym. 2003).

Tutkimusten mukaan ikääntyneet ovat usein lojaaleja asiakkaita. He palaavat mielellään tuttuun, hyvään ravintolaan ja valitsevat tuttuja makuja. Ravintola-asiakkaina he ovat vähemmän vaihtelunhaluisia kuin nuoret. Seniorit arvostavat nostalgiaa, asioita, jotka muistuttavat aiemmin koetuista hyvistä asioista. (Donghee & SooCheong 2015.)

Edellä mainittujen tekijöiden ohella myös ravintolakokemukseen vaikuttavilla fyysisillä puitteilla on senioreille merkitystä. Tällaisia ovat mm. lounaspaikan äänimaailma, valaistus, kalusteet (mm. mukavat tuolit), parkkialue ja jonotuksen kesto. Eli kääntäen meluinen miljö, heikko valaistus, huonot paikoitusalueet ja pitkät jonot käännöttävät senioreita pois lounasravintolasta. (Yamanaka ym. 2003; Lahue 2000; Ghiselli ym. 2014.)

Useiden tutkimusten mukaan muun muassa amerikkalaiset seniorit suosivat erityisesti pieniä tai keskisuuria perheravintoloita, jotka tarjoavat perinteikästä ruokaa (family or midscale restaurant) (Fu & Parks 2003). Amerikassa senioriasiakkaat ovatkin jo vuosikymmeniä olleet ravintoloille yksi merkittävä asiakassegmentti. Etenkin viime vuosina on havaittu, että myös senioreiden ravintolaruokailussa heijastuu ainakin jossain määrin samat ruokailun megatrendit kuin muussa lounas- ja ravintolaruokailussa. Eräänä tällaisena megatrendinä voidaan pitää terveellisyttä, jota osa senioreista näyttäisi erityisesti korostavan. (Myung-Ja ym.

2013.) Toisaalta Ghisellin ym. (2014) tutkimuksessa myös pikaruokaravintoloiden suosio lounaspaikkoina oli kasvanut nuorempien senioreiden ikäryhmissä vuodesta 1998 vuoteen 2012. Sen sijaan "Eating on go" -tyyppiset lounasmallit, jotka ovat olleet kasvava trendi nuorten keskuudessa, eivät välttämättä iäkkäämpää väestöä houkuta. (Yamanaka ym. 2003.)

Suomalaiseen ruokakulttuuriin on ollut juurtuneena kotona aterioinnin perinne. Seniori-ikäisiä ei ole nähty ravintolapalveluiden suurkuluttajina eikä kodin ulkopuolella ateriointia tapana organisoida ikääntyneen väestön päivittäisruokailua. Muun muassa työpaikkaruokailu-tyyppinen lounasruokailu on mielletty ensi sijassa työikäisten ruokailutapana. Suomessa senioriaterioinnin saralla on kehitettykin kotiinkuljetusaterioita, joissa on varmasti runsaasti liiketoimintapotentiaalia myös tulevaisuudessa. On viitteitä myös siitä, että Suomessa käytännöt ja ilmapiiri voivat olla muuttumassa. Muutos heijastaa yhtäältä keskiluokkaistuvan ikääntyvän väestön palveluodotuksia, tulevaisuudessa siintävää tämän väestöryhmän selkeästi kasvavaa tarvetta ratkaista lounasateriointiin liittyviä palvelutarpeitaan ja tähän kytkeytyviä moninaistuvia palveluodotuksia, ja yritysten tarvetta laajentaa asiakaskuntaansa. Yhä useammat seniorit matkailevat. Samalla tutustutaan uudenlaisiin ateriointikulttuureihin ja omaksutaan uusia tapoja viettää eläkepäiviä (Karisto 2008). Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkimuksessa "Millainen olisi hyvä elinympäristö?" eläkeikäisten hyvän elinympäristön visioissa nostettiin esiin kodin läheisyydessä sijaitsevat lounaspalvelut. Toisia saman ikäisiä halutaan tavata kahviloissa tai ruokaravintoloissa. Hyvää elinympäristöä ikääntyneille kuvattiinkin raportissa seuraavasti:

.. eläkeläiset ostavat elintarvikkeita ja laittavat itse ruokaa, hyvässä elinympäristössä kodin lähellä on ruokaravintola ja kahvila. Ravintolassa voi nauttia herkullisen kohtuuhintaisen lounaan vaikka päivittäin ja kahvilassa voi tavata tuttuja leivoksen äärellä. Huonossa elinympäristössä kävelyetäisyydellä on vain kaljakuppiloita tai kebab-paikkoja, joten monipuolista päivittäistä lounasta ei ole tarjolla kävelyetäisyydellä ja ystävien tapaamiselle kodin ulkopuolelta ei löydy viihtyisää paikkaa. (Koistinen & Tuorila 2008, 41.)

Eräs ilmentymä lounaskulttuurin muutoksesta ja muuttuvista palveluodotuksista on sekin, että tänä päivänä senioritalojen yhteyteen rakennetaan pikemminkin lounasravintoloita kuin ruokasaleja. Myös lounasravintolat itse ovat aktivoituneet. Joissakin työpaikkalounasta tarjoavissa ravintolaketjuissa on toteutettu valtakunnallisia kampanjoita, joilla lounaspalveluita on markkinoitu senioreille. Muun muassa joukkoruokailun kehittämistä koskevassa raportissa (2010) ehdotetaan työpaikkalounasravintoloiden avaamista laajamittaisemmin myös työelämän ulkopuolella oleville väestöryhmille, kuten iäkkäille ja työttömille.

Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua -hanketta edeltäneessä Nautinnollista ruokailua -hankkeessa kartoitettiin eteläpohjalaisten senioreiden sekä sosiaali- ja terveydenhuollon ja ruokapalveluhenkilöstön käsityksiä iäkkäiden hyvästä ruokailusta. Hankkeen yhtenä johtopäätöksenä oli, että kotona asuville iäkkäille on olemassa melko vähän juuri heille suunniteltuja ateriointivaihtoehtoja. Iäkkäät kokivat arkensa kotikeskeiseksi, samalla kun hyvään ruokailuun liitettiin vahvasti sosiaaliset ulottuvuudet ja yhdessä ateriointi. Osa kaipasi myös kodin ulkopuolisia ateriointimahdollisuuksia. Työntekijöiltä ja lounastoimijoilta aihealuetta kartoitettaessa kaupallisissa senioriaterioissa nähtiin olevan mahdollisuuksia ja potentiaalia myös kaupalliseen kuluttajalähtöiseen innovointiin. Ajatus kaupallisten toimijoiden kehittämisestä senioriaterioista nähtiin tervetulleena lisänä sekä senioriaterioinnin että lounastoimijoiden liiketoiminnan näkökulmasta. (Perttula, Eromäki, Kaukonen, Nissinen, Peltoniemi & Hopia 2015.)

Suomessa seniorikuluttajuutta on tutkittu ja kehitetty jonkin verran enemmän asumisen puolella sekä päivittäiskaupassa. Muun muassa Kohijoki (2013, 135) tutki väitöskirjassaan ikääntyviä päivittäiskaupan asiakkaina. Tutkimuksessa havaittiin, että päivittäiskaupan palveluissa 65–74-vuotiaat seniorit elivät tavallisesti kolmatta ikää, jota kuvasi eläkeläisyys sekä vapaus palkkatyöstä ja usein toimeentulohuolista. Kuluttajina he elivät aktiivista, itsenäistä ja toimintakykyistä elämää. 75–85-vuotiaiden ikäryhmä arvosti puolestaan nuorempia enemmän ostopaikan sijaintia, henkilökohtaista palvelua ja mahdollisuutta sosiaalisten kontaktien ylläpitoon. Lisäksi heidän joukossaan oli enemmän palvelujen saavutettavuuden suhteen epäedullisessa asemassa olevia asiakkaita. Ikääntymisen myötä myös erilaiset fyysisen tai psyykkisen toimintakyvyn heikkenemiseen liittyvät hankaluudet lisääntyivät sekä esimerkiksi ostosten kuljettaminen kotiin vaikeutui. (Kohijoki 2013, 135.)

Muutamia muitakin yksittäisesimerkkejä löytyy. Ikäystävällisiä käytäntöjä on kehitetty päivittäiskaupan puolella muun muassa Pohjois-Karjalassa erilaisin projektein. Jämsenin ja Kukkosen (2014) mukaan pohjoiskarjalalaiset päivittäiskaupan yritykset olivat havainneet, että seniori-ikäisiä asiakkaita on yhä enemmän. Osalle seniori-ikäiset olivat liiketoiminnan kannalta jopa merkittävä asiakaskunta. Jämsenin ja Kukkosen mukaan väestön ikääntyminen haastaa yritysten liiketoimintaa kahdella tavalla: miten tunnistetaan ikääntymiseen liittyvää liiketoimintapotentiaalia ja miten kyetään vastaamaan aiempaa paremmin ikääntymiseen liittyvien erityiskysymysten, kuten muistisairauksien, kohtaamiseen asiakaspalvelussa.

Jämsenin ja Kukkosen (2014) mukaan ikäosaaminen rakentuu yhtäältä ikäihmisten tarpeista ja odotuksista, ja toisaalta yrityksen osaamisesta ja taustalla vaikuttavista ikäasenteista. Yritykset pitivät senioreita ostovoimaisina asiakkaina, jotka ovat

usein melko hyväkuntoisia. Toisaalta tuotiin esiin ikääntyvien asiointiin hidastuminen. Seniori-ikäiset eivät välttämättä ”shoppaile” vaan he tulevat asiakkaiksi, kun heillä on selvä tarve tuotteelle tai palvelulle. Yritysten kokemuksen mukaan ikäihmiset arvostavat nimenomaisesti kokonaispalvelua. Lisäksi senioreiden arvostamia asioita olivat tuotteiden helppokäyttöisyys, asiakaspalvelun kiireettömyys ja ikäihmisen kuunteleminen. Kun nämä palvelun elementit täyttyvät, ikäihmisestä saa tyytyväisen vakioasiakkaan.

Ikäihmisiä pidettiin toisaalta myös aikaa vievinä asiakkaina, koska he tarvitsevat paljon henkilökohtaista asiakaspalvelua, mikä aiheuttaa ruuhkia asiakaspalvelussa. Kärnän ja Purmosen (2014) mukaan osa yrityksistä saattaakin karttaa ikäihmisiä tästä syystä. Yrityksillä voi olla vanhentuneita käsityksiä ikäihmisistä. Ajatellaan itsestään selvästi, että ikäihmiset eivät osaa käyttää esimerkiksi verkkopalveluita. Ikääntymiseen liitetään helposti erilaisia kielteisiä mielikuvia. Ikäihmiset itse ajattelevat silti olevansa asiakkaina tavallisia aikuisia kuluttavia kansalaisia, eivät erityisesti ja ensi sijassa vanhoja. (Kälviäinen & Ekroos 2014, 80.)

Ikääntyneen väestön asiointia voidaan helpottaa monin tavoin. Päivittäiskaupalle ikäihmiset ovat esittäneet toiveita, että tuotteiden sijoittelussa otettaisiin huomioon heidän rajoituksensa liikkumisessa. (Kärnä & Purmonen 2014.) Myös kotiinkuljetus nousi esille, mutta toisaalta yritykset kokivat, että sosiaaliset kohtaamiset ikäihmisten kanssa olivat yrityksille kilpailuetu. Myös asiointia helpottavat kotikäynnit, kohdennettu markkinointi sekä yrityksen henkilökohtainen yhteyshenkilö mainittiin. (Jämsen & Kukkonen 2014.) Ikäihmisiä voidaan huomioida hidaskassoilla, lounaspalveluissa nämä voivat tarkoittaa myös esimerkiksi ”ei pitkää jonotusta”-kassoja, levähdyspaikoilla ja luiskilla. Heitä voidaan ohjata asioimaan esimerkiksi ruuhka-ajan ulkopuolella, järjestää ikäihmisille suunnattuja tilaisuuksia ja niin edelleen. (kts. Kärnä & Purmonen 2014.)

Sikäli kuin yritykset onnistuvat kehittämään senioriväestön palvelutarpeita ja -odotuksia vastaavia palveluita, ikäihmisistä saa helposti tyytyväisiä asiakkaita, jotka tekevät uusintaostoja ja levittävät myönteistä viestiä palvelun tarjoajasta. Ikäihmiset haluavat olla myös kehittämässä palveluita. Niinpä ikäihmisiä varten kannattaa kehittää monikanavaisia ja heidän tarpeisiinsa sopivia palautejärjestelmiä. (Kärnä & Purmonen 2014.)

2 SENIORIATERIOISTA LIIKETOIMINTAA JA ELÄMÄNLAATUA -HANKKEEN KEHITTÄMISPROSESSI JA AINEISTON KERUU

Kuten edellisessä luvussa kuvattiin, löytyy paljon niin sanottuja heikkoja signaaleja ja perusteluja, miksi senioreiden lounasruokailun mahdollisuuksien laventamiselle ja monimuotoistuvan senioriväestön tarpeita vastaavien lounaspalveluiden konseptoinnille näyttäisi olevan tilausta. Se on myös lounasyrittäjille mahdollisuus luoda uutta liiketoimintaa. Senioriateria-hankkeessa tartuttiin tähän haasteeseen ja pyrittiin kehittämään, tutkimaan ja konseptoimaan tulevaisuuden senioriystävällisiä lounaspalvelukonsepteja. Konseptit kuvataan luvussa 4.

Ydinryhmänä kehittämisessä oli projektitiimin lisäksi eteläpohjalaisista yrittäjistä koostunut paikallinen lounastoimijaverkosto, jossa kehitettiin uudenlaisia senioriystävällisiä palvelukonsepteja. Verkosto koostui kaupallisista ja yhteisöllisistä lounastoimijoista Etelä-Pohjanmaan alueella. Lisäksi työryhmässä oli mukana Seinäjoen ikääntyvien palveluiden edustaja Ikäkeskuksesta sekä kaksi senioriedustajaa Seinäjoen kaupungin Ikäneuvostosta.

Koska seniorit ovat kuluttajaryhmänä hyvin monimuotoinen, lounastoimijaverkosto pyrittiin rakentamaan mahdollisimman laaja-alaiseksi, jotta erityyppiset liiketoimintakonseptoinnin mahdollisuudet olisi mahdollista saada esiin. Kehittämisessä on ollut hankkeen eri vaiheissa mukana yhteensä 20 kaupallista ja yhteisöllistä toimipaikkaa. Ne ovat olleet sekä pk-yrityksiä että valtakunnallisiin ketjuravintoloihin kuuluvia toimijoita.

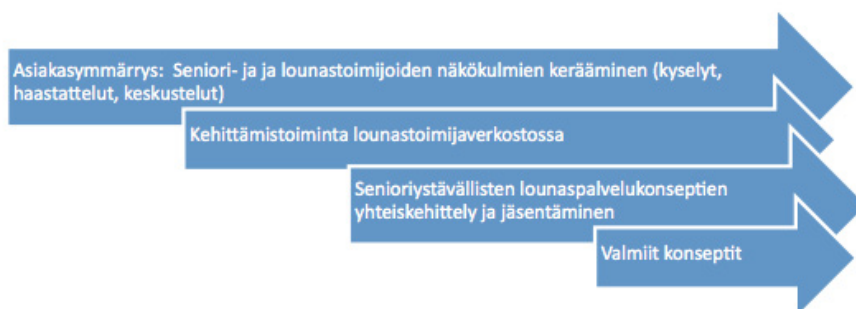
Kukin lounastoimija pyrki hankkeen aikana itse kehittämään omassa toiminnassaan seniorilounaita jollain tapaa. Kehittämisen painopisteet kukin lounasravintola määritteli itse omista lähtökohdistaan käsin. Kehittäminen liittyi muassa hinnoitteluun, palveluun, esteettömyyteen, tilauslounaisiin tai senioreille suunnattuihin ohjelmallisiin ja elämyksellisiin teemalounaisiin tai -illallisiin.

Tavoitteena oli, että jokainen lounastoimija olisi vuoden 2016 alkuun mennessä aloittanut kehittämistoiminnan jollain tapaa ja näin tapahtuikin. Pilotointia jatkettiin vuoden 2016 marraskuun loppuun saakka. Näin saatiin kokemusta erityyppisten liiketoimintaideoiden toimivuudesta ja niihin liittyvistä haasteista.

Käytännössä useimmat lounaspalveluyrittäjät ottivat käyttöön seniorialennuksen, jonka tavoitteena oli viestiä senioriystävällisyyttä ja madaltaa kynnystä hyödyntää lounaspalveluita. Monet pohtivat myös senioriystävällistä palvelua: miten

senioriystävällisiä heidän palvelunsa jo nyt ovat ja miten senioriystävällisyyttä voi kehittää. Osa kehitti myös ohjelmallisuutta lounaiden yhteyteen. Joissakin ravintoloissa senioriryhmät olivat jo valmiiksi merkittäväkin asiakasryhmä ryhmäruokailuissa. Lisäksi ravintoloilla saattoi olla jo valmiiksi ryhmälounasmalleja. Myös senioriaiheisia teemapäiviä järjestettiin. Näissä oli tarjolla ohjelmaa, tietoa erilaisista palveluista, tempauksia ja mahdollisia alennuksia.

Hankkeen toiminnallinen kehikko rakentui siten, että kehittämistyötä tukemaan kerättiin aluksi lukuisista eri lähteistä tietoa senioreista, heidän preferensseistään lounasruokailussa. Tämän lisäksi kerättiin tietoa olemassa olevista käytännöistä senioreilta ja lounastoimijoilta. Myös heidän ajatuksiaan senioriystävällisyydestä lounaspalveluiden kehittämisessä kysyttiin. Nämä tukivat itse konseptointityötä. Varsinainen senioriystävällisten lounaspalvelukonseptien kehittäminen tapahtui työryhmätyönä, jonka pohjana oli lounastoimijaverkoston toiminnasta ja kartoituksista jäsenyvä tieto.



Kuvio1. Kehittämisprosessin eteneminen

Hankkeen tavoitteena on ollut, että kartoitusten, työpajojen ja työkokousten sekä pilotoitien tuloksena kyetään luomaan useita uusia liiketoimintamalleja seniorilounaisiin. Liiketoimintamallit ovat kaikkien kaupallisten ja yhteisöllisten lounastoimijan monistettavissa ja omaksuttavissa. Tavoitteeksi asetettiin, että hankkeen jälkeen senioriateriointiin olisi kyetty tuottamaan ainakin 3 - 4 uutta toimintamallia, jotka ovat käytössä ja niitä kehitetään edelleen. Hankkeen myötä senioreille asiakkaina löytyisi aiempaa monipuolisemmin heidän tarpeisiinsa vastaavia lounas- ja ravintolapalveluita. Tavoitteena oli, että seniorit myös hyödyntäisivät näitä aiempaa selvästi enemmän. Pitkällä aikavälillä olisi näin ollen nähtävissä uudenlaisia senioreille räätälöityjä lounaspalveluita myös muiden kuin hankkeeseen osallistuvien lounastoimijoiden toteuttamina. Seniorit tiedostetaan yhtenä tärkeänä ja kasvavana kuluttajaryhmänä ja heille räätälöidään uusia ja yhä monimuotoisempia palveluita ja tuotteita.

2.1 Palvelukonseptointi kehittämisen työkaluna

Palvelukonseptointi voidaan rinnastaa palvelumuotoilun ajatukseen tai toimintamalliin. Kirjallisuudessa on monia termejä, jotka kuvaavat sitä, miten palveluyritykset suunnittelevat uusia palvelukokonaisuuksia. Tällä alueella läheisiä käsitteitä ovat palveluinnovaatio, palvelumuotoilu ja juuri palvelukonseptointi. Palvelukonsepti on tuttu ja yleisesti käytetty käsite niin palvelumuotoilusta, palvelun kehittämisestä kuin palveluinnoivinnista puhuttaessa. Palvelukonseptointia pidetään uusien tuotteiden kehittämisessä prosessin avainvaiheena. Siinä kiteytetään palvelun keskeisimmät piirteet: arvo, muoto ja toiminta, kokemus ja seuraukset. (Clark, Johnston & Shulver 2000.) Palveluinnovaatiolla tarkoitetaan uuden palvelun kehittämiseen liittyvää idean tuottamista (Edvardsson, Gustafsson, Johnson & Sandén 2000). Palvelumuotoilu sen sijaan on kokoelma työkaluja, joiden avulla palveluidea konkretisoidaan. Palvelumuotoilussa kehitetään systemaattisesti liiketoimintaa ja suunnitellaan tavoitteellisesti asiakkaan palvelukokemus. (Miettinen & Koivisto 2009; Mager 2009.)

Palvelukonseptoinnin onnistumisessa oleellisinta on ymmärtää, miten ja mistä arvo asiakkaalle muodostuu. Palvelumuotoilussa keskeisenä lähtökohtana pidetään asiakasymmärryksen muodostamista. On ymmärrettävä, millaisiin motiiveihin asiakkaiden valinnat perustuvat ja millaisia tarpeita ja odotuksia heillä on. Asiakkaiden odotukset palvelusta saatavasta arvosta voivat liittyä periaatteessa monenlaisiin tekijöihin: asiakkaiden tarpeisiin, odotuksiin, tottumuksiin, tapoihin, arvoihin, heidän aiempiin kokemuksiinsa, muiden ihmisten mielipiteisiin, palvelun hintaan tai ominaisuuksiin sekä muiden vastaavien palveluiden hintaan. (Tuulaniemi 2011, 17-18, 35-36.) Esimerkiksi ravintolapalveluissa tasapainoinen palvelukokonaisuus muodostuu tavattoman monista tuotteeseen, tilaan, kohtaamiseen, tunnelmaan ja johtamiseen liittyvistä yksityiskohdista, joiden avulla palvelukonseptia voidaan erilaistaa. Asiakkaiden yksilöllisten odotusten ja vaatimusten tunnistamisesta onkin tullut ravintolaliiketoiminnassa entistä tärkeämpi osaamisalue.

Projektin alkuvaiheessa käytettiin runsaasti aikaa, paitsi itse työkokoustoiminnan ja lounastoimijaverkoston käynnistämiseen, myös asiakasymmärryksen lisäämiseen erilaisin kartoituksin. Alkuvaiheessa asiakasymmärrystä kartoitettiin keräämällä **senioreiden ajatuksia lounaspalveluista** monin eri tavoin: kyselyin, haastatteluin ja fokusryhmähaastatteluin. Lisäksi hankkeessa kerätiin asiakasymmärrykseen liittyvää tietoa senioriasiakkaista myös **lounastoimijoilta** heidän toimintakäytännöistään, jotta kyettiin muodostamaan käsitys siitä, millaisina asiakkaina lounasravintoloitsijat näkevät seniorit ja miten senioriystävällisyys toteutuu lounaspalveluissa jo tällä hetkellä.

2.2 Asiakasymmärryksen kerääminen

Seniori-ikäisten asiakastarpeiden kartoitus käynnistyi heti projektin käynnistyttyä vuoden 2015 alusta, mutta aineistonkeruuta senioreiden ajatuksista, kokemuksista ja kriteereistä lounaspalvelulle on jatkettu myös 2016 vuoden aikana. Yhteistyötahoja senioreiden arvostusten ja preferenssien sekä asiakastarpeiden keräämisessä ja asiakasymmärryksen luomisessa on ollut useita. Tärkeitä yhteistyötahoja ovat olleet erityisesti Seinäjoen Ikäkeskus, Seinäjoen seurakunta sekä Eläkeliiton Seinäjoen ja Nurmon yhdistykset, Sydämellinen Seinäjoki ry:n toteuttama Seniorikarkelot-tapahtuma sekä Prisman senioripäivät.

Ikäkeskuksen hyvinvointia tukevien kotikäyntien yhteyteen 75 vuotta täyttäneille toteutettiin kysely (liite 1 & 2). Sillä kerättiin tietoa iäkkäiden toiveista heille suunnatuista ruokailuvaihtoehdoista sekä heidän kodin ulkopuoliseen ruokailuun liittyvistä käytänteistään, ajatuksistaan, toiveistaan ja haasteistaan. Vastaava kysely toteutettiin myös Seinäjoen seurakunnan Hopeatiistaissa sekä Eläkeliiton Seinäjoen ja Nurmon yhdistyksissä, joskin kyselyä hieman muokaten ja täydentäen (liite 3). Keväällä 2015 toteutettiin myös Prisman seniori-päivillä kysely (liite 4), jossa tiedusteltiin senioreilta heidän ajatuksiaan hyvästä ruokailusta sekä aterian hinnasta. Lisäksi YAMK-opiskelija Jenni Peltonen (2016) keräsi senioreiden ajatuksia ravintolaruokailusta teemahaastatteluilla. Myös tämä opinnäytetyö aineistoineen on ollut hankkeen käytössä.

Vuoden 2016 keväällä seniorinäkökulmien keräämistä jatkettiin palvelumuotoilun työpajassa ja Sydämellinen Seinäjoki ry:n Seniorikarkelot-tapahtumassa. Erityisesti Seniorikarkelot-tapahtuman kysely (liite 5) kohdentui jo senioreiden ajatuksiin luoduista konsepteista.

Kertynyt asiakaskartoitusaineisto senioreiden preferensseistä koottiin analysointia varten yhteen ja esille nousseet teemakohtaiset asiasanat kerättiin sisällönanalyttisesti poimien. Vaikka useimmat kyselyissä esiintyvät kysymykset olivat avoimia, niihin oli vastattu usein melko napakasti muutamilla sanoilla, joten asiasanatyypinen analyysi onnistui melko helposti ja nopeasti. Tätä kautta suodattui käsitys siitä mitä seniorit arvostavat lounasruokailussa ja millaisia elementtejä senioreiden ilmaisemiin hyvän lounaspalvelun kriteereihin kuului. Selvästi monisyisempi laadullinen aineisto kertyi työpajoista ja haastatteluista, joita käytettiin syventämään kyselyistä kertynyttä kuvaa.

2.3 Lounastoimijoiden näkökulma

Yhtenä elementtinä asiakasymmärryksen luomisessa ja nykytila-analyysissä toimi **lounastoimijakysely** Etelä-Pohjanmaan alueen ravitsemispalvelualan yrittäjille. Se toteutettiin sähköisenä kyselynä Webropol-ohjelmaa käyttäen (liite 6 & 7). Kyselyssä tiedusteltiin lounasravintoloitsijoiden näkemyksiä senioreista asiakkaina. Linkki kyselyyn saatekirjeineen lähetettiin sähköpostitse 104 yritykselle keväällä 2015. Lisäksi lähetettiin 70 kyselylomaketta postitse. Kyselyvastauksia palautui 45 yritykseltä, suurin osa Webropolin kautta vastattuina. Vain kuusi palautui postitse. Kysymykset käsittelivät mm. seuraavia teemoja: Erityyppisten lounaspaikkojen näkemykset iäkkäistä asiakkaista lounasruokailijoina sekä lounastoimijoiden halukkuus kehittää aktiivisesti erityisiä senioristrategioita. Lisäksi selvitettiin, millaisia lounasravintoloiden senioriystävälliset toimintakäytännöt voisivat olla sekä selvitettiin myös julkisen sektorin ja kaupallisten toimijoiden yhteistyömahdollisuuksia. Lounastoimijakyselyn tuottama aineisto analysoitiin tarkastelemalla vastausten suoria jakaumia ja joiltain osin ristiintaulukoimalla tuloksia.

2.4 Palvelujen konseptointiprosessi

Palvelukonseptien työstäminen käynnistyi varsinaisesti syksyllä 2015 lounastoimijaverkostossa yrittäjien haastatteluilla. Lounasverkoston yrittäjiltä kartoitettiin heidän tämä hetkistä toimintaansa sekä heidän ajatuksiaan kehittämisestä, joita pohjustivat osaltaan aiemmin toteutetut seniori- ja lounastoimijakartoitukset, mitä oli käsitelty yhdessä lounastoimijaverkoston kanssa. Käytännössä palvelukonseptointityö ajoittui koko hanketoiminnan ajalle syksystä 2015 lähtien. Palvelukonseptoinnin keskeisin aineisto syntyi siten kehittämisprosessin myötä lounastoimijaverkoston kanssa työskenneltäessä. Tärkeää materiaalia kertyi projektin aikana yrittäjien kanssa käydyissä neuvonpidoissa ja keskusteluissa joko hankkeen työkokouksissa, ohjausryhmässä tai kahdenkeskisissä neuvotteluissa ja tapaamisissa, joita ei nauhoitettu, mutta mitä kautta muodostui käsitys nykykäytännöistä, palvelukonsepteista ja myös tulevaisuuden kehittämissuunnista eli siitä, mihin suuntaan seniori-lounaita voitaisiin palvelukonsepteina kehittää.

Varsinainen konseptointityön tiivistymä ajoittui palvelumuotoilun työpajaan, joka toteutui keväällä 2016. Työpajaan tuotiin senioreiden ja yrittäjien työstettäväksi alustavat otsikkotason ideat vaihtoehtoisista palvelukonseptiaihiosta, jotka olivat syntyneet aiemman lounastoimijaverkoston työskentelyn, haastattelujen, kartoitusten ja pilotointien kautta. Työpajaa veti Piia Innanen Palvelumuotoilu Palosta.

Työpajassa oli mukana sekä senioreita että lounaspalveluyrittäjiä. Näille molemmille ryhmille järjestettiin oma työpaja. Ensin kokoontui senioreiden työpaja, jonka jälkeen järjestettiin lounastoimijoiden työpaja. Ryhmät tapasivat toisensa ennen lounastoimijoiden työpajaa.

Palvelumuotoilun työpajasta kertyi runsaasti aineistoa. Aineisto käsitti fokusryhmäaineistoa seniorihaastatteluista, senioreiden tuottamia kuvakollaaseja, yrittäjien työstämiä ideoita työpajatyöskentelyn kautta, mitä kehitettiin mm. ideakävelyn, asiakaspersoonan, palvelupolun, palvelutuokioiden ja sarjakuvakirjoitusten kautta. Lisäksi työpajasta kertyi nauhoitettua ryhmäkeskusteluaineistoa, jota syntyi kaikissa edellä mainituissa vaiheissa.

Näin ollen palvelukonseptointiin saatiin hyvää perustietoa työskentelemällä työpajassa yhteistyössä sekä yrittäjien että senioriasiakkaiden kanssa. Muu yhteistyö palvelun tuottajien kanssa sisälsi haastatteluja, kokemusten ja tarinoiden kuuntelemista, palvelukonseptien tarkastelua sekä yhteistä palvelukonseptien työstämistä työkokouksissa. Työkokouksissa oli mukana aina myös senioreiden edustus, he toivat keskusteluun asiakasnäkökulman.

2.5 Arviointia konseptointiprosessista

Työskentelyn kuluessa ilmeni selvästi muun muassa senioriväestön monimuotoisuus asiakkaina; ei ole olemassa vain yhdenlaista senioriväestöä, joilla olisi yhtenäiset preferenssit ja toiveet lounaasta palveluna tai tuotteena tai yhtä yhtenäistä tapaa käyttää niitä. Sen sijaan oli löydettävissä hyvin monenlaisia tapoja kuluttaa ja käyttää lounaspalveluita sekä hyvin monenlaisia kynnyskysymyksiä lounaspalveluiden käytölle. Hankkeessa haluttiin jäsentää jollain tapaa tätä monimuotoisuutta. Yksi tällainen tapa oli jaotella heitä toimintakyvyn mukaan. EU:n Silver Economy -ohjelman taustapaperissa (Growing the European Silver Economy Background paper 2015) ikääntyvä väestö jaetaan kolmeen ryhmään eli aktiivisiin (active), hauraisiin (fragile) ja muista riippuvaisiin iäkkäisiin (dependant). Tämä jaottelu sopii hyvin myös Senioriateria-hankkeen hankeyhteyteen. Myös lounaspalvelutarjonnassa voidaan löytää samat aktiivisten, hauraiden ja toisten avusta riippuvaisten ikääntyvien senioriasiakkaiden ryhmät, joilla on osin toisistaan poikkeavia tarpeita ja odotuksia lounaspalveluilta. Palvelukonsepteja on pyritty jäsentämään hyödyntäen tätä jaottelua.

Luodut konseptit ovat siis osittain jo toteutuvaa käytäntöä mutta osittain myös tulevaisuuden näkyjä tai visioita siitä, mihin suuntaan lounasyrittäjä voisi palvelunsa senioriystävällisyyttä kehittää.

Seuraavissa luvuissa 3 - 4 esitellään tarkemmin sekä senioreilta kerätyn aineiston ja lounastoimijakartoituksen tulokset että hankkeen aikana kehitellyt lounas-palvelukonseptit. Ensin tarkastellaan luvussa 3.1. seniorinäkökulmia lounas-palveluihin. Sen jälkeen kuvataan luvussa 3.2. lounastoimijoiden nykykäytäntöjä Etelä-Pohjanmaalla. Tämän jälkeen luvussa 4 esitellään hankkeen aikana luodut palvelukonseptit.

3 SENIOREIDEN JA LOUNASTOIMIJOIDEN AJATUKSIA LOUNASPALVELUISTA

Asiakasymmärryksen muodostamista voidaan pitää lounaspalvelukonseptoinnin kriittisenä pisteenä. Ilman vastaavuutta asiakkaan tarpeisiin ei tuotteille ole kysyntää. Kuten jo aiemmin mainittiin, projektin alkuvaiheessa asiakasymmärrystä kartoitettiin keräämällä senioreiden ajatuksia lounaspalveluista monin eri tavoin: kyselyin, haastatteluin ja fokusryhmähaastatteluin. Lisäksi hankkeessa kerättiin asiakasymmärrykseen liittyvää tietoa myös lounastoimijoilta, jotta on mahdollista muodostaa riittävä käsitys siitä, millaisina lounaspalveluasiakkaina lounasravintoloitsijat mieltävät seniorit tällä hetkellä. Tässä luvussa kuvataan ensin, millaisilla kriteereillä seniorit jäsenivät toimivia lounaspalveluita ja millaisissa yhteyksissä palveluita tällä hetkellä käytetään. Tämän jälkeen esitellään lounaspalveluyrittäjien näkökulmia.

3.1 Senioreiden ajatuksia lounaspalveluista

Seniори-ikäisten elämäntyylien ja kulutustottumusten murrosta kuvattaessa on usein ennakoitu, että tulevaisuuden seniorit eroavat aiemmista ja että se murros olisi jo käynnissä suurten ikäluokkien ikääntyessä ja suurelta osin jo eläköidyttyä. Kyselyn perusteella tällaisia merkkejä oli nähtävissä.

Kyselyihin osallistuneet seniorit ruokailivat melko usein lounaspaikoissa. Tosin on huomioitava, että kyselyyn on saattanut osallistua erityisesti niitä senioriryhmiä, jotka ovat kiinnostuneita aiheesta. Tavallisimmin seniorit ruokailivat kodin ulkopuolella noin kerran tai kaksi kertaa viikossa, tyypillisimmin noin kerran viikossa. Toisaalta monet vastasivat lounastavansa kodin ulkopuolella vain harvoin. Muita tavanomaisia vastauksia olivat yksi tai kaksi kertaa kuukaudessa, muutaman kerran kuukaudessa sekä muutaman kerran vuodessa (liite 8, taulukko 1).

Vastaukset kuvastanevat hyvin vaihtelua, jota esiintyy nykysenioreiden lounaspalvelujen käytössä. Osa senioreista lounastaa lounasravintoloissa säännöllisesti, melko useinkin. Toiset ruokailevat mieluiten kotona. Kodin ulkopuolella ravintolaympäristössä aterioidaan lähinnä juhlahetkinä, matkoilla ja retkillä. Pieni osa ei välttämättä ruokaile kodin ulkopuolella tällöinkään.

Erityisesti seniorityöpajassa löytyi kahdenlaisia ajatuksia lounasruokailusta, yhtäältä arkiruokailua ja toisaalta juhlahetkiin keskittyvää laatua arvostavaa ruokailua. Nämä saattoivat olla osittain päällekkäisiä, osittain toisistaan eriytyviä tapoja kuluttaa lounaspalveluita tai aterioida ravintolaympäristössä.

Asiakasymmärrysvaiheessa senioreilta tiedusteltiin tekijöitä, jotka vaikuttavat heidän ateriointiinsa kodin ulkopuolella. Seuraavaksi käydään läpi näitä kriteerejä tarkemmin (liite 8, taulukko 2). Kyselyvastausten perusteella erityisesti erilaiset **liikkumiseen ja etäisyyksiin liittyvät tekijät** vaikuttivat usein sekä lounaspalveluiden käytön tiheyteen että lounaspaikkavalintoihin; kuinka usein ruokailaan kodin ulkopuolella ja miten kodin ulkopuolella ruokailtaessa valitaan sopiva lounaspaikka (liite 8, taulukko 2). Tällaisia liikkumiseen ja etäisyyksiin liittyviä tekijöitä olivat muun muassa lounaspaikan sijainti lähellä kotia, hyvät yhteydet lounaspaikkaan, oman auton käyttömahdollisuus, hyvät parkkipaikat tai vastaavasti pitkät matkat tai hankaluus päästä lounaspaikkaan yksin ilman toisen apua. Muita liikkumiseen ja etäisyyksiin liittyviä näkökulmia olivat muun muassa kyytiin tai bussiliikenteeseen liittyvät tekijät.

Lounaspalveluissa myös hinnoilla ja senioreiden taloudellisella tilanteella näytti olevan merkitystä. Liikkumiseen liittyvien seikkojen lisäksi aterian hinta tai oma rahatilanne mainittiin usein asiana, joka vaikuttaa ateriointiin kodin ulkopuolella (liite 8, taulukko 2, 3). Se, millaisen merkityksen lounaan hinta sai lounaspaikan valinnassa, vaihteli sen mukaan, oliko kyse arkiruokailusta vai erityisestä juhlatilanteesta. Varsinkin arkiruokailussa hintatietoisuus nousi esiin. Osa senioreista oli hyvin hintatietoisia. Hintoja vertailtiin. Hinnoista saatiin tietoa muilta senioreilta ja valittiin omalle kukkarolle ja ruokailutottumuksille paras vaihtoehto. Toisaalta aterian hinta ei tällöinkään ollut ainoa valintakriteeri vaan ruoan piti myös olla hyvää, eli maulla oli merkitystä. Monilla senioreilla eläke on vielä pieni, mikä ymmärrettävästi vaikuttaa hintatietoisuuteen. Toisen ryhmän lounaspalvelukulutajista muodostivat ne seniorit, jotka hyödynsivät lounaspalveluita vain satunnaisemmin. Näille senioreille hinnalla ei ollut niin suurta merkitystä. Hintaa tärkeämpää oli ruoan laatu ja miljöö. Tämä heijastui myös siinä, että säännöllisesti lounastavat arvioivat sopivan hinnan selvästi alemmaksi kuin ne seniorit, jotka ruokailivat vain harvakseltaan ulkona. Tällöin lounas voi maksaa enemmänkin, oleellista on laatu ja kokonaislounaskokemus.

Edellä mainittujen näkökulmien ohella **lounasaterian maku, ruoan maukkaus, värikyys ja esillepano** mainittiin usein tärkeiksi lounasruokailussa (liite 8, taulukot 2-4). Erityisesti seniorityöpajassa ruoan maku nostettiin hyvän lounaan ykköskriteeriksi. ”Hyvä ruoka, hyvä mieli” päti siis senioreidenkin lounasaterioinnissa. Ruoan maku vaikutti siihen, voiko lounaspaikasta muodostua asiakkaan kantapaikka, palattiinko lounaspaikkaan uudelleen. Tutkimusten (mm. Donghee & SooCheong 2015) mukaan seniori-ikäiset ovatkin keskimääräistä lojaalimpia lounasravintola-asiakkaita, he palaavat mielellään hyvään, tuttuun ja taattuun lounaspaikkaan. Perinteisesti iäkkäämmät ovat suosineet vähämausteisia ruokia. Aineistossa korostettiin kuitenkin pikemminkin maukkautta, mitä se kenellekin sit-

ten merkitsee. Lounaan maukkautta ja makua perusteltiin laadukkuudella ja muun muassa sillä, että ikääntyessä makuaisti heikkenee ja myös erilaiset lääkitykset voivat vähentää ruokahalua. Maukasta kotiruokamaista lounasta arvostettiin, toisaalta arvioitiin, että lounaassa saa olla jotain kotona tehdyn ruoan ylittävääkin ”twistiä”. Senioreiden mieltymys nostalgiaan näyttäytyi kuitenkin ruokalajeissa; perinneruoat ja perinteikkäät ruokalajit olivat senioreiden suosiossa.

Viime vuosina yhdeksi tärkeäksi ruokailun trendiksi on noussut **terveellisyys**. Se oli erittäin tärkeä lounasruokailun kriteeri myös senioreille (liite 8, taulukko 3). Kalaa, broileria ja kasviksia suosittiin ja näitä toivottiin lounasvalikoimaan. Edullinen keitto salaatteineen osoittautui sekin suosituksi lounasruoaksi. Kuten useissa tutkimuksissa on todettu, terveellisyys ei tarkoittanut kuitenkaan erityistä senioriruokaa. Ruoka ei saa olla terveellisyydestään huolimatta ”mössöä”. (Mm. Tuorila & Järvelä 2012.) Sen sijaan kolmasikälinen voi olla vaateliaskin asiakas esimerkiksi siinä, millaisia rasvoja tulisi käyttää tai miten monipuolisia, maukkaita ja terveellisiä lounaspöydän tuotteita tulisi olla tarjolla. Muutamissa vastauksissa mainittiin myös erityisruokavaliot ja niiden huomioiminen. Näillä viitattiin yleensä laktoosittomiin ja gluteenittomiin tuotteisiin sekä ikääntyneen tarpeeseen saada ruokavaliosta riittävästi proteiinia. Ikääntyminen voi tuoda myös muita ruokavaliorajoitteita, jotka ravintoloitsijan on hyvä huomioida. Kyseisiä näkökulmia seniorit eivät silti juurikaan korostaneet. Sen sijaan lounaalta edellytettiin muita laatutekijöitä, kuten tuoreutta, laadukkuutta, kotimaisuutta sekä sitä, että ruoka on kunnolla lämmitä ja sitä on riittävästi. Ruoka on esteettistä, värikästä ja kauniisti esillä (liite 8, taulukot 3-4).

Terveellisyyden ohella seniorit korostivat **monipuolisuutta** (liite 8, taulukko 3). Monipuolisuus yhtäläistettiin runsaaseen salaattipöytään, vaihteleviin ruokalajeihin ja valinnanvaraan. Toisaalta nostettiin esiin myös ajatus monipuolisuudesta vaihtelevuutena eli ruokalistan tulisi olla eri päivinä vaihteleva. Kerralla ei syödä välttämättä monia ruokalajeja, jolloin useista arkiruoan vaihtoehdoista ei välttämättä haluta maksaa. Tarkan markan seniori suosikin edullisia keittoja ja arvosti salaattipöytää, jossa jälkiruoka oli hyvä lisä. Toisaalta seniorit myös herkuttelivat samoilla tavoilla kuin nuoremmatkin. Syötiin esimerkiksi pizaa.

Seniori-ikää kuvattiin parhaana ikänä, jolloin voi tehdä mitä haluaa, voi valita miten aterioi: valmistaako aterian itse, lämmittääkö valmisaterian vai syökö lounaspaikassa. Lounastamiseen vaikuttivat monet asiat: omat tottumukset, lounaspaikan sijainti, hinta, ruoan laatu, vaihtelunhalu ja erilaiset tilanne- tai elämäntilannetekijät. Oma toimintakyky mainittiin joko lounasruokailua edistävänä tai estävänä näkökulmana. Se, että jaksaa keittää itse, pitää kokkaamisesta kotona tai ei enää

pääse yksin lounaspaikkaan ilman toisen ihmisen apua olivat useimmin mainitut kodin ulkopuolella lounastamista rajoittavat tekijät.

Seniори-ikäisille myös **aiemmat ruokailukokemukset** ravintolassa vaikuttavat ravintolavalinnoissa (Yamanaka ym. 2003). Myös kerätyissä aineistoissa aiemmat tottumukset mainittiin tekijänä, joka vaikutti kodin ulkopuolella ruokailussa joko ruokapaikan valintaan tai siihen miten usein ja millaisissa tilanteissa lounaalla käydään kodin ulkopuolella (liite 8, taulukko 2).

Lounas oli senioreille selvästi **arkea piristävä ja virkistävä elementti**. Vaihtelu ja virkistys ja mielenkiinto aihetta kohtaan olivat tavallisia mainintoja selittävästä syistä, jotka saivat seniorit ruokailemaan kodin ulkopuolella. (Liite 8, taulukko 2.) Lounaan virkistävä vaikutus saattoi liittyä yhtä lailla virkistävään lounashetkeen kauppatmatkalla kuin olla ylellinen lounashetki sukulaisten tai tuttavien seurassa. Lounas voitiin nauttia senioriryhmässä seuramatkalla tai lasten kanssa kaupungilla. Osa senioreista korostikin lounaalta vaadittavan myös eräänlaista ”luksusta” ja ”aistien iloa”. Toisaalta myös asiointimatalla nautittu arkinen lounas voi olla virkistävä hetki. Tällöin on tärkeää, että lounaspaikkaan oli helppo mennä, ”voi lykätä kärryn vain syrjään”, lounaspaikassa on helppo asioida eli ”heikompikuntoinenkin pärjää”.

Joka tapauksessa lounas oli senioreille tapa ”sosialisoitua” ja ylläpitää sosiaalisia kontakteja. Ruokapaikan viihtyisyys ja seura, tuttujen tai läheisten ihmisten tapaaminen ja heidän kanssaan ateriointi olivat syitä lähteä lounastamaan. (Liite 8, taulukko 2.)

Lounaspaikan viihtyisyyttä kuvattiin seuraavasti: se oli siisteyttä, kodikkuutta, valoisuutta ja myös persoonallisuutta. Viihtyisään lounaspaikkaan sisältyi ehdottomana elementtinä hyvä ja ystävällinen palvelu: seniори huomioidaan ja tarvittaessa avustetaan, mutta otetaan muuten huomioon tavallisena asiakkaana. Aittoa kohtaamista, jutustelua ja kuulumisten vaihtoa arvostettiin. Pinnallinen ”small talk” koettiin keinotekoisena. Yhtäältä toivottiin siis riittävän rauhallista miljöötä, missä ei ole liikaa hälinää tai tungosta, mutta toisaalta toivottiin henkilökunnalta näkyvyyttä ja henkilökohtaista palveluasennetta. (Liite 8, taulukot 2-4.)

Palvelun nopeus ei ollut senioreille itseisarvo. Kiireesyöminen nähtiin selvästi työikäisten lounastottumuksiin kuuluvana piirteenä. Senioreilla on aikaa. Niinpä lounaalta toivottiin leppoisuutta, rauhallisuutta ja ihmiskontakteja. Nopeudesta keskusteltaessa arvostettiin kuitenkin paikkoja, jossa ei tarvitse jonottaa kauan. Nopeasti merkitsikin seniorille ensi sijassa samaa kuin ”jonottamatta”.

Lounasravintolan esteettömyys on keskeinen asia, kun puhutaan ikääntyneestä väestöstä. Senioriaineistoissa esteettömyys liitettiin lounaskahvilan toiminnallisiin kriteereihin lounaskahvilan sisällä tai lounasravintolan infrastruktuurissa. Hyvässä lounaspaikassa on riittävästi tilaa liikkua ja sinne pääsee apuvälineillä. Lounasravintolan pöydät ovat muotoilultaan sellaisia, että niiden ääreen pääsee pyörätuolilla. Pöydät eivät myöskään ole liian lähekkäin ja tuoli ovat mukavat istua. Lounaspaikka on valoisa. Lattiat ja lattiapinnat ovat esteettömiä, ravintolassa ei ole esimerkiksi korkeita kynnyksiä, tasoeroja tai muita liikkumista hankaloittavia asioita. Linjastot ovat selkeitä ja linjastojen tasot tai esimerkiksi keittolounaskattilat eivät ole liian korkealla, jolloin seniori yltää ottamaan lounasta itse tai tarvittaessa saa apua.

Myöskään taustamusiikki tai taustahäly ei ole häiritsevää. Erityisesti työpajassa nostettiin esiin lounaspaikan miellyttävän äänimaailma merkitys. Iäkkäämmillä henkilöillä kuulo on usein alentunut, joten hälinä voi olla hyvinkin häiritsevää ja estää normaalin lounaskeskustelun. Eräässä ideassa mainittiin myös erilliset pöydät lounaspaikan etualalla, esimerkiksi lähellä kassoja, joihin senioreiden on helppo siirtyä aterioimaan.

3.2 Senioreiden toiveita lounaspalveluiden kehittämiseen

Suomessa lounaiden kehittäminen seniorinäkökulmasta on melko uusi ajatus. Niinpä lounaskahviloiden ja -ravintoloiden seniorimarkkinointi ei ole rantautunut laajasti suomalaiseen lounaskulttuuriin. Muun muassa Yhdysvalloissa on ollut jo vuosikymmeniä käytössä erilaisia seniori-ikäisille suunnattuja markkinointistrategioita lounas- ja ravintolapalveluissa. Ravintolat ovat houkutelleet senioreita lounasravintolaasiakkaisiksi erilaisin senioriryhmille suunnatuin erityispalveluin ja -tuottein. Näitä ovat olleet muun muassa senioreille suunnatut seniorialennukset, aamuvirkun erikoisuudet (early bird specials), terveyden edistäminen, ilmaiset syntymäpäivälounaat, pienemmät annoskoot sekä erilaiset kuljetuspalvelut lounasravintolaan. (Yamanaka ym. 2003.)

Asiakasymmärrysvaiheessa senioreilta tiedusteltiin lounaspalveluiden kehittämisideoita (liite 8, taulukko 5). Hinnan edullisuus tai seniorialennukset olivat useimmin mainitut kehittämisehdotukset. Nämä mainittiin selvästi useimmin kyselyssä ja näkökulma tuli esiin myös muissa aineistoissa, kuten työpajassa. Toiseksi toivotuin kehittämisehdotus oli palvelun kehittäminen. Tällä tarkoitettiin muun muassa hitauden sietämistä, tarvittaessa pöytiin auttamista ja seniorit huomioivaa palvelua: sitä, että asiakas havaitaan heti lounaspaikkaan tullessa, tervehditään, ollaan ystävällisiä ja kohteliaita, toivotetaan hyvää ruokahalua ja

huomioidaan ystävällisesti myös pois lähtiessä. Seniorit arvostivat siis hyvän palvelun perusasioita. Varttuneemman väestön kohdalla asiakaspalvelukohtaamisen merkitys usein myös korostuu, koska ihmiskontaktit seniori-ikäisten arjessa vähenevät. Tutkimusten mukaan seniorit ovatkin taipuvaisia prosessoimaan tilanteita emotionaalisemmin ja subjektiivisemmin kuin nuoret, jotka omaksuvat helpommin objektiivisemmän ja tosiasioihin nojaavan asenteen asioinnissa (Donghee & SooCheong 2015).

Myös viihtyisyydelle ja siisteydelle annettiin kehittämisideoissa paljon painoarvoa sekä kyselytuloksissa että seniorityöpajassa. Viihtyisyys tarkoitti muun muassa kauniita lautasia, puhtaita pöytiä ja kaunista miljöötä. Lounasruoan kehittämisajatuksukset liittyivät senioreiden preferenssien mukaisesti odotetusti terveellisyyteen, kotimaisuuteen ja vaihtelevuuteen. Tavallisimmat kehittämisajatuksukset lounaasta tuotteena olivatkin: tavallista kotiruokaa ja kotimaisista tuoreista raaka-aineista tuotettua, mielellään lähiruokaa. Yleisesti ruoan laatuun ja vaihtelevuuteen satsaaminen koettiin tärkeäksi. Jonkin verran löytyi myös toiveita teemaruokailusta tai ohjelmallisesta ruokailusta. Lisäksi lehti-ilmoituksia lounasvaihtoehtoista toivottiin. Toivottiin myös, että seniorialennukset ovat selkeästi esillä.

Lounaspalveluiden markkinointiin ja lounaspalveluista tiedottamiseen liittyvä pohdinta on varmasti yrittäjän arkea. Markkinointi vaikuttaa keskeisesti myös siihen, miten helposti seniorit löytävät lounasravintolat. Asiakasymmärrysvaiheessa senioreilta kysyttiin, mistä he saavat tietoa mahdollisista heille sopivista lounaspaikoista (liite 8, taulukko 6). Lounaspalveluista saatiin tietoa tavallisimmin lehdistä tai tuttavilta; muilta iäkkäiltä, sukulaisilta tai ystäviltä. Edellisten lisäksi mainokset, esitteet sekä netti olivat melko tavallisia tiedonsaantikanavia. Näiden ohella aiemmilla omilla ateriointikokemuksilla oli merkitystä. Osa senioreista suosi lounaspaikkoja, joiden laatuun he olivat tottuneet luottamaan. Kuitenkin myös tietoa lounasmahdollisuuksista toivottiin.

3.3 Lounastoimijoiden kokemukset senioreista asiakkaina ja heille suunnatut palvelut

Asiakasymmärryksen kartuttamiseksi kartoituksen toisessa vaiheessa toteutettiin lounastoimijakartoitus, jonka avulla kerättiin ravintolayritysten näkemyksiä palvelujen nykytilasta. Kartoituksessa kerättiin yritysten taustatiedot (toimipaikan sijainti, tyyppi ja koko), tietoja asiakasmääristä ja lounasruoasta sekä hinnoittelusta. Myös lounastoimijoiden näkemyksiä tyyppillisistä senioriasiakkaista ja heidän ostotottumuksistaan kerättiin pohjatiedoksi kehittämisprosessia ajatellen. Lounastoimijakartoituksen avulla saatiin tietoa myös esteettömyyttä parantavi-

en tekijöiden toteutumisesta ja asiointia helpottavien palvelujen saatavuudesta toimipaikoissa.

Taustatiedot. Kartoitukseen vastasi 44 yritystä, joista vajaa puolet sijaitsi jonkin kaupungin ydinkeskustassa ja noin neljäsosa kaupungin liepeillä olevassa taajamassa. Muutama toimipaikka oli maaseudulla joko taajamassa tai selkeästi haja-asutusalueella. (Liite 9, taulukko 1.) Näistä kaikista paikoista puolet oli perinteisiä lounasravintoloita. Joukossa oli myös lounaskahviloita ja huoltoaseman yhteydessä olevia lounasravintoloita, muutama muunlainen lounasravintola ja yksi pizzeria. Useimmissa paikoissa asiakas valitsi ja annosteli itse ruokansa itsepalvelulinjastosta, mutta myös pöytiintarjoilua oli käytössä samoin kuin henkilökunnan suorittamaa linjastosta annostelua asiakkaalle. Kooltaan toimipaikat jakautuivat kolmeen luokkaan, joista suurimpia eli yli 100 asiakaspaikkaa käsittäviä oli puolet. Muutamassa paikassa oli alle 50 asiakaspaikkaa ja loput olivat kooltaan 50 – 100 asiakaspaikan väliltä.

Seniори-ikäiset erottuivat asiakaskunnasta omana asiakasryhmänään noin kolmasosassa toimipaikoista. Vastauksissa tämä oli tuotu esiin eri tavoin ilmaistuna. Ikäihmisiä saattoi kuitenkin sisältyä myös niihin vastauksiin, joissa asiakaskuntaa luonnehdittiin yleisemmin mm. sanoilla ”kaikenlaisia”, ”kaiken ikäisiä”, ”vauvasta vaariin”, ”ohikulkijoita”, ”hotelli- ja kuntoutusvieraita” ja ”golfaajia”. (Liite 9, taulukko 2.)

Senioriasiakkaat muodostivat tavallisimmin, vajaassa puolessa toimipaikoista, melko pienen osuuden, 5 – 10 %, asiakkaista. Kolmessa toimipaikassa senioriasiakkaita oli puolet asiakkaista. Valtaosassa yrityksistä senioreiden määrä oli pysynyt ennallaan aikaisempaan verrattuna, mutta joissakin toimipaikoissa oli viime aikoina ollut havaittavissa myös pientä nousua senioriasiakkaiden määrässä. (Liite 9, taulukko 3.)

Lounas tarjoiltiin noutopöydästä melkein kaikissa paikoissa ja tavanomaisen lounaan lisäksi tarjolla oli myös keittolounas sekä useimmiten myös salaattilounas. Leipä, levite, juomat ja kahvi tai tee sisältyivät hintaan, joissakin paikoissa myös jälkiruoka. Monissa paikoissa seniorit saivat erilaisia alennuksia tai muita etuuksia (liite 9, taulukko 8). Lounaspassi, jolla sai joka kymmenennen tai yhdennentoista lounaan ilmaiseksi, oli käytössä useassa toimipaikassa vakituisille asiakkaille. Tämä etuus ei kuitenkaan ollut sidottu ikään. Ikään perustuvaa seniorialennusta annettiin ainakin yhdeksässä paikassa. Niistä yhdessä alennuksen sai Eläkeliiton jäsenkortilla, toisessa palvelutalon ravintolassa alennus annettiin oman talon asukkaille. Tavallisin seniorialennus oli määrältään 10 %. Kahdella ravintolalla oli kyselyn tekoaikaan menossa kampanja, jossa seniorialennus oli 30 %. Eräs toinen

kampanjaravintola ilmoitti jatkossa myyvänsä senioreille lounaan periaatteella kaksi yhden hinnalla. Kaksi toimipaikkaa suunnitteli ottavansa seniorialennuksen käyttöön, mutta se ei siis ollut vielä voimassa. Hinta oli joissakin paikoissa edullisempi myös ostettaessa kooltaan pienempiä aterioita.

Suosituin lounasaika oli heti puolen päivän jälkeen, toiseksi vilkkain aika oli ennen puolta päivää. Senioriasiakkaita kävi jossain määrin asioimassa myös varhain aamupäivällä ja myöhemmin iltapäivällä. (Liite 9, taulukko 4.)

Seniorit asiakkaina. Asiakkaina senioreita kuvailtiin muun muassa sanoilla toimintakykyinen, aktiivinen, seurallinen, sosiaalinen, rahaa käytettävissä, vaativa ja hintatietoinen, tyytyväinen ja hyväkuntoinen, urheilullinen. (Liite 9, taulukko 5.) Seniorit asioivat useimmin pariskuntina, mutta myös yksin ja senioriryhmässä tai he saattoivat liittyä ryhmään ravintolaan tultuaan. Myös lasten, lastenlasten tai muiden sukulaisten kanssa senioreita tuli lounastamaan. Useasti mainittiin havaitun, että seniorit olivat jo aikaisemmin tottuneet syömään ulkona, esimerkiksi työpaikkaravintolassa tai muuten. (Liite 9, taulukko 6.)

Esteettömyys ja muut senioreiden erityispalvelut. Ikääntyessä toimintakyky ja liikkuminen väistämättä heikentyvät. Siksi tilojen esteettömyyteen on senioriasiakkaan kannalta syytä kiinnittää huomiota. Valtaosassa toimipaikoista pyörätuolia tai rollaattoria käyttävän asiakkaan oli helppo saapua ravintolaan ja liikkua siellä. Vaikeampaa oli sen sijaan vessaan pääsy ja siellä liikkuminen pyörätuolilla, ja joissakin paikoissa se ei näyttänyt olevan mahdollista lainkaan. Kuitenkin se voi olla lounaspaikan valinnassa ratkaisevan tärkeä kriteeri. Neljäsosassa toimipaikoista oli korkeita kynnyksiä, ja muutamassa paikassa niistä oli vastausten perusteella selvästi haittaa asiakkaille. Vain neljässä toimipaikassa oli varattuna pyörätuoli sitä tarvitseville asiakkaille. (Liite 9, taulukko 7.) Mikäli omalla pyörätuolilla liikkuminen ei kynnysten, ovien leveyden tms. takia ei ole mahdollista, pyörätuolin puuttuminen ravintolasta sulkee tällöin pois osan potentiaalisesta asiakaskunnasta. Myös raskaan pyörätuolin saaminen nostetuksi pois autosta voi olla seniorille vaikeaa.

Näön heikentyessä ikääntymisen myötä valontarve kasvaa, ja siksi hyvä valaistus on tärkeää senioriasiakkaita palveltaessa. Palvelulinjastot olivatkin vastausten perusteella yleensä hyvin valaistuja. Ilmanvaihto sekä ilman raikkaus oli hyvä. Useat toimijat katsoivat näissä kuitenkin olevan kehitettävää ja parissa paikassa etenkin valaistuksessa oli runsaasti parannettavaa. Toimipaikkojen tiloja pidettiin viihtyisinä ja ruokailutilat olivat lounastoimijoiden omasta mielestä puhtaita ja siistejä. (Liite 9, taulukko 7.)

Osa iäkkäistä tarvitsee erityistarpeidensa vuoksi apua selviytyäkseen asioinnista. Erityistarpeiden havaitseminen ja niihin vastaaminen edellyttää henkilökunnalta tietoa ja osaamista. Koulutustarvetta siihen ilmenikin runsaasti. Noin kolmasosassa toimipaikoista siihen oli panostettu, mutta sellaisia toimipaikkoja, joissa henkilöstöä ei ollut koulutettu huomioimaan senioriasiakkaita, oli lähes yhtä paljon. Iäkkään avustaminen toteutuukin hyvin vain vähän yli puolessa toimipaikoista. Ystävälliseksi palvelunsa luokittelivat yhtä lukuun ottamatta kaikki yritykset. (Liite 9, taulukko 7.)

Asiakkaat voivat tarvita apua ruokatarjottimen kantamisessa ja pöytään pääsemisessä. Ruokailemisen helpottamiseksi ruoan tarjoilu pöytään oli hyvin mahdollista noin puolessa paikoista. Pyytämällä sai pöytään tarjoilun lähes yhtä usein, mutta oli myös useita paikkoja, joissa ruokaa ei saanut lainkaan pöytään tarjoiltuna. Asiakkaan avustaminen pöytään siirtymisessä kuului palveluun ilman muuta vain alle puolessa toimipaikoista. Yli puolessa apua oltiin valmiit antamaan tarvittaessa, mutta muutamassa paikassa avun saanti ei ollut mahdollista lainkaan. Syynä saattaa olla esimerkiksi ruuhka-aikoina henkilökunnan vähäisyys suhteessa asiakasmäärään. Tässä asiassa kehitettävää näyttää siten olevan melko paljon, jotta pystytään kunnolla palvelemaan myös toiminnoiltaan hitaampaa ja enemmän palvelua tarvitsevaa senioriasiakaskuntaa. (Liite 9, taulukko 8.)

Erityisiä senioreille suunnattuja teemalounaita toteutettiin jo nykyisellään muutamassa paikassa ja se on tarpeen mukaan mahdollista lisätä palveluihin kolmasosassa paikoista. Ruoan kotiinkuljetusmahdollisuutta ei ollut suurimmassa osassa toimipisteitä, se kuului palveluihin vain kolmessa paikassa. Parista paikasta sai ruoan kotiinkuljetuksen erityisesti sitä pyydettyäessä. Kotona ruokailua varten puolet toimipaikoista myi ruokaa annoksina mukaan otettavaksi. (Liite 9, taulukko 8.)

Muita tarjolla olevia palveluja olivat mm. pito- ja juhlapalvelu, sopimusalennushinta, lasten annoksen myyminen seniori-ikäiselle sekä edullisempi hinta lounaspassilla.

Kartoituksessa kysyttiin myös millaisia toiveita seniorit ovat esittäneet yritykselle (liite 9, taulukko 9). Eniten oli toivottu, että ruoka olisi tavallista kotiruokaa. Oli toivottu myös ruoan tai tarjottimen viemistä pöytään. Näin vastasi kuusi toimipaikkaa. Sekä edullista hintaa, pieniä annoksia että maistuvaa ja monipuolista ruokaa oli toiveina esitetty niin ikään muutamassa toimipisteessä. Yleistoteamus oli, että seniorit ovat yleensä tyytyväistä asiakaskuntaa, ja että kovin monia erityistarpeita ei ole ilmennyt.

*Yleensä hyväntuulisia, kun saa hyvää ruokaa syödä vattansa täyteen.
Normaalia tyytyväisempiä asiakkaita, iloisia ja puheliaita.*

Lounaspaikan valintakriteerit. Hyvä hinta-laatu -suhde oli useimpien lounastoimijoiden mielestä tärkein tekijä senioreiden valitessa lounasravintolaa. Lähes yhtä monet pitivät senioreille mieluisaa ruokaa ja helppoa saavutettavuutta vetovoimatekijänä. Tärkeänä pidettiin myös tilojen esteettömyyttä ja edullista hintaa. Kun verrattiin kaupungissa ja taajamissa sekä maaseudulla ja haja-asutusalueella sijaitsevien toimipaikkojen vastauksia keskenään, nousi jälkimmäisissä vetovoimatekijäksi lounasravintolan saavutettavuus. Kaupunkiseudulla taas esteettömyys sekä imago vaikuttivat toimijoiden mielestä lounaspaikan valintaan hyvän ruoan ja edullisen hinnan lisäksi. (Liite 9, taulukko 10.)

Senioripalvelujen kehittäminen ja esteet niiden toteuttamiselle. Senioriväestön lisääntyminen on kasvattanut senioreiden merkitystä ravitsemisalan yritysten potentiaalisena asiakaskuntana. Siksi palvelujen kehittäminen ikänäkökulmasta käsin olisi tarpeen. Toimijoiden käsitykset asiasta olivat kuitenkin vaihtelevia (liite 9, taulukko 11): Osa heistä koki asian haasteena, johon täytyy ja kannattaa vastata. Osa vastaajista ei taas kokenut kehittämistarvetta olevan.

Koko ajan täytyy enemmän ottaa huomioon seniorinäkökulmaa. Pyrimme seniorialennuksella, teemapäivillä yms. kehittämään palveluitamme.

Esteettömyyteen pitää kiinnittää enemmän huomiota.

Ateriapalvelut, kotiinkuljetus? Suurempien ryhmien ruokkiminen kerralla.

Ateriapalvelun lisääntyminen on kehittämisen paikka, tarvitsevia on enemmän kuin pystymme kuljettamaan; syy että halutaan ruokaa, joka maistuu ruualta, ei säästöä suolan ja rasvan käyttöön.

Tällä hetkellä ei ole mitään tarvetta kehittää.

Meillä on ihan hyvä näin.

Seniorialennus oli lounastoimijoiden useimmin mainitsema kehittämiskeino, näin kuitenkin vain kuudessa toimipaikassa. Aterioiden kotiinkuljetus tai jo toimivan kotiinkuljetuksen volyymin lisääminen oli myös mainittu. Teemapäivät tai ikäihmisten yhteisruokailu oli kehittämisajatuksena neljällä toimijalla ja myös senioreille kohdistettu markkinointi ja heille tarkoitettut tuotteet oli mainittu. Esteettömyyteen liittyviä kehittämisideoita tuotiin vain niukasti esille, vaikka kyselyn

vastausten perusteella esteettömyyden parantamiselle näyttää selvästi olevan tarve joissain toimipaikoissa.

Niin henkilö- kuin laiteresurssipula ja kustannustehokkuus olivat useimmin esiin tuotuja kehittämisen esteitä. Nämä kaikki mainittiin neljässä vastauksessa. (Liite 9, taulukko 12.) Erilaisia yksittäisiä syitä vastauksissa esiintyi runsaasti.

Asian ajattelemattomuus, suunnittelun aikapula.

Ei tämä ravintolatoiminta ole niin kannattavaa näillä menoilla, että voisi hirveästi alennuksia antaa.

Omavalvonta.

Säästäminen, ei rahaa.

Koulutustarpeita ei ollut esitetty paljoa. Muutamassa vastauksessa mainittiin senioreiden ravitseminen ja heidän toiveensa. Eräs vastaaja totesi lisätietoa tarvittavan kaikesta, mutta useasti ilmeni myös, että koulutustarpeita ei koettu olevan lainkaan henkilöstön jo omaaman koulutuksen ja kokemuksen ansiosta. Kuitenkin senioreiden erityistarpeiden havaitseminen ja palvelujen kehittäminen niitä vastaavasti edellyttää tietoa ja osaamista.

Vastaajilla oli mahdollisuus kertoa vapaasti myös omia ajatuksiaan senioriaterioinnista.

Senioreilla on makuasti tallella, joten ei pidä vähätellä sitä esim. terveelliselällä suolan vähentämisellä. Parasta on, kun heille tulee makumuistoja kropsusta tai pitolaatikoista; kuin äidin tekemää!

Senioreissa on laatua haluavia, jotka maksavat vähän enemmän paremmasta ruuasta, valikoimasta ja miljööstä, ja sitten on heitä, keille hinta on ainut kriteeri, ja ovat valmiita tinkimään niin laadusta kuin tunnelmastakin.

Senioriasiakkaat tyytyväisiä ja muistavat sen myös ilmaista.

Mielenkiintoinen ja varmasti potentiaalinen asiakasryhmä.

Tärkeänä siis pidettiin, että ruoka vastaa aikaisempia makutottumuksia, jolloin seniorit ovat tyytyväisiä asiakkaita. Senioreiden laatu- ja hintatietoisuus mainittiin, ja ikäihmiset nähtiin myös tulevaisuuden tärkeänä asiakasryhmänä.

3.4 Yhteenvetoa seniori- ja lounastoimijoiden näkemyksistä

Sekä seniori- että lounastoimijakartoituksessa tuli esiin erityisesti viisi keskeistä kriteeriä senioriystävällisille lounaspalveluille: hinta, lounaspaikan sisäiseen ja ulkoiseen infrastruktuuriin (kuten esteettömyyteen ja saavutettavuuteen) liittyvät tekijät, lounasaterian laatu, lounaspaikan viihtyisyys sekä palvelu.

Lyhyesti tiivistäen lounaalta odotettiin monipuolisuutta, terveellisyyttä ja erityyppisiä lounasvaihtoehtoja. Edullisuus tai sopiva hinta nousi esiin erityisesti arkiruokailussa. Toisaalta oli havaittavissa, että erityyppisiin tilanteisiin voidaan valita erilainen lounastamisen tapa. Lounaspaikan saavutettavuus, esteettömyys ja viihtyisyys nousivat nekin tärkeiksi tekijöiksi. Erityisen merkityksellinen tekijä oli myös hyvä, ystävällinen ja ihmisläheinen asiakaspalvelu.

Monet edellä mainituista tekijöistä toteutuivat melko hyvin tai niitä pyrittiin toteuttamaan ainakin suuressa osassa lounasravintoloita. Kehitettävääkin silti löytyi. Koska ikääntyessä tapahtuvat fysiologiset muutokset ja sairaudet väistämättä huonontavat tasapainoa ja liikkumista, tilojen esteettömyys korostuu ikääntyneille suunnatuissa palveluissa. Esteettömyyttä koskeva lainsäädäntö jo osaltaan edellyttää, että tietyt esteettömyyden perusasiat ovat kunnossa. Näin on etenkin uudemmissa rakennuksissa. Esteettömyyttä parantavat näkökohdat oli otettu suurimmassa osassa lounasravintoloista huomioon ainakin melko hyvin. Silti kuitenkin esim. asiakaskäyttöön tarkoitettu pyörätuoli löytyi vain muutamasta paikasta, vaikka muuten esteettömyyteen olisi pyritty kiinnittämään huomiota. WC-tiloihin pääsy pyörätuolilla oli myös vaikeaa tai mahdotonta useassa paikassa ja korkeita kynnyksiäkin tiloista löytyi. Palveluasenteensa yrittäjät arvioivat ystävälliseksi. Eniten kehitettävää oli heidän mukaansa ns. sanotussa näkymättömässä infrastruktuurissa ja palvelussa; ikäihmisten kohtaamiseen liittyvissä koulutustarpeissa sekä puutteellisissa mahdollisuuksissa avustaa iäkkäitä asiakkaita pöytään siirtymisessä.

Kuten seuraavassa luvussa kuvataan, edellä mainitut elementit nousivat esiin myös palvelukonseptoinnissa yrittäjäverkoston kanssa työskenneltäessä. Seniorit kuluttavat lounaita eri tarpeisiin. Lounaiden monipuolisuuden, terveellisyyden sekä lounaspaikan palvelun, viihtyisyyden, saavutettavuuden ja hinnan keskinäisyhteys oli nähtävissä myös lounaskonsepteissa. Samoin lounasruokailun sosiaalinen ulottuvuus nousi usein esiin. Seuraavassa luvussa kuvataan tarkemmin, miten lounaspalvelukonsepteja työstettiin projektissa ja esitellään kuusi erilaista lounaspalvelukonseptia.

4 KUUSI PALVELUKONSEPTIA

Tässä luvussa kuvataan senioriystävälliset lounaspalvelukonseptit. Kartoitusten ja lounastoimijaverkoston työskentelyn tuloksena muodostui kuusi erilaista lounaspalvelukonseptia, jotka ilmentävät kukin omassa kategoriassaan toisista erottautuvaa, senioriystävällistä palvelukonseptia. On hyvä huomioida, koska mallit esitellään seuraavassa eräänlaisina puhtaina versioina, että käytännössä yksittäinen yrittäjä voi hyvin tuottaa useaan kategoriaan liittyvää palvelua. Toisaalta joissain tilanteissa yrityksen palvelukonsepti voi sijoittua kahden mallin välimaastoon. Luvussa esitellään ensin tapa, jolla palvelukonseptit on jäsennetty. Sen jälkeen esitellään kuusi lounaspalvelukonseptia.

4.1 Konseptien nimitykset

Käytännössä konseptit on jäsennetty käytössä olleiden aineistojen sekä yrittäjien kanssa yhteistyössä toteutetun kehittämistyön tuloksena. Koska kerättyjen aineistojen määrä oli suuri, konseptien ydinasioiden havaitsemiseksi kaikki aineistot pyrittiin saamaan ensin yksinkertaisempaan muotoon. Ne jaettiin kolmeen ryhmään ja jokaiselle tutkijalle annettiin selvitettäväksi yksi ryhmä. Aineistosta etsittiin kaikki erilaiset asiat, jotka kuvasivat a) senioriasiakasta, b) yrittäjää ja yrityksen tuottamaa palvelua sekä c) konsepteista kehittämistyön aikana ilmenneitä asioita, jotka kuvasivat jompaa kumpaa edellisistä, senioriasiakkaita tai yrittäjien tuottamaa palvelua.

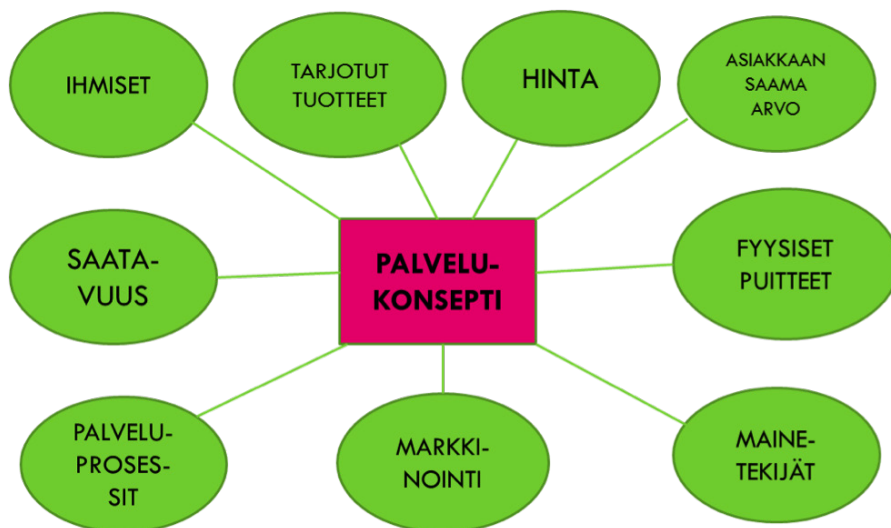
Kuusi senioriateriakonseptia nimettiin työnimillä, jotka nousivat niistä laatusanoista, joilla palvelun keskeisimpiä elementtejä ja erottuvuustekijöitä aineistoissa kuvattiin. Todettakoon, että nämä nimet ovat työnimiä, eivätkä sisällön kuvaukset ole sellaisenaan käyttövalmiita. Tarkoitus on, että tässä kuvatut konseptimallit antaisivat selkeän hahmon palvelukonseptille sekä osoittaisivat lounasravintolalle erilaisia palvelun kehittämisen suuntia ja linjauksia. Palvelukokonaisuuden yksityiskohtien yritys kohtaista säätämistä tarvitaan edelleen joka tapauksessa. Kuuden konseptimallin työnimet ovat:

- Nopeasti edullista ja monipuolista arkiruokaa
- Edullista kotiruokaa kodikkaassa ympäristössä
- Viihteellistä ohjelmaa sisältävät lounaat
- Lounas kotiin kuljetettuna
- Kokataan yhdessä lounaat
- Juhlavissa puitteissa fiinimmin syömään

Seuraavassa lähdetään kuvaamaan jokaista mallia tässä järjestyksessä käyttäen jäsentelyn apuna edellä kuvatun konseptimallin yhdeksää osatekijää.

4.2 Palvelukonseptin ydinsisällön määrittely ja konseptimallin luominen

Palvelukonseptien ydinasioiden löytämisen työkaluna käytettiin useita konseptointiteorioita. Etsittiin konseptoinnin malleja, joita voitaisiin hyödyntää ydinasioiden määrittelyssä ja erilaisten konseptityyppien erottamisessa. Valmiita malleja on useita ja oli vaikea päättää mitä käytettäisiin. Siksi ensin etsittiin sellaiset konseptin osatekijät, jotka toistuivat kaikissa malleissa. Niistä osatekijöistä muodostettiin käytetty uusi konseptointimalli (kuvio 1).



Kuvio 2. Palvelukonseptin rakenne.

Kuudesta konseptimallista kaikkiin sisältyivät yllä kuvatut osatekijät: ihmiset, palveluprosessi, fyysiset puitteet, asiakkaan saama arvo, tuotteet, mainetekijät/havainnot, hinta, saatavuus, markkinointi. Tässä senioriateriapalvelujen konseptoinnissa päätettiin soveltaa näitä yhteisiä tekijöitä, joista muodostui käyttämämme konseptointimalli (liite 8).

Konseptin rakentaminen alkaa asiakkaan tunnistamisesta. On pyrittävä tunnistamaan asiakastyppi, sen tarpeet ja odotukset tarkasti, että osataan suunnitella palvelukonsepti, joka kykenee vastaamaan niihin. Palvelukonseptin osien on muodostettava tasapainoinen palvelukokonaisuus. Palvelukonseptimallin osatekijöiden sisältöä avataan tarkemmin seuraavassa:

1. Ihmiset ovat kaikessa palvelutyössä yrityksen maineen rakentaja. He kohtavat asiakkaat henkilökohtaisesti ja siksi inhimillinen vuorovaikutus on kriittisen tärkeä asiakkaiden kokemukseen liittyvä asia. Henkilökunnan kyykykyys ja palvelusaaminen ratkaisevat minkälaiseksi yrityskuva muodostuu. Myös johtamistyyli vaikuttaa merkittävästi työilmapiiriin ja myös asiakkaat aistivat sen herkästi.

2. Palveluprosessilla tarkoitetaan lähinnä sitä, kuinka ravintolan toiminta on kokonaisuutena organisoitu eli miten palvelun eri vaiheet käytännössä toteutetaan. Valinta on tehtävä esimerkiksi itsepalvelun ja henkilökohtaisen palvelun välillä ja valinta vaikuttaa paitsi henkilökunnan tarpeeseen, myös palveluprosessin sisältöön ja pituuteen. Ruokapalvelussa myös ruoan tarjoilutapa ja maksutapa vaikuttavat esimerkiksi palvelun kestoaikaan ja hintaan.

3. Fyysisillä puitteilla tarkoitetaan tiloihin ja kalusteisiin liittyviä ratkaisuja. Ruoka ja ruokailuympäristö ovat erottamaton osa ateriakokemusta, kuten monet muutkin palveluun liittyvät yksityiskohdat. Niinpä esimerkiksi tilojen sekä kalusteiden sijoittelu, laatu ja tyyli vaikuttavat osaltaan ruokapalvelun kokemiseen. Tilakokemukseen ja tilojen toimivuuteen vaikuttavat myös muut asiat kuten opasteet, käytävien koko ja sijainti, rappuset, valaistus, värit ja äänimaailma.

4. Asiakkaan saama arvo on ydinkysymys konseptin suunnittelussa. Asiakasta kiinnostaa eniten se, miten hän hyötyy palvelusta. Suunnittelussa on pyrittävä asettumaan asiakkaiden asemaan ja ajateltava mikä hänelle on palvelussa keskeisintä ja millä on vähemmän merkitystä. Hyötytyyppejä on hyvin erilaisia. Konkreettisia, kuten ruoka, juoma, palvelu. Sosiaalisia, kuten mahdollisuus seurusteluun muiden asiakkaiden kanssa. Kokemuksellisia, kuten palvelussa koetut emotionaalisuus, ainitlaatuisuus, aitous, moniaistisuus, yllätykset ja tarinat.

5. Tuotteet ovat ruokapalvelun ydintä. Ravintolalla on oltava kiinnostava ja monipuolinen ruokalista, joka uudistuu aika ajoin. Ruokalistan sisältö ja se, miten siinä annokset ja ruokalajit kuvataan, on ravintolan tärkeimpiä kilpailuvaltteja. Sen tulee selkeästi kertoa mitä ruokalajeja myydään ja mitä ne maksavat sekä mitkä ruokalajit soveltuvat erityisruokavaliota noudattaville. Ruokalista on tärkeä markkinointikeino julkisesti esiin laitettuna nettisivuille ja ravintolan ulko-ovelle. Tuotteisiin luetaan myös erilaiset lisäpalvelut, esimerkiksi mahdollisuus asiakkaan avustamiseen ruoan noutamisessa tai take away. Palvelu voi sisältää ruoan ja juoman lisäksi myös ohjelmallista osuutta, joka on tarkoitettu esimerkiksi asiakkaiden viihtymisen lisäämiseksi ja asiakkaiden aktivoimiseksi.

6. Mainetekijät muodostuvat tärkeimmistä asiakkaiden havaitsemista tekijöistä, jotka samalla ovat ravintolan erottuvuustekijöitä. Ne ovat asioita, joista asiakkaat

tunnistavat ja erottavat palvelun muista palveluista. Yrityksen maine on asiakkaiden mielissä oleva kokonaisarviointi yrityksestä tai brändistä, joka ansaitaan omien ja toisten kokemusten perusteella ajan myötä. Maine koostuu niistä asioista missä ollaan muita parempia. Ravintola voi erottautua muiden tarjoamista palveluista todella monilla tuotteeseen, tiloihin, kohtaamiseen, tunnelmaan tai johtamiseen liittyvillä tavoilla.

7. Hinta on yrityksen kilpailukeinojen joukossa hyvin tärkeä kriteeri, mutta sitä ei saisi nähdä ainoana ja tärkeimpänä. Hintaan ja hinnoitteluun voidaan rakentaa hyvin monenlaisia asiakkaita puoleensa vetäviä asioita ja hinnoitteluperusteita. Erilaisilla eduilla voidaan pyrkiä sitouttamaan asiakkaita. Esimerkkinä mainittakoon erilaiset seniorialennukset ja hinnoittelu tuotteen painon perusteella.

8. Saatavuus on osoittautunut ravintola-alalla liiketoiminnan tärkeäksi kulmakiveksi. Saatavuuteen liittyen on mietittävä paitsi katusijainti, myös aukioloajat, parkkipaikkojen saanti ja niiden maksullisuus, bussipysäkkien sijainti sekä esteettömän kulun mahdollisuudet. Virheellinen sijaintipaikka voi tehokkaasti tappaa hyvänkin liikeidean.

9. Markkinoinnin menetelmät ja markkinointikanavat sekä viestinnän sisältö lienevät markkinointiin liittyviä keskeisimpiä asioita. Niiden lisäksi päätökset markkinoinnin näkyvyydestä ja aktiivisuudesta, joihin liittyy muuan muassa erilaiset kysyntää lisäävät kampanjat, ovat konseptoinnissa tärkeitä päätöksiä.

Oleellista on ymmärtää, että onnistuneessa palvelukonseptissa edellä mainitut yhdeksän osatekijää ovat sopusoinnussa keskenään siten, että sen kaikki osat viestittävät samaan suuntaan rakentaen yhdenmukaista mielikuvaa ja tukevat toisiaan myös toiminnallisesti. Myös asiakkaan on tunnistettava konseptin ydin ja koettava palvelu harmoniseksi ja toimivaksi kokonaisuudeksi. Osien sisältöä ja laatua säätämällä voidaan virittää lukematon määrä erilaisiin tarpeisiin ja tilanteisiin soveltuvia palvelukonsepteja.

4.3 Kehittämisprosessin loppuvaiheet

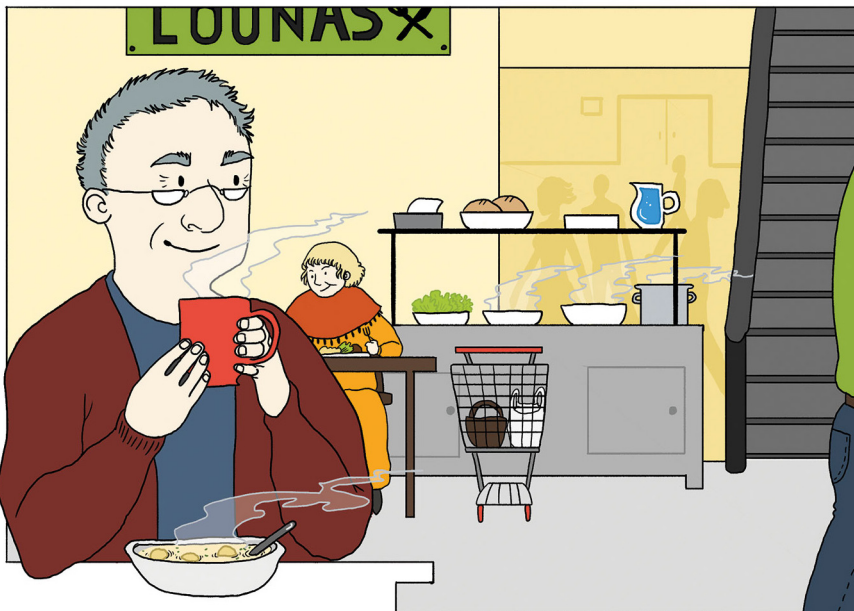
Konseptointiprosessia jatkettiin siten, että edellä kuvattu konseptin yhdeksää osatekijää alettiin etsiä kerätyistä aineistoista. Pyrittiin löytämään kuhunkin kategoriaan liittyviä mainintoja senioriasiakkaiden ja lounastoimijoiden kartoituksista, yrittäjien haastatteluista ja heidän kanssaan käytyistä keskusteluista sekä työpajoissa kerätyistä aineistoista. Näin pyrittiin erittelemään sekä asiakkaiden että palvelun tarjoajien käsitykset siitä, minkälaisia lounaspalveluja senioriasiakkaat

tarvitsevat ja mitä piirteitä niihin kuuluu. Aineistosta saadut maininnat listattiin ensi vaiheessa konseptin osia kuvaavien otsikoiden alle yhdistäen kaikista aineistoista saadut maininnat. Tuotettu listaus olikin pitkä ja siinä kertautuivat monet asiat. Listaa läpi käymällä alkoi kuitenkin selvästi erottua tarpeiden ja odotusten erilaisuus. Erilaiset tarpeet ja mielipiteet alkoivat hahmottua uudenlaisiksi kokonaisuuksiksi, joiden perusteella oli mahdollista löytää konseptikehittelyn pohjaksi erilaiset liiketoiminnan ydinajatukset. Niistä ensimmäinen keskittyy arkiruokailuun ja palvelu kehitetään pelkästään ruokailun ja ruoan ympärille. Toiseen liitetään ruokailun lisäksi erilaisia kokemuksen rikastamistapoja. Näiden ydinajatusten alle löytyi yhteensä viisi konseptiaihiota. Kehittämisprosessin viimeisessä vaiheessa pyrittiin hahmottamaan tarkemmin aihoiden sisältöä. Niissä havaittiin hieman enemmän erilaisuutta, joten aihoiden määrä nousi kuuteen. Viimeisessä kehitysvaiheessa päästiin nimeämään konseptit ja suunnittelemaan niille entistä tarkempi sisältö.

4.4 Palvelukonseptimallit

Tämä alaluku koostuu konseptimallien tarkemmista kuvauksista. Konsepteja avataan luvussa 4.2 eriteltyjen palvelukonseptin yhdeksän osatekijän avulla kohdissa 1 - 6. Asiat esitellään kussakin konseptissa samassa järjestyksessä sisältäen alussa lyhyen luonnehdinnan asiakastyypistä, jota konseptin katsotaan parhaiten palvelevan.

1. NOPEASTI EDULLISTA JA MONIPUOLISTA ARKIRUOKAA



Kuvio 3. Nopeasti edullista ja monipuolista arkiruokaa.

Tyypillinen asiakas tässä palvelukonseptissa arvostaa monipuolista hyvän makuista ruokaa ja palvelun helppoa saatavuutta sekä läheisyyttä. Hän arvostaa tiettyä helppoutta yleensä asioinnissa ja sitä, että voi hoitaa monta asiaa samalla käynnillä. Hän voi vaivattomasti siirtää esimerkiksi ostoskärryn sivuun, käydä välillä syömässä ja jatkaa sen jälkeen ostoskierrosta.

Ihmiset: Asiakaspalvelun tyyliä voidaan luonnehtia ystävälliseksi, rennoksi ja välittömäksi. Asiakasta autetaan tarvittaessa eli silloin kun nähdään avun tarve tai asiakkaan pyynnöstä. Asiakas selviytyy useimmiten itsenäisesti asioinnista. Asiakkaat ovat ennestään tuttuja lähialueen ihmisiä, joiden kanssa voidaan pysähtyä seurustelemaan välillä. Johtajan on myös syytä näyttäytyä asiakkaiden keskuudessa ja olla saavutettavissa.

Palveluprosessi: Ruoka tarjoillaan pääsääntöisesti vain noutopöydästä itsepalveluperiaatteella. Tarjotaan myös mahdollisuutta ostaa ruoka kotiin (take away) sekä joissakin tapauksissa jopa kotiinkuljetuspalvelua. Kotiin ostettavassa ruoassa voidaan valita erilaisia pakkauskokoja ja ruoan voi koota yksilöllisesti ja joustavasti omien toiveiden mukaan. Take away –ruoan hinnoittelussa käytetään punnitusta, jolloin hinta määritellään painon mukaan. Tällöin aterian voi nauttia joko kotona tai paikan päällä.

Fyysiset puitteet: Omavalvontaa ja ruoanvalmistuksen säädöksiä on noudatettava tarkasti, joten elintarviketiloille asetettavien perusvaatimusten on toteuduttava. Tilojen on oltava samassa tasossa ja tyyliään arkiruokailuun soveltuva matalan kynnyksen paikka, joka on esteettömästi saavutettavissa. Tilassa on avarat käytävät, joissa pääsee hyvin liikkumaan myös rollaattorilla ja pyörätuolilla ja jonne voi tuoda myös ostoskärryn. Helppous sisätiloissa ja linjaston toimivuudessa on tärkeää. Ruokien sijoitteluun linjastossa sekä niiden esillepanoon ja senioriasiakkaiden erityistarpeisiin on kiinnitettävä paljon huomiota. Niin sanottu ”Ikeakärry” helpottaisi monien seniorien toimintaa. Hyvät, tukevat pöydät ja tuolit ovat tärkeitä. Tilassa voi olla elämän ääniä ja hälinääkin, mutta on tarjottava myös mahdollisuutta syödä rauhassa hieman erillään olevissa sopeissa.

Asiakkaan saama arvo: Asiakas saa ammattimaisesti valmistettua maukasta ja monipuolista ruokaa hyvällä hinta-laatu-suhteella. Ruoan laadussa on huomioitu senioriasiakkaiden erityistarpeet (helppo syötävyys/purtavuus). Paikka on helposti saatavilla keskustassa ja lähellä. Ravintolakäynti voidaan yhdistää muuhun asiointiin ja ystävien tapaamiseen. Helppous ruoan saatavuudessa on arvokasta ja tarpeen tullen myös nopeus.

Tuotteet: Ruokatarjonta on monipuolista hyvää arkiruokaa sisältäen myös lämpimien ruokien laajan valikoiman. Tarjonnassa on huomioitu myös kevyet vaihtoehdot kuten keitot, sosekeitot, kevytlounas, salaattipöytä, salaatti- ja kasvislautaset. Lounastarjontaan voi sisältyä myös nykyaikana suosittu hampurilais- ja pizzavaihtoehdot. Juomiin sisältyy maito ja piimä ja ruokailuun sisältyy aina myös jälkiruokana kahvi ja pulla tai jokin muu vaihtoehto. Ruoka on mahdollista saada myös gluteenittomana. Palvelu tapahtuu itsepalveluperiaatteella linjastosta, mutta asiakas saa apua tarpeen mukaan. Tarjotaan myös take away –ruokaa kotiin kuljetettavaksi sekä joissakin tapauksissa aamiaispalvelua. Ravintolassa on mahdollisuus seurusteluun ja ruokakaveritoimintaan. Asiakkaiden viihtymistä ja viipymistä parannetaan päivän lehtien ja television avulla.

Mainetekijät: Konseptin ydintä, jonka avulla erotutaan muista kilpailijoista, on ennen kaikkea ruoan monipuolisuus, laadukkuus sekä saatavuuden helppous. Ruoka on konstailematonta kunnan ruokaa, joka on ammattimaisesti valmistettu ja asetettu tarjolle. Ruoka on myös hinnaltaan edullista ja siinä on huomioitu asiakkaiden erityistarpeet hyvin. Asiakas voi valita eri annoskokoja, suureen tai pieneen nälkään, isolle tai pienelle ihmiselle. Ravintola on helposti saavutettavissa eikä siellä ole jonotusta. Tarjolla on myös laatubrändejä, joissa on enemmän yksilöllisyyttä.

Hinta: Konseptissa on edullinen perushintataso ja hyvä hinta-laatu-suhde. Hinnottelussa käytetään aktiivisia toimenpiteitä. Käytössä on runsaasti erilaisia hintatarjouksia, kuten seniorialennukset, sopimusalennukset, lounaspassi, kanta-asiakasedut, edullinen kilohinnottelu ja tempauspäivinä joskus myös kaksi yhden hinnalla –ateriointia.

Saatavuus: Sijainti on keskeisellä paikalla mieluiten katutasossa. Paras sijaintipaikka on kävelyreittien varrella sekä bussilinjojen ja –pysäkkien lähellä. Sijainti on paras muiden palvelujen yhteydessä, esimerkiksi ostoskeskuksessa. Tyypillinen senioriasiakas asioi monissa paikoissa samalla käynnillä, joten on oltava matala kynnyks tulla sisään. Hyvät ilmaiset parkkipaikat ovat tärkeitä. Tavallista pidemmät aukioloajat parantavat saavutettavuutta ja palvelua on saatavissa myös viikonloppuisin. Liikkumisen esteettömyys kadulta sisäänpääsystä ja sisällä ravintolan tiloissa on hyvä taata asiakkaalle. Esimerkiksi rollaattorilla ja pyörätuolilla kulkemiseen vaadittava väljyys sisätiloissa voi merkitä paljon. Asiakkaat voivat tarvita apua, joten saattajapalvelun tarjoaminen on hyvä mahdollistaa.

Markkinointi: Markkinointi suunnataan yksin kotona asuville sekä pariskunnille. Opasteiden on oltava hyvin esillä, jotta lounaspaikka havaitaan asioidessa ja lounastarjontaa voidaan silmäillä paikalle tullessa. Markettien yhteydessä olevilla on etuna näkyvä markkinointi ketjumarkkinoinnin yhteydessä, mistä ravintolapalveluja ei välttämättä eroteta erikseen. Pitää olla myös paremmin kohdennettua ja yksilöllisemmin erottuvaa markkinointia.

2. EDULLISTA KOTIRUOKAA KODIKKAASSA YMPÄRISTÖSSÄ



Kuvio 4. Edullista kotiruokaa kodikkaassa ympäristössä.

Mallin tyypillinen asiakas arvostaa ruoan aitoutta ja rehellisyyttä, maukasta kotiruokaa ja sen helppoa saatavuutta. Hän antaa arvoa myös henkilökohtaiselle ja ystävälliselle palvelulle, perinteikkyydelle ja kiireettömyydelle sekä hyvälle hinta-laatu-suhteelle.

Ihmiset: Ihmisten välinen kohtaaminen on lämminhenkistä, aitoa, kodikasta, läheistä, tuttavallista ja ystävällistä. Kaikenikäiset asiakkaat kohtaavat luontevasti toisensa; seniorit lasten tai sukulaisten kanssa, lähialueen asukkaat ja senioriystävyykset yhdessä. Asiakkaiden välille syntyy hyvä ryhmähenki. Ajattelu, jutustelu ja viiptyily leimaavat asiointia. Myös henkilökunnalla palveluasenne on erinomainen. Palvelu on henkilökohtaista, tuttavallista ja välitöntä. Senioriystävällinen palveluasenne näkyy asenteessa asiakkaita kohtaan. Tämä tarkoittaa käytännössä, että

kysytään kuulumisia, havaitaan asiakas hänen tullessaan ja reagoidaan siihen heti. Henkilökunta on sitoutunutta työhönsä ja tuntee henkilökohtaisesti asiakkaansa.

Palveluprosessi: Ruoka tarjotaan noutopöydästä ja/tai annostarjoiluna. Palveluun voidaan sisällyttää kotiinkuljetusta, joka tarvittaessa ulkoistetaan. Take away –palvelu antaa asiakkaiden valita annoskoon ja kuljettaa ruokansa kotiin.

Fyysiset puitteet: Palvelun vaatima omavalvonta ja muut säädökset asettavat vaatimuksia toimitiloille. Pyritään luomaan avara, valoisa, viihtyisä ja kodikas tila ja rauhallinen tunnelma. Kodikkuus näkyy sisustuksessa ruutu- ja raitakuoseina tekstiileissä, puupintoina kalusteissa, viherkasveina, verhoiltuina istuimina ja olohuonemaisuutena sohvineen ja kirjahyllyineen. Linjaston toimivuus on tärkeä, koska pääsääntöisesti toimitaan itsepalveluna. Pöydät ovat pienet sekä tuolit ja tarjottimet tukevat. Viihtyisyys näkyy sisustuksessa, jossa voi olla ripaus perinteikkyyttä tai muita persoonallisia piirteitä, lämpimiä värejä ja juurevuutta. Kodin jatkettu olohuone –ajattelu tulee esiin verhoissa, verhoilluissa kalusteissa, tauluissa, lehdissä ja kirjahyllyssä sekä televisiossa. Tilan ei välttämättä tarvitse olla vanhassa talossa, vaan ravintolatila voi olla myös avara ja moderni isoine ikkunoineen ja korkeine huoneineen. Myös ne voidaan sisustaa kodikkaaksi, joskin tilanne vaatii enemmän panostusta ja taitoa sisustamisessa.

Asiakkaan saama arvo: Syyt, miksi asiakkaan kannattaa mennä asioimaan tämän tyyppiseen ravintolaan, liittyvät ennen kaikkea ruoan ja kohtaamisen aitouteen, rehellisyyteen ja mutkattomuuteen. Asiakas saa perinteikkään, rauhallisen, kiireettömän palvelukokemuksen sekä ystävällisen ja tuttavallisen palvelun. Asiakas kokee myös valinnanvapautta ja helppoutta asioinnissa ja palvelun saatavuudessa. Lisäksi asiakas kokee hintatason sopivaksi.

Tuotteet: Ruokatarjontaan sisältyy hyvä valikoima lämpimiä ruokalajeja, jotka ovat itse tehtyjä ja terveellisiä sekä konstailemattomia ja maukkaita. Tarjotaan monipuolista ruokaa, johon sisältyy salaatit, kasvikset, kala, broileri, liha. Oleellisinta on maukkaus, värikyys ja edullisuus, eikä niinkään ruokalajien runsas valikoima samaan aikaan. Nykyseniorit ovat monesti terveystietoisia arkiruokailussaan ja haluavat hyvän salaattipöydän, sosekeitot, kasvislautaset, kevytlounaat ja keittolounaat ateriavalikoimaansa sekä jälkiruoaksi kahvin ja pullan. Gluteenittomat tuotteet kuuluvat myös vaihtoehtoihin. Keittolounas on hinnaltaan edullisin vaihtoehto. Joskus voidaan tuoda tarjolle myös perinneruokia. Tuotteissa huomioidaan myös hauraiden ja toimintakyvyltään heikentyneiden asiakkaiden erityistarpeet (syötävyys ja purtavuus). Palveluun kuuluu avustaminen tarvittaessa ruoan noutamisessa ja henkilökunta näkyy ruokasalissa eikä vain tiskin takana. Henkilökunta on helppo lähestyä ja tavoittaa. Take away kuuluu tarjontaan sekä samoin päivän

lehdet ja televisio. Palveluihin kuuluu epäsäännöllisemmin myös ohjelmaa, kuten senioripäivä, jolloin järjestetään yhteispäivällisiä, iltatoimintaa, teematapahtumia ja ruokakaveritoimintaa.

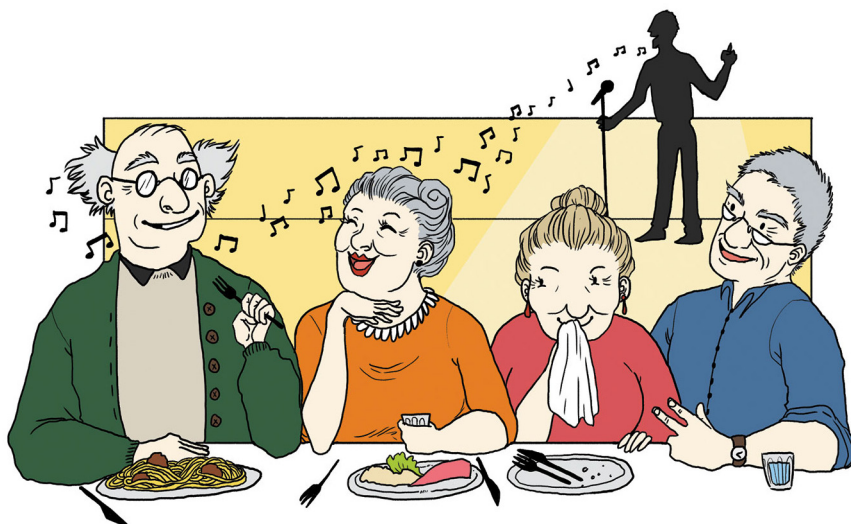
Mainetekijät: Paikka lunastetaan erinomaisen ruoan ja palvelun kautta yhdistettynä edulliseen hintaan. Tärkeää on ruoan laatu, maukas kotiruoka ja ammattitaitoinen henkilökunta, joka osaa ruoanlaiton ja johon voi luottaa. Helppo saatavuus ja sijainti kauniilla paikalla, josta on hyvä näköala ikkunasta, tuovat lisäarvoa palvelulle. Lisäksi mielenkiintoiset näkymät ravintolasta ulos ovat ikään kuin ylimääräinen ohjelmanumero, josta syntyy puheenaihetta. Se myös lisää halua tulla uudelleen ja viipyä paikassa. Mainetekijöihin kuuluvat myös asiakkaiden henkilökohtaiset toiveet ja tarpeet huomioiva palvelu sekä ystävällisyys, avuliaisuus ja lämminhenkisyys palvelukohtaamisessa ja kodikkuus toimitiloissa. Tärkeässä roolissa ovat myös mahdollisuus sosiaaliseen kanssakäymiseen ja viiptymiseen sekä edullinen perushintataso.

Hinta: Edullisen perushintatason lisäksi tarjotaan pysyvästi alennettua hintaa senioriasiakkaille. Hinnoittelu on aktiivinen kilpailukeino yrityksessä ja siksi hinnoitteluun liittyvät tarjoukset ja kampanjat ovat tavallisia. Esimerkkinä mainittakoon kaksi yhden hinnalla, edullinen kilohinnoittelu, sopimushinta-alennus, lounaspassi ja kanta-asiakaskortti. Tarjotaan mahdollisuutta ostaa tilille, jolloin maksu peritään vain kerran kuukaudessa.

Saatavuus: Esteettömyys sisäänpääsyssä sekä sisätiloissa on erittäin tärkeä. Tilojen sijainti on paras katutasossa ja keskeisellä paikalla lähellä keskustaa, kävelyreittien varrella ja helposti löydettävissä. Myös bussipysäkkien läheisyys parantaa saatavuutta. Linjastossa huomioidaan liikuntarajoitteiset tuotteiden esillepanossa (esimerkiksi keittoruoka ei saa olla liian korkealla). Huomioidaan myös tarjotinten, lautasten ja ruokailuvälineiden laatu ja sijoittelu. Käytetään kuvallisia opasteita helpottamaan aterimien ja tarjotinten löytämistä (erityisesti muistisairaajat). Astioiden ja aterimien on oltava kauniita, siistejä ja helppoja käyttää. Voidaan kehittää palveluseteli-yhteistyötä julkisen sektorin kanssa. Kaikkein heikkokuntoisimmille tarjotaan saattajapalvelua ja ruokaystävällisyyttä. Ilmaiset parkkipaikat ovat lähellä, aukioloajat riittävät ja senioreille sopivat. Ruokalistat ja tiedot kampanjoista ovat helposti löydettävissä netissä ja paikan päällä.

Markkinointi: Markkinointiviestit kohdistetaan yksin kotona asuville sekä pariskunnille. Tiedotetaan mainoksin, netti-/lehti-ilmoituksin, hyödynnetään myös viidakkorumpua. Markkinointiviestinnässä pyritään herättämään tunteita. Viestissä korostetaan esimerkiksi makumuistoja, kuten ”äidin tekemä ruoka, kropsu tms.”

3. VIIHTEELLISTÄ OHJELMAA SISÄLTÄVÄT LOUNAAAT



Kuvio 5. Viihteellistä ohjelmaa sisältävät lounaat.

Tätä mallia arvostavat ne asiakkaat, jotka nauttivat henkilökohtaisesta ja seniorien tarpeet huomioivasta palvelusta ja kohtelusta. He arvostavat aterianautinnon lisäksi sosiaalista kanssakäymistä ja viihtymistä sekä osallistumista yksin tai ryhmässä.

Ihmiset: Palvelua voidaan kuvata sitoutuneeksi, palvelevaksi ja avuliaaksi. Henkilökunta on joustavaa ja kohtaaminen aitoa ja lämmintä. Sosiaalinen kohtaaminen ryhmän jäsenten kanssa on tärkeää; seniorit yhdessä viettämässä ohjelmallista lounasta. Palveluun liittyy aktivoimista ja yhteistä ohjelman kokemista.

Palveluprosessi: Ruoka voi olla tarjolla kaikille asiakkaille tai se on erikseen ryhmälle räätälöity. Ohjelma ja ruokailu voivat vuorotella tai tapahtua peräkkäin tai ohjelma voidaan sijoittaa ruokailun alkuun ja loppuun. Jos on kyse ateriakokonaisuudesta alkuruokineen, pääruokineen ja jälkiruokineen, ohjelma voidaan sirotella myös ruokalajien väleihin. Palveluprosessin toteuttamisessa on monia vaihtoehtoja. Ruoka tarjoillaan annoksina henkilökohtaisesti. Tarjoilu voidaan toteuttaa myös itsepalveluna tai osittain itsepalveluna, jolloin ruoka noudetaan linjastosta tai buffetpöydästä.

Fyysiset puitteet: Tiloilta vaaditaan avaruutta ja valoisuutta sekä viihtyisyyttä. Viipymisaika on pidempi kuin edellisissä malleissa ja ohjelma voi olla eri kerroilla hyvin erilaista. Tilojen on oltava muuntuvat. Niiden on taivuttava erilaisten viihteellisten ohjelmien näyttämöksi. Kabinettitilaa tarvitaan erilaisten ohjelmien tarpeisiin (suurennettavia ja pienennettäviä erillisiä tiloja, jotka voi tarpeen tullen

liittää yhteen yhdeksi isoksi tilaksi). Tilojen ainutlaatuisuus voi joissakin tilanteissa olla merkittävä lisäarvo riippuen ohjelmasta ja ryhmästä. Myös valaistuksen on oltava muuntuva, erilaisten esitysten tarpeisiin soveltuva sekä erilaisten tunnelmien toteuttamista varten vaihteleva. Erityisesti senioriasiakkaiden näkökulmasta tärkeä on myös laadukkaan äänentoiston takaava ns. silmukka.

Asiakkaan saama arvo: Asiakkaan kannattaa käyttää tätä palvelua saadakseen henkilökohtaisen ja seniorien tarpeet monipuolisesti huomioivan palvelun kohtuulliseen hintaan. Lisäksi asiakas saa hyvätasoisen aterianautinnon, johon on liitetty viihteellistä ohjelmaa. Aterialta vaadittava laatu ja siitä saatava nautinto riippuvat ohjelman luonteesta ja ryhmän tavoitteista (vertaa: jumppa + keitto versus klassinen lounaskonsertti). Erilaisia ruokailun ja ohjelman yhdistelmiä on paljon. Arvokasta on myös seurallisuus, osallistuminen yksin tai ryhmässä sekä tarinat ja elämysten kokeminen. Erilaisten viihde- ja hyvinvointipalvelujen kokemiseen liittyy myös aktivoituminen ja virinnyt olotila, jossa keho ja mieli virkistyvät. Arjesta poikkeava kokemus lisää tyytyväisyyttä ja antaa pitkäksi aikaa ajattelemisen aihetta.

Tuotteet: Yleisesti tuotteissa yhdistyvät lounas ja ohjelma, joka voi olla hyvin monenlaista, arkisempaa kuten jumppa tai juhlavampaa kuten klassinen musiikki ja runonlausunta. Ohjelmista voidaan muodostaa myös jatkumo, sarja kokemuksia, jotka vähitellen kasvattavat kokijan osaamista tai tietotaitoa jotenkin. Niitä voidaan räätälöidä erilaisiin tarpeisiin ja sovittaa erilaisiin teemoihin. Joskus ohjelman tuottaa ryhmä itse, joskus sen tuottaa ulkopuolinen taiteilija. Seniorijärjestöt ovat itse aktiivisia organisoimaan tilaisuuksia ja ohjelmaa.

Ruokatarjonta on monipuolista ja laadukasta. Asiakkaan on mahdollista tilata haluamansa ruoka annoksittain tai edullisemmin noutopöydästä itsepalveluna. Maukasta, terveellistä ja laadukasta ruokaa on päivittäin tarjolla useita vaihtoehtoja. Tarjotaan myös keittolounaita ja erilaisia kevytlounasvaihtoehtoja sekä lisäksi jälkiruoka.

Palveluun sisältyy henkilökohtainen avustus tarvitseville. Ajoittain järjestetään tapahtumia, kuten senioripäiviä, jolloin on ohjelmaa (esimerkiksi muistikahvila ja soppa + jumppa). Myös teemapäiviä ja sosiaalisia tapahtumia järjestetään (esimerkiksi ryhmälounaita sekä luku- ja tarinapiirejä). Ohjelmatuotteet voivat olla hyvin erilaisia, esimerkkeinä eri tyyliset musiikkiesitykset (jazz, klassinen, kansanmusiikki) sekä liikunta. Vain mielikuvitus on tuotteistuksessa rajana.

Mainetekijät: Palvelu erottuu konstailemattomalla laadukkaalla ruoalla, ruoan maukkaudella sekä asiakkaiden toiveet huomioon ottavalla palvelulla (joustavuus). Ohjelmatarjonta erottuu monipuolisuudellaan ja erilaisiin ateriakokonaisuuksiin

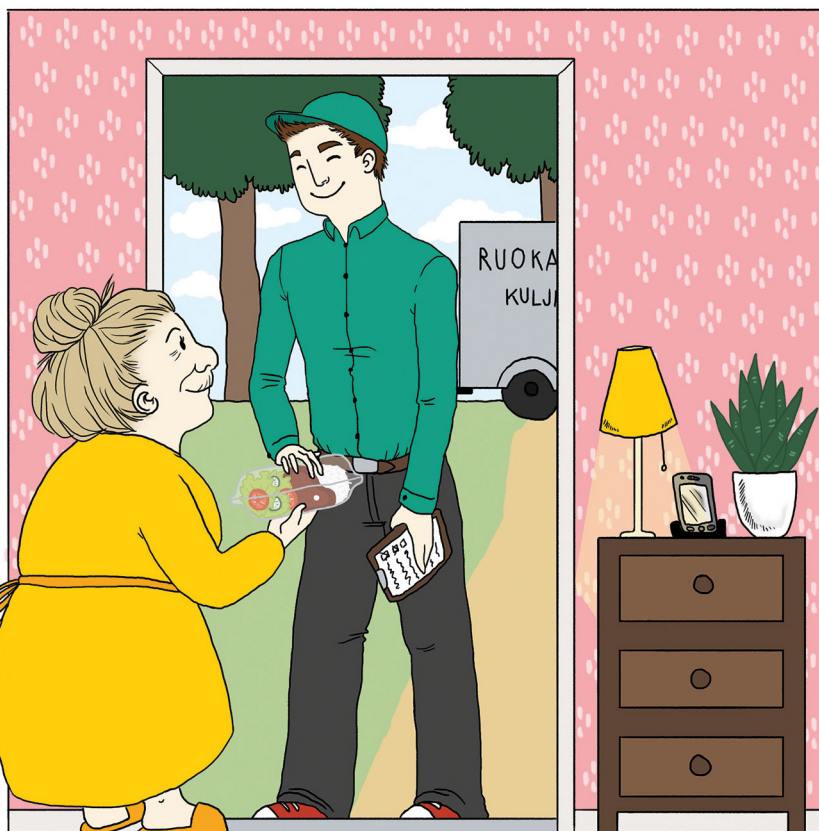
yhdistettynä. Ohjelmat ovat aktiivisia ja mielenkiintoisia ja herättävät keskustelua. Tarjolla on ainutlaatuinen miljöö sekä ohjelmasta riippuen nostalgisuutta ja muuta ainutlaatuisuutta. Sosiaalinen kanssakäyminen, tuttujen tapaaminen ja uusiin ihmisiin tutustuminen mahdollistuvat. Tarjolla on myös kuljetus paikan päälle sekä tarjoilutapana pöytiin tarjoilu.

Hinta: Perushintataso on keskiluokkaa, koska ohjelman kustannukset sisällytetään hintoihin. Myös henkilökohtainen palvelu nostaa perushintatasoa, mutta tämä osuus on myös neuvoteltavissa alhaisemmaksi, jos tarjoilutapa sovitetaan tarpeiden mukaiseksi ja enemmän itsepalvelua sisältäväksi. Myös ohjelma vaikuttaa kokonaisuuden hinnoitteluun ratkaisevasti. Senioreille myönnetään alennuksia, esimerkiksi senioripäivinä erityisalennukset ja tarjoukset. Lounaspassi ja klubi-jäsenyyksien perusteella annetut tarjoukset ja alennukset ovat myös käytössä.

Saatavuus: Sijaintipaikka voi olla myös etäämpänä keskustasta, mieluiten bussilinjan varrella. Tilaan pitää olla esteetön pääsy sisään tulon yhteydessä ja sisätiloissa. Tilaa pitää olla runsaasti, että myös rollaattorilla ja pyörätuoleilla päästään liikkumaan. Lounasohjelmien ajoittuminen päivään, viikkoon ja kuukauteen vaatii huolellisen suunnittelun. On tarjottava erilaisia vaihtoehtoja, koska senioreilla on hyvin erilaisia tarpeita.

Markkinointi: Markkinointi suunnataan suoraan kotona yksin asuville ja pariskunnille. Vaatii mainontaa ja yhteistyötä eri muodoissa. Yhteistyö esimerkiksi eläkeläisjärjestöjen ja julkisen sektorin kanssa tuo jatkuvuutta viestintään. Konseptissa on hyvä olla aktiivista tiedottamista ohjelmista ja ruokalistoista sekä käytännön toteutukseen liittyvistä asioista (esimerkiksi ennakkoilmoittautumisen tarpeesta).

4. LOUNAS KOTIIN KULJETETTUNA



Kuvio 6. Lounas kotiin kuljetettuna.

Tämä malli soveltuu asiakkaalle, joka arvostaa sitä, että saa ruoan lämpimänä kotiinsa. Hän arvostaa myös tilaamisen helppoutta ja sitä, ettei tarvitse pukeutua ja lähteä kodin ulkopuolelle ruokailemaan. Tämä palvelumalli sopii myös liike-rajotteisille asiakkaille, joilla ei ole mahdollisuutta saada apua liikkumiseen.

Ihmiset: Palvelua voidaan luonnehtia tyyliltään joustavaksi, nopeaksi ja luotettavaksi. Tärkeää on, että ruoan toimittaja on tuttu ja turvallisuutta herättävä, kohtelias ja kärsivällinen henkilö, joka kuuntelee asiakkaan tarpeita herkällä korvalla. Vaikka asiakkaan ensimmäinen kohtaaminen toteutuu puhelimitse tai sähköpostin kautta, ruoan toimittaja on tärkeä käyntikortti, koska hän kohtaa asiakkaan. Ruoan toimituksessa korostuu avuliaisuus, ystävällisyys ja ammattitaito. Asiakkaalta vaaditaan kykyä hoitaa itse tilaus (tarvitaan puhelin, tietokone tai tabletti) tai hänellä on oltava mahdollisuus saada tilaamiseen apua. Tilaamisen kehittäminen mahdollisimman helpoksi ja joustavaksi on tärkeää. Asiakkaalle annetaan ohjausta tilaamiseen.

Palveluprosessi: Ruoka kuljetetaan asiakkaan kotiin sisälle saakka. Toimitus suunnitellaan asiakaslähtöisesti ja toimitetaan sovitussa aikataulussa. Seniorien yksilölliset tarpeet huomioidaan mahdollisimman hyvin muun muassa ruoan laadussa, lämpötilassa, pakkaustavassa, pakkauskoossa jne. Pakkaustavan on oltava sellainen, että ruoka voidaan nauttia suoraan pakkauksesta, mikä helpottaa asiakkaan työtä. Se on tärkeää varsinkin silloin kun ruoka toimitetaan lämpimänä. Lämpimän ruoan kotiin toimittamisessa on käytännön haasteita, jotka vaativat huolellista suunnittelua.

Tilaaminen tapahtuu helppokäyttöisen puhelinsovelluksen tai nettisivujen kautta. Annetaan vain yksi puhelinnumero tai selkeä yksi nettisivu, josta saa kaiken palveluun liittyvän tiedon ja jonka kautta voi myös jättää kysymyksiä tai palautetta palvelusta. Toimivan aukottoman järjestelmän organisoiminen on keskeisen tärkeää. Kuljetusten suunnitteluun voidaan käyttää ohjelmasovelluksia, joilla logistiset ratkaisut voidaan optimoida. Niin resurssien käyttö kyetään optimoimaan ja kustannukset minimoimaan. On mahdollista myös, että tulevaisuudessa lounasravintolat ulkoistavat kuljetukset tähän keskittyneille yrityksille, jolloin kotiinkuljetusateriat voivat olla yhä useammin myös osa ns. perinteisen lounasravintolan liiketoimintaa. On kuitenkin huomioitava, että lounaan kuljettaja on tällöinkin tärkeä käyntikortti ja kasvot, jotka edustavat yritystä asiakkaan suuntaan.

Fyysiset puitteet: Toimintamallissa ei tarvita ravintolasalia ruoan tarjoiluun, mutta siinä korostuvat ennen kaikkea kotiin tuotavan ruoan ja niiden pakkausten ulkonäkö ja laatu. Myös toimitusvarmuus on merkityksellinen kilpailutekijä. Parhaassa tilanteessa aina sama henkilö on toimittamassa, mikä on tärkeä luotettavuuskriteeri. Myös kuljetusauton laadukkuus on tärkeä luottamusta herättävä kriteeri. Luottamuksen syntyminen on kestävästi asiakassuhteen perusedellytys. Tuotantotiloilta vaaditaan toimivat ja säädösten vaatimukset täyttävät ruoanvalmistus- ja säilytystilat (omavalvonta).

Asiakkaan saama arvo: Syitä, miksi asiakkaan kannattaa asioida tällaisessa palvelussa ovat tilaamisen helppouden ja vaivattoman saatavuuden lisäksi toiminnan joustavuus ja luotettavuus. Joustavuus todentuu mahdollisuudessa päättää toimitusaikataulusta, tilata eri annoskokoja tai maustevahvuuksia sekä valita monipuolisesta tarjonnasta. Joustavuus tulee esiin myös siinä, että asiakkaalle tarjotaan erilaisia maksuvaihtoehtoja (esimerkiksi mahdollisuutta maksaa kerran kuukaudessa). Tärkeänä arvona pidetään myös ruoan laadukkuutta sekä hyvää hinta-laatu -suhdetta. Luotettavuus todentuu henkilökunnan ammattitaidossa valmistaa hyvää ja konstailematonta ruokaa sekä kotiinkuljetuksessa. Ruoan valmistuksessa ei käytetä eineksiä eikä pakasteita, vaan tarjotaan hyvän makuista

kunnon kotiruokaa, jossa on huomioitu senioriasiakkaan erityistarpeet, kuten helppo syötävyys ja erityisruokavaliot.

Tuotteet: Ruokalista on kiertävä ja ruokatarjonnassa on monipuolisesti vaihtoehtoja valittavana. Lämpimien ruokien valikoima on myös hyvä. Ruoka on laadultaan konstailematonta, maukasta ja ravitsevaa perusruokaa. Juomavalikoimiin kuuluu maito ja piimä ja annoksia on mahdollisuus ostaa myös gluteenittomina.

Hinta: Tässä konseptissa lounaan hinta muodostuu lounaasta tuotteena sekä lounaan kuljettamisesta asiakkaalle. Hintatason osalta yrittäjän pitää pohtia miten hinnoittelee yhtäältä tuotteen ja toisaalta kuljetuksen. Koska lounaan potentiaalisin asiakaskunta muodostuu kotiin tuodun aterian päivittäin tarvitsevista ja jo toimintakykyään menettäneistä senioriryhmistä, aterian hinnan tulee pysyä käyttäjän kannalta kestäväällä tasolla. Yrittäjä voi saada kilpailuetua tarjoamalla esimerkiksi erihintaisia lounasvaihtoehtoja (edullinen keitto, hieman hintavampi monipuolinen lounas tai pieni ja suuri annos). Kokonaisuutena palvelupaketin hinta-laatu -suhde kuitenkin koetaan hyväksi ja hinta on kilpailukykyinen ja kohtuullinen. Senioreille tarjotaan alennettua hintaa sekä laskulle ostamisen mahdollisuutta aktiivisesti. Maksutavat joustavat (maksu joko käteisellä toimituksen yhteydessä tai laskutuksen kautta).

Saatavuus: Selkeät tilaus- ja toimitusjärjestelmät tekevät tarjonnasta helposti saavutettavan. Tilaaminen ja ruokalistojen löytäminen on helppoa netin tai puhelimen kautta. Järjestelmä ja toimitusajat joustavat asiakaskohtaisesti. Tilaamiseen ei liitetä sitovia velvoitteita, ei minimitalausmääriä tai vakioituja pakkauskokoja.

Markkinointi: Yritys viestittää suoraan asiakkaille kotiin. Mainokset jaetaan kotiinkuljetuksen yhteydessä asiakkaille (seuraavan viikon ruokalista ja tietoa tarjouksista). Tiedottamisessa ja mahdollisesti toimitusaikataulujen sopimisessa tehdään yhteistyötä myös julkisen sektorin kanssa. Konseptissa on mahdollisuus myös palvelusetelyyhteistyöhön julkisen sektorin kanssa. Palvelusta tiedotetaan aktiivisesti ja monien kanavien kautta. Markkinointiviestinnässä korostuu lämmin kotiruoka -teema. Erityisen tärkeä käyntikortti on asiakkaan kohtaava työntekijä. Tunnistettavat kuljetusautot teippauksineen ja henkilökunta tunnistettavissa asuissaan ovat myönteinen ”huutomerkki” liikenteessä. Nämä asiat luovat yhteinäisyyttä ja uskottavuutta palvelua kohtaan.

5. KOKATAAN YHDESSÄ LOUNAAAT



Kuvio 7. Kokataan yhdessä lounaat

Tämä malli soveltuu erityisen hyvin asiakkaille, jotka arvostavat uuden oppimista ja yhteistä ateriointia ja tekemistä, sosiaalisuutta ja elämysten kokemista. Nämä asiakkaat ovat luonteeltaan uteliaita ja monella tavalla elämässään aktiivisia.

Ihmiset: Toimintaa ja kohtaamista luonnehtii sosiaalisuus, aktiivisuus, innokkuus ja rentous. Palvelu on joustavaa ja asiantuntevaa. Ohjaaja on asiantuntija omassa lajissaan ja omaa myös hyvän opettajan ominaisuuksia. Hän osaa asettaa sopivan tasoiset haasteet jokaiselle ja olla innostava, mutta ei pakota ketään mihinkään tilanteisiin. Toiminta on aktiivista ja elävää ja siinä opitaan uusia taitoja.

Palveluprosessi: Kokonaisuuden organisoiminen on tarkoin suunniteltava kulloisellekin ryhmälle etukäteen, mikä vaatii kunnollisen kokonaisuuden suunnittelun. Palvelu on räätälöityä toimintaa ryhmän tarpeiden ja toiveiden pohjalta. Voidaan tarjota myös omia valmiita paketteja eri teemoilla. Toiminnassa yhdistetään uuden oppiminen yhteisesti koettuna, seurustelu toisten kanssa sekä yhteinen ateriointi lopussa. Toisinaan myös kokki voi liikkua välineineen eri paikkoihin asiakkaiden toiveiden mukaisesti.

Fyysiset puitteet: Omavalvonnan on oltava kunnossa ja on toimittava säädösten mukaisesti, mikä asettaa perusvaatimukset tiloille ja tekniikalle. Soveltuva keittiö tarvitaan. Sen on oltava opetuskäyttöön soveltuva, jossa on riittävästi tilaa ryhmien työskentelyyn. Sen on oltava myös muuntuva, erilaisten ryhmien ja ryhmäkokojen tarpeisiin soveltuva. Toiminta vaatii myös kabinettitiloja sekä salitilaa alkuvaiheen oppimishetkiä varten sekä loppuvaiheen ruokailua varten. Viihtyisyys tiloissa on tärkeää, kuten kaikissa ravintoloissa.

Asiakkaan saama arvo: Asiakas saa maukasta itse tehtyä terveellistä ja aidoista aineksista valmistettua ruokaa. Ruokalajit ovat vaihtelevia, juhlavampia ja arkisempia. Myös kotoista arkiruokaa opetellaan valmistamaan. Makumuistoja on mahdollisuus kokea, esimerkiksi ”äidin tekemää ruokaa”. Opitaan uusia tietoja ja taitoja ja löydetään itsestä uusia piirteitä. Yhteinen ateriointi on arvokas kokemus, tutustutaan uusiin ihmisiin ja koetaan elämyksiä. Aktivoitunut olotila ja ylpeys omasta tekemisestä ovat palkintona, myös rohkeampi ja itsevarmempi olo ja usko itseän palkintona.

Tuotteet: Tuotteessa yhdistyvät uuden oppiminen, seurallisuus ja ateriointi. Tuotevariaatioita on loputtoman paljon, vain mielikuvitus on rajana. Teema-esimerkkejä: ”terveellisiä ruokavalintoja arkeen”, ”helpolla arkiruokaa”, ”pohjalaiset perinneruoat”, ”penninvenyttäjän ruokalista”, ”makuja maailmalta”. Yrittäjällä on tarjota monipuolista ja rajoja rikkovaa toimintaa aterioiden luomisessa ja uusien asioiden oppimisessa sekä itse tehtyä, terveellistä ja maistuvaa ruokaa. Asiakas saa ohjausta ja opetusta ruoan valmistuksessa, kattamisessa ja ruokailussa. Lisäksi hän saa mukaansa tietopaketin teemaan liittyen ja reseptit kotiin vietäväksi sekä ruokakulttuuritietoutta ruokätietouden lisänä.

Mainetekijät: Konsepti sisältää asiakkaiden toiveiden mukaista räätälöityä palvelua isommille ja pienemmille ryhmille ja ystäväporukoille. Toisin sanoen konsepti tarjoaa asiakkaalle mahdollisuuden monipuoliseen ja kokeilevaan kokkaamiseen yhdessä ystävien kanssa, mihin sisältyy samalla korkeatasoista ammattimaista ohjausta. Konsepti erottuu näin normilounaista ja omasta arjesta. Se sisältää

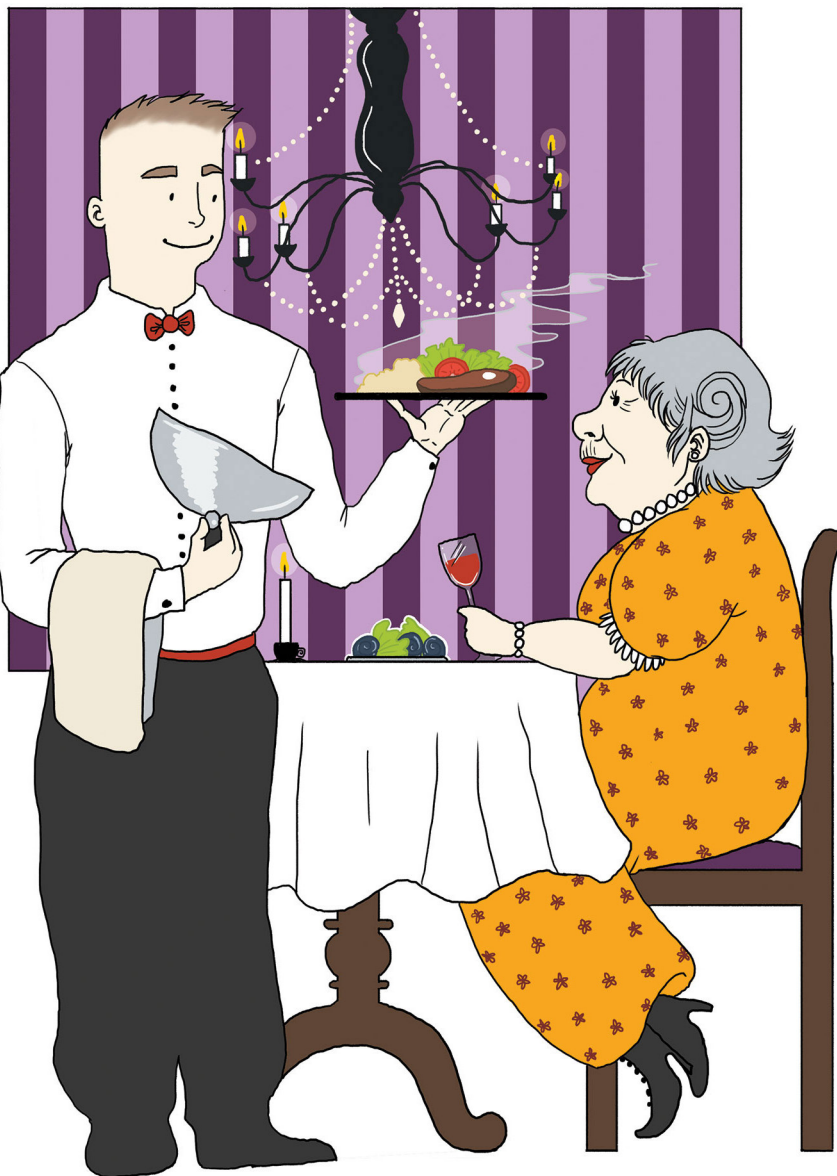
sosiaalista kanssakäymistä erilaisella aktiivisella tavalla. Tilojen laatu ja muuntuvuus erilaisiin tarpeisiin on tärkeää, samoin laitteiden ja välineiden laadukkuus.

Hinta: Keskihintoja korkeampi hintataso, koska tähän pakettiin sisältyy opetusta, ohjausta, ruoan raaka-aineet, tilojen käyttö, avustaminen, reseptiikka jne. Tämä palvelukonsepti ei pysty kilpailemaan halvalla hinnalla.

Saatavuus: Tilojen on oltava esteettömät toimintaa ajatellen. Tilojen väljyys, viihtyisyys ja toimivuus ovat tärkeitä. Toimintaa on myös ilta-aikaan, aikataulut ovat joustavat. Sijainti on keskeisellä paikalla ja bussilinjojen varrella.

Markkinointi: Suoramarkkinointia voidaan kohdistaa kotona yksin asuville sekä eläkeläisjärjestöjen kautta. Mainontaa on hyvä olla myös paikallislehdissä ja netissä. Toimintavajeita omaavien asiakkaiden kohdalla on syytä tehdä yhteistyötä julkisen sektorin kanssa tiedottamisessa. Aktiivinen tiedottaminen monien kanavien kautta on tärkeää.

6. JUHLAVISSA PUITTEISSA FIINIMMIN SYÖMÄÄN



Kuvio 8. Juhlavissa puitteissa fiinimmin syömään

Tämä konsepti soveltuu parhaiten asiakkaalle, joka arvostaa nautinnollista ruokailua laadukkaassa ympäristössä sekä henkilökohtaista pitkälle vietyä ystävällistä palvelua. Hän arvostaa myös ruokailuun pukeutumista, juhlavuutta ja perinteikkyyttä.

Ihmiset: Ruokailutilanne on luonteeltaan sosiaalinen tapahtuma, jossa seniori aterioi esimerkiksi merkkipäivänä ystävien ja perheen seurassa. Asiakkaille tilanne on ainutlaatuinen ja vähintäänkin harvinainen. Palvelua luonnehtii formaalisuus, kiireettömyys, arvokkuus ja juhlavuus. Henkilökunta ja vieraat ovat pukeutuneet juhlavasti tilanteeseen sopivalla tavalla. Henkilökunnalla on erinomaisen hyvä palveluasenne, asiakkaiden yksilölliset toiveet otetaan tarkasti huomioon. Palvelukohtaaminen on ammattitaitoista, avuliasta, joustavaa, aitoa ja läheistä.

Palveluprosessi: Ruoka tarjoillaan lautasannoksina henkilökohtaisesti jokaiselle. Ruoka valitaan á la carte-listalta tai se on kaikille sama ja etukäteen sovittu ateriakokonaisuus. Voidaan käyttää myös vatitarjoilua, joka on juhla- ja perinteikkäin tarjoilutapa. Tilanteessa on paljon räätälöintiä, palveluprosessi muuntuu tilanteen vaatimusten mukaan.

Fyysiset puitteet: Juhlavuus tiloissa ja kattauksissa; valkoiset pöytäliinat, kukat, kynttilät, kaunis musiikki taustalla. Esteettömyys tiloissa on huomioitu, on tilaa liikkua. Kalusteet ovat tukevat, tuoleissa on hyvä istua ja niissä on korkea selkänoja, mikä parantaa asiakkaiden rentouden ja turvallisuuden kokemusta. Senioriasiakkaiden erityistarpeet on huomioitu, tilat ovat samassa tasossa ja helppokulkuisia. Tilojen valaistus voidaan säätää optimaaliseksi, ei liian hämäräksi eikä liian kirkkaaksi. Valaistus on muunneltavissa tilanteeseen sopivaksi. Tilat ovat viihtyisät, avarat, valoisat, kauniit. Värimaailma on tasapainoinen ja rauhallinen, ei kirkkaita päävärejä vaan ainoastaan murrettuja arvokkuutta korostavia sävyjä sisustuksessa. Tiloissa on ainutlaatuisuutta ja vaikuttavuutta; esimerkiksi historiallinen rakennus. Tiloihin kuuluu myös muuntuvaa kabinettitilaa. Puitteisiin panostetaan paljon, kaikessa näkyy korkea laatu, tyylikkyys ja puhtaslinjaisuus. Ympäristön ominaisuudet ovat aistittavissa monilla aisteilla ja aistikokemus on harmoninen.

Asiakkaan saama arvo: Asiakas saa kokea aitoa, henkilökohtaista ja pitkälle vietyä palvelua kauniissa ja ainutlaatuisessa ympäristössä. Hän saa myös korkealaatuisista raaka-aineista valmistettua maukasta ruokaa, josta saa todellisen aterianautinnon. Arvokasta on myös seurustelu tuttavien ja sukulaisten kanssa, joka virkistää ja aktivoi. Tarinat ja ohjelmat sekä juhla-ainutlaatuinen ympäristö tuottavat muistiin painuvan kokemuksen, jota voi luonnehtia jopa elämykseksi. Ohjelmasisältönä on esimerkiksi kaunista musiikkia, jonka ohella maistellaan ja nautitaan ruoasta ja keskusteluista. Kokemus on levollinen ja kiireetön. Tilaan ja ympäristöön sekä yrityksen historiaan liittyvät tarinat heräävät henkiin ja herättävät nostalgisia ja yllättäviäkin tunteita. Kokemuksesta jäävät muistot mieleen. Palvelu voidaan toteuttaa aikataulullisesti joustavasti.

Tuotteet: Ateria sisältää ruoan, viinit ja muut ruokajuomat, jotka tilataan à la cartelistalta yksilöllisesti tai sama ruoka on tilattu koko seurueelle ennakoon. Ruokatarjonta on monipuolista ja laadukasta, tarjolla on myös alkoholijuomia. Ateriakokonaisuus koostuu alkuruoasta, pääruoasta ja jälkiruoasta sekä niihin sopivista ruokajuomista. Asiakkaan toivomuksesta voidaan tarjota myös nykyaikainen maistelumenu, jossa on paljon pieniä makupaloja samalla lautasella. Ruokalista esitellään pöytäkunnittain selkeällä tyylillä. Keittiö voi lähettää yllätykseksi ns. keittiön terveiset, joka on ylimääräinen makupala tai juoma.

Palveluun sisältyy kokin tulo tapaamaan asiakkaita pöydän ääreen. Ruoasta kiinnostuneilla on mahdollisuus kysellä tarkempia yksityiskohtia ruokalajeista tai valmistuksesta. Henkilökohtaista avustusta on saatavilla tarpeen mukaan. Tarinoita kerrotaan eri tavoilla tiloista, yrityksestä tai ruoasta ja ne herättävät myönteisiä tunteita. Palvelu voi sisältää myös vuotuisjuhlien viettoa (joulu, pääsiäinen jne), teemalounaita, ohjelmallisia yllätyksiä, räätälöityjen ohjelmien välitystä tilaisuuksiin. Tuote ei välttämättä eroa kuinkaan muille ikäryhmille suunnatusta ja tarjotusta tuotteesta.

Mainetekijät: Palvelun ydintä ovat kiireettömyys, viihtyisyys, juhlavuus ja tasokkuus. Aterian taso on erinomainen ja arkikokemuksen ylittävä. Palvelu on henkilökohtaista ja pitkälle vietyä, ammattitaitoista ja ystävällistä. Paikka on ainutlaatuinen ja tarjoaa nostalgialokemuksia ja yllätyksiä. Tarjonnassa on huomioitu asiakkaiden yksilölliset toiveet ja erityisruokavaliot. Sosiaalinen kanssakäyminen ja ystävien tapaaminen toteutuu hyvin.

Hinta: À la carte ja henkilökohtainen lautasannosten tarjoilu ovat arvokkaita, joten hintataso on korkea. Kuitenkin näistä myönnetään seniorialennus. Tarjolla on myös valmiita syntymäpäiväpaketteja senioreille, jolloin hinta on hieman edullisempi, kun räätälöintiä tarvitaan vähemmän. Laadukkuus kaikessa tuottaa kuitenkin kokemuksen, jota asiakas arvostaa ja siksi hän voi kokea myös hinta-laatu -suhteen sopivaksi. Hinnalla ei pystytä kilpailemaan, mutta asiakkaat ymmärtävät, että ruoan lisäksi myös muusta kokemuksesta on tässä paketissa oltava valmis maksamaan.

Saatavuus: Esteettömät tilat sisällä ja sisään tullessa ovat välttämättömät, samoin hyvät parkkipaikat ja invaluisikat. Paikka voi sijaita kauempanakin keskustasta.

Markkinointi: Kohdistetaan yksin kotona asuville, pariskunnille ja perheille sekä kaikille senioriryhmille monien kanavien kautta. Mainonta ja tiedottaminen palveluista ovat tarpeen palvelukonseptin profiloimiseksi markkinoilla.

Mainittakoon vielä, että kuvatut konseptimallit vaativat edelleen kehittämistä ol-lakseen käytännössä toimivia. Tässä on nähtävissä vasta suuret linjat, kehykset, jotka estävät rönsyilyn palvelun hienosäätämässä. Jotta lopullinen palvelun muotoilu olisi mahdollista, tarvittaisiin lisätietoja yrityksen toimintakulttuurista ja strategiasta, asiakkaista ja resursseista, kuten toimitiloista ja henkilökunnasta. Yrityksen resurssit, sijaintipaikka sekä kilpailutilanne sijaintialueella vaikuttavat merkittävästi liiketoiminnallisiin mahdollisuuksiin ja ne määrittävät myös konseptien osatekijöiden painotus- ja toteutustapaa. Kehitetyistä konseptimalleista on kuitenkin löydettävissä selkeästi toisistaan erottuvat menestystekijät, jotka osoit-tavat oikean suunnan ja joista voidaan rakentaa yrityksen toiminnalle kivijalkaa. Pohdittaessa johonkin yksittäiseen ravintolaan soveltuvaa konseptia, eri konseptien painopiste-eroja voi vertailla myös tutustumalla seuraaviin hankkeessa laadittuihin palvelukortteihin, joissa kukin konsepti esitetään visuaalisesti helposti hahmotettavassa muodossa: https://issuu.com/senioriatertia/docs/senioriatertia_lo_unaspavelukonsepti_?e=24252489/41405828 .

5 SENIORIATERIOIDEN NYKYTILA JA TULEVAISUUDEN MAHDOLLISUUDET MARKKINOILLA

Nostamalla esiin joitakin esimerkkejä siitä, kuinka nykyiset ravintolat jo soveltavat konseptien ideoita ja erilaisia teemoja omassa liiketoiminnassaan, päästään tarkastelemaan senioriateriakonseptien tarjonnan nykytilaa ja tulevaisuuden mahdollisuuksia markkinoilla. Konsepteihin melko hyvin sopivia palvelukokonaisuuksia Seinäjoen ja ympäröivän alueen lounasravintoloista näyttää jo löytyvän. Hankkeessa tehdyn kehittämistoiminnan perusteella saatiin hyvin esiin, missä määrin ja millä tavoilla yritykset ovat soveltaneet erilaisia ideoita.

Todettakoon, että ravintoloissa on osattu hyödyntää monenlaisia keinoja vaikuttaa asiakaskokemukseen ja luoda erottuvaa identiteettiä lounasravintoloiden markkinoilla. Useimmissa on keskitytty ydintuotteen eli ruoan ja siihen keskeisesti liittyvän palvelun kehittämiseen. Näistä esimerkkeinä mainittakoon take away -palvelu, kotiinkuljetus, gluteenittomiin tuotteisiin keskittyminen ja itse valmistetun kodinomaisten ruoan tarjoaminen. Monissa korostetaan myös hintaa kilpailukeinona ja pyritään tarjoamaan ateriointia mahdollisimman edullisesti. Muitakin ideoita on sovellettu luovalla tavalla. Asiakaskokemusta on pyritty parantamaan ja konseptia erilaistamaan esimerkiksi viihteen, sosiaalisuuden ja oppimisen avulla. Jotkut ovat päättäneet luottaa myös esteettisten ja nostalgisten kokemusten tehoon.

Kuudesta konseptimallistamme selvästi eniten on sovellettu kahden konseptin piirteitä: nopeasti edullista ja monipuolista arkiruokaa ja edullista kotiruokaa kodikkaassa ympäristössä. Mukana olleista yrityksistä yhdeksän korosti markkinoitviestinnässään kotiruokaa tai hyvää arkiruokaa. Hyvään arki- ja kotiruokaan liitettiin usein sanat itse tehty, aito ja monipuolinen ruoka. Tällöin asiakas saa nauttia ammattimaisesti valmistettua, laadukasta ja konstailematonta arkiruokaa. Useimmiten näissä yrityksissä tarjotaan myös hinnaltaan edullista ruokaa, ystävällistä palvelua ja helppoa asiointia. Tavallisesti nämä yritykset ovat myös hyvillä sijaintipaikoilla, helposti saavutettavissa ja niissä on huomioitu hyvin myös liikuntarajoitteisten asiakkaiden tarpeet. Näistä ravintolatyypeistä kymmenen kohdalla oli käytössä itsepalvelulinjasto. Näyttää siltä, että selvä enemmistö ravintoloista tarjoaa edellä mainituissa konseptityypeissä palvelumuotona itsepalvelua. Parisa paikassa on itsepalvelulinjaston lisäksi pöytiin tarjoilua ja ruoan annostelua, mutta muutamat tarjosivat ruoan noutamiseen myös henkilökohtaista avustusta asiakkaan tarpeen mukaan. Tuo mahdollisuus parantaa tilannetta merkittävästi huonommin liikkuvien asiakkaiden kohdalla. Edullista hintaa korosti erityisesti 12 ravintolaa. Edullisuus toteutettiin käytännössä senioriasiakkaille suunnatuilla

alennuksilla, kilohinnoittelulla tai pysyvästi edullisella hintatasolla. Muun muassa seniorialennus oli käytössä 15 lounasravintolalla. Vanhusten viikolla kokeiltiin tempauksenomaisesti myös ”kaksi yhden hinnalla”- tai ”yksi puoleen hintaan”-tyyppistä hinnoittelua, jolloin seniori voi ottaa mukaansa yhden ystävänsä, joka saa aterioita ilmaiseksi tai molemmat alennetulla hinnalla. Muita hinta-alennuksia toteutettiin mahdollisesti kampanjaluonteisesti. Yhden ravintolan kohdalla oli asia linjattu selkeästi siten, että mitään seniorialennuksia ei myönnetä säännöllisesti vaan ainoastaan kampanjaluonteisesti.

Kodinomaisuus, edullisuus ja monipuolisuus olivat selvästi myös senioreiden suosikkeja lounaiden iskusanoina, kun kartoitettiin senioreiden ajatuksia erilaisista seniorilounaskonsepteihin liittyvistä ominaisuuksista muun muassa Seniorikarkeloiden yhteydessä. Adjektiiveista eniten kannatusta sai kodinomaisuus, jonka valitsi lounaspalvelun tärkeimmäksi piirteeksi 21 vastaajaa. Vaihtoehtoista miltei yhtä tärkeiksi ominaisuuksiksi koettiin edullisuus ja monipuolisuus. (Liite 8, taulukko 7.)

Alueen lounasravintoloista löytyi esimerkkejä myös muiden palvelun piirteiden soveltamisesta. Hyviä esimerkkejä löytyy muun muassa viihteen, sosiaalisuuden ja oppimisen soveltamisesta. Kolmessa ravintolassa on jo sovellettu oppimiseen liittyviä palveluideoita. Näistä mainittakoon yhteinen kokkaaminen tai leipominen, muistikahvilatoiminta sekä esitelmät ja luennot eri aiheista. Eräs toimija oli toteuttanut osana muuta toimintaa myös ruokakursseja, joissa ensin oli opeteltu ruoanlaittoa ja nautittu lopuksi itse valmistettu lounas. Myös erilaisia yhdistelmäpalveluja on suunniteltu tai tuotettu muutamissa ravintoloissa. Tällaisesta olkoon esimerkkinä jumppa ja soppa –yhdistelmä sekä muut hyvinvointipalvelut liitettynä ateriointiin. Edellä mainituissa ravintoloissa toteutuu usein myös sosiaalisuus hyvänä vetonaulana. Seurustelumahdollisuuksia ja henkilökohtaisen kohtaamisen merkitystä tuotiin korostetusti esiin viidessä ravintolassa. Ne ovat järjestäneet tilat, kalusteet ja erilaisten ajanviettoharrastusten (esimerkiksi televisio, lehdet, pelit) tarjonnan palvelussaan siten, että asiakkaiden on helppo ruokailun jälkeen jäädä jutustelemaan tai yhdessä puuhastelemaan. Sosiaalisten kontaktien mahdollistamisen merkitys senioriasiakkaiden kohdalla on ymmärretty yrityksissä todella hyvin päätellen siitä, että tämä asia tuli lähes jokaisen yrityksen kehittämistoiminnassa jollakin tavalla esiin. Toiset ovat tehneet siitä selkeästi erottuvan kilpailutekijän konseptiinsa ja toiset taas korostivat sen merkitystä esimerkiksi palvelukohtaamisessa asiakkaiden ja henkilökunnan välillä. Viihteen soveltamisesta lounasruokailun ohessa on myös nähtävissä palveluesimerkkejä alueella. Neljässä haastatelluista ravintoloista on ollut tarjolla viihteellistä kokemusta ruokailuun liitettynä yhdistelmänä. Niihin on sisältynyt useimmiten musiikkia jossakin muodossa, joko esiintyvien taiteilijoiden esittämänä tai itse tuotettuna

säestettynä yhteislauluna tai tanssiin liitettynä. Myös näytelmiä on tarjottu lounasruokailuun liitettynä viihteenä yhdessä ravintolassa. Monipuolisempaa tarjontaa on mahdollista kehittää tällekin saralle ja siinä olisi hyvä muistaa asiakkaiden oman aktiivisuuden hyödyntäminen. Eläkejärjestöt ovat aktiivisia itse järjestämään tilaisuuksia ja ohjelmaa niihin. Lähempi yhteistyö eri järjestöjen kanssa voi poikia aivan uusia yhteistyön ja palvelukonseptien muotoja.

Kolmen ravintolan palvelukonsepteissa korostettiin erityisesti esteettisen kokemuksen, ainutlaatuisen tilan sekä viihtyisän ympäristön merkitystä. Näissä ravintoloissa usko esteettisten ja elämyksellisten kokemusten arvoon oli huomattavan suurta ja niissä myös osattiin hyödyntää tätä havaintoa tarjoamalla aterioinnin yhteydessä vaikkapa kokemusta kuvataiteesta tai lifestyle-myyvälän palveluista. Heille oli tärkeää, että ihmiset haluavat viipyä paikassa ja että ympäristö ruokkii mielikuvitusta ja synnyttää keskustelua. Näissä ravintoloissa osattiin myös tuottaa nostalgiakokemuksia ja hyödyntää yrityksen omia tarinoita. Myös henkilökohtainen yksilöllinen palvelu toteutui näissä ravintoloissa, jotka muistuttivat eniten juhlavissa puitteissa finimmin syömään -konseptia. Muuten alueen lounasravintoloiden palvelutarjontaan sisältyi kaikkein vähiten kahden konseptin piirteitä: kokataan yhdessä -lounaan sekä juhlavissa puitteissa syömään finimmin -lounaan. Haastatelluista yrityksistä kahdessa oli tarjolla jälkimmäiseen konseptiin liittyviä palveluja ja yhdessä ensimmäiseen konseptiin liittyviä palveluja. Senioriviikot ja senioripäivät muodostivat poikkeuksen tarjonnassa monien kohdalla. Näinä ajankohtina tarjonta monipuolistui kattamaan hyvin monenlaisia palveluyhdistelmiä ja ohjelmallista sisältöä.

Seniorien esille tuomista teema- ja palveluideoista ei haastattelujen mukaan ole vielä tuotu tarjolle ainakaan seuraavia: kirjallisuuden, runouden että kuvataiteen jalostetut yhdistelmät lounaan kanssa (esimerkiksi taiteilijat esittelemässä teoksiaan ja keskustelemassa), stand up -viihde ja seuraleikit. Sosiaalista vuorovaikutusta lisääviä uusia sovelluksia on toivottavaa kehittää myös ystäväpalvelutoiminnan ja saattajapalvelun ympärille, missä on huimasti mahdollisuuksia myös yhteistyössä julkisen sektorin ja järjestöjen kanssa. Vuotuisjuhliin liittyviä teemoja myös kaivataan seniorien keskuudessa. Useat ravintolat toteuttivatkin perinteisiä pääsiäis- ja joululounaita sekä -päivällisiä, joissa teema näkyi muun muassa ruokalistassa ja kattauksessa. Ruokakulttuurin pidemmälle vietyä teeman jalostamista on mahdollista toteuttaa ja kehittää liittyen muihinkin vuotuisjuhliin (esimerkiksi kekri-juhlaan). Teema voi olla viritetty hyvinkin pitkälle, jolloin se on aistittavissa kaikissa asioissa, kuten ruokalistassa, kattauksissa, tilan sisustuksessa, henkilökunnan olemuksessa ja puhetyylissä sekä ohjelmasisällössä. Teema voidaan viritellä juhlavammaksi tai arkisemmaksi tilanteen mukaan. Teema voidaan liittää myös ruokakulttuureihin (esimerkiksi Café Paris-teema, Meksiko-

tai Kreikka-teema) tai historiaan (esimerkiksi kieltolaki-teema) tai kuuluisaan henkilöön (esimerkiksi Sibelius). Teemoittamiseen liittyvät mahdollisuudet ovat rajattomat, joten erilaisten teemalounaiden organisoimisessa alueella lienee paljon konseptin jalostamisen mahdollisuuksia.

Monien pienten ravintoloiden kehittämisen esteeksi muodostuu usein resurssipula. Puutetta on ajasta tai työntekijöistä. Näissä tilanteissa onkin suotavaa hakeutua yhteistyöhön toisten yrittäjien ja muiden tahojen kanssa. Yhteistyö voi synnyttää myös uusia palveluideoita. Näistä mainittakoon hankkeen aikana toteutettu "Lounaspaikkaopas varttuneelle väestölle" -opas, jonka avulla senioreita on informoitu senioriystävällisistä lounaspalvelumahdollisuuksista ja jota on jaettu myös esimerkiksi ikääntyvien palveluissa. Vielä toteutumattomia, mutta tulevaisuudessa mahdollisia ja suotavia kehittämissuuntia voisivat olla esimerkiksi kuljetukseen liittyvä nyt kokeiltua laajempi yhteistyö paikallisen joukkoliikenteen ja kuljetuspalveluiden järjestäjien kanssa, jolloin kuljetus ravintolaan voidaan myöntää edullisemmin ja joustavammin senioriasiakkaille. Uusia soveltamisen mahdollisuuksia saattaisi hyvin löytyä myös palveluseteli- tai sopimuslounastyypisistä yhteistyöstä julkisten organisaatioiden kanssa.

LÄHTEET

- Active aging: A policy framework 2002. [Verkkojulkaisu]. Geneva: World Health Organization. [Viitattu 8.12.2016]. Saatavana: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/67215/1/WHO_NMH_NPH_02.8.pdf
- Active and assisted living programme. ICT for aging well. Ei päivystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 8.12.2016]. Saatavana: <http://www.aal-europe.eu/>
- AGE Platform Europe. Ei päivystä. [Verkkosivu]. [Viitattu 8.12.2016]. Saatavana: <http://www.age-platform.eu/>
- Clark, L. P., Johnston, R. & Shulver, M. 2000. Exploiting the service concept for service design and development. Teoksessa: J. A. Fitzsimmons & M. J. Fitzsimmons (Eds.). New service development: Creating memorable experiences. Thousand Oaks: Sage Publications, 71-91.
- Donghee, K. & SooCheong, J. 2015. Cognitive decline and emotional regulation of senior consumers. *International journal of hospitality management* 44, 111-119.
- Edvardsson, B., Gustafsson A., Johnson M. D. & Sandén B. 2000. New service development and innovation in the new economy. Lund: Studentlitteratur.
- Fu, Y. & Parks, S. 2001. The relationship between restaurant service quality and consumer loyalty among the elderly. *Journal of hospitality & tourism research* 25, 320 – 336.
- Ghiselli, R. F., Lee, J. & Almanza, B. A. 2014. Foodservice design: Assessing the importance of physical features to older consumers. *Journal of foodservice business research* 17, 323-335.
- Global age-friendly cities: a guide. 2007. [Verkkojulkaisu]. Geneva: World Health Organization. [Viitattu 8.12.2016]. Saatavana: http://www.who.int/ageing/publications/Global_age_friendly_cities_Guide_English.pdf?ua=1
- Growing the European Silver Economy: Background paper. 2015. [Verkkojulkaisu]. European Commission. [Viitattu 8.12.2016]. Saatavana: <http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/active-healthy-ageing/silvereco.pdf>
- Hyvä yhteiskunta kaikenikäisille: Valtioneuvoston tulevaisuusselonteko väestökehityksestä, väestöpolitiikasta ja ikärakenteen muutokseen varautumisesta. 2004. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia. Valtioneuvoston kanslian julkaisusarja 27/2004.
- Joukkoruokailun kehittäminen Suomessa. 2010. Joukkoruokailun seuranta- ja kehittämistyöryhmän toimenpidesuositus. Helsinki: Sosiaali- ja terveysministeriö. Sosiaali- ja terveysministeriön selvityksiä 11.
- Jämsen, A. (toim.) 2013. Ikäosaava yritys. Ikäosaamista pohjoiskarjalaiseen asiakaspalveluun. Joensuu: Karelia-ammattikorkeakoulu. Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisuja B 10.

- Jämsen, A. ja Kukkonen, T. (toim.) 2014. Ikäosaamista yrityksille. Teoksessa: A. Jämsen & T. Kukkonen (toim.) *Ikä! Moninainen ikäosaaminen*. Joensuu: Karelia-ammattikorkeakoulu. Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisuja B 24, 62-83.
- Karisto, A. 2008. *Satumaa: Suomalaiseläkeläiset Espanjan Aurinkorannikolla*. Helsinki: Suomalaisen Kirjallisuuden Seura.
- Knutson, B. J. & Patton, M. E. 1993. Restaurants can find gold among silver hair: Opportunities in 55+ market. *Journal of hospitality and leisure marketing* 1 (3), 79 – 90.
- Kohijoki, A.-M. 2013. Onko kauppa kaukana? Päivittäistavarakaupan palvelujen saavutettavuus Turun seudulla – ikääntyvien kuluttajien näkökulma. Turku: Turun kauppakorkeakoulu. Turun kauppakorkeakoulun julkaisuja. Sarja A 15.
- Koskinen S. 2004. Ikääntyneiden voimavarat. Teoksessa: *Ikääntyminen voimavarana. Tulevaisuusse-lonteon liiteraportti 5*. Helsinki: Valtioneuvoston kanslia. Valtioneuvoston julkaisusarja 33, 24-90.
- Koistinen, K. & Tuorila, H. 2008. Millainen on hyvä elinympäristö: Asukkaiden näkemyksiä elinympäristöstä, asumisesta ja palveluista eri elämänvaiheissa. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. Kuluttajatutkimuskeskus julkaisuja 9.
- Kälviäinen, K. & Ekroos, T. 2014. Käyttäjälähtöisyys ikäihmisten palvelujen kehittämisessä. Teoksessa: A. Jämsen & T. Kukkonen (toim.) *Ikä! Moninainen ikäosaaminen*. Joensuu: Karelia-ammattikorkeakoulu. Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisuja B 24, 74-83.
- Kärnä, U. & Purmonen, P. 2014. Ikäihminen asiakkaana. Teoksessa: A. Jämsen & T. Kukkonen (toim.) *Ikä! Moninainen ikäosaaminen*. Joensuu: Karelia-ammattikorkeakoulu. Karelia-ammattikorkeakoulun julkaisuja B 24, 68-73.
- L 28.12.2012/980. Laki ikääntyneen väestön toimintakyvyn tukemisesta sekä iäkkäiden sosiaali- ja terveyspalveluista.
- Lahue, P. 2000. The new mature market, *Restaurant hospitality* 84 (1), 51-56.
- Laslett, P. 1989. *A fresh map of life: The emergence of the third age*. London: Weidenfield and Nicolson.
- Mager, B. 2009. Service design as an emerging field. Teoksessa: S. Miettinen & M. Koivisto (Eds.) *Designing services with innovative methods*, 28-42. Kuopio: Kuopio Academy of Design.
- Miettinen, S. & Koivisto, M. (toim.) 2009. *Designing services with innovative methods*. Kuopio: Kuopio Academy of Design.
- Mikkola, T., Heitto, M. & Rahikka, A. 2015. *Palvelualueet ikääntyneiden asumisen kehittämisessä*. Teoksessa: R. Hynynen (toim.) *Palvelualueen ja ikäystävällisen asuinalueen kehittäminen*. Helsinki: Ympäristöministeriö. Ympäristöministeriön raportteja 5.
-

- Myung, J. K., Choong-Ki L., Woo, K. & Joung-Man, G. K. 2013. Relationships between lifestyle of health and sustainability and healthy food choices for seniors. *International journal of contemporary hospitality management* 24 (4), 558-576.
- Perttula, K., Eromäki, H., Kaukonen, R., Nissinen, K., Peltoniemi, A. & Hopia, A. 2015. Kropsua, hunajaa ja puutarhan tuotteita: Ruokakulttuuri osana ikäihmisten hyvää elämää. [Verkkojulkaisu]. Seinäjoki: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Seinäjoen ammattikorkeakoulun julkaisusarja B. Raport-teja ja selvityksiä 95. [Viitattu 8.12.2016]. Saatavana: <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/87436/B95.pdf?sequence=1>
- Ravitsemussuositukset ikääntyneille. 2010. [Verkkojulkaisu]. Valtion ravitsemusneuvottelukunta. Helsinki: Edita. [Viitattu 8.12.2016]. Saatavana: <https://gery-fi-bin.directo.fi/@Bin/5e00100d3dc64fcaaf5bff544e67007b/1484555893/application/pdf/175539/Ravitsemussuositukset%20ik%C3%A4%C3%A4ntyneille.pdf>
- Shank, M. D. & Nahhas, F. 1994. Understanding the service requirements of the mature market. *Journal of restaurant & food service marketing* 1 (2), 23 – 43.
- Suominen, M. 2014. Muistisairaana ravitseminen. Teoksessa: M. Hallikainen, R. Mönkäre, T. Nukari & M. Forder (toim.) Muistisairaana kuntouttava hoito. Helsinki: Duodecim, 243-251.
- Terveyskirjasto. 4.7.2008. Ikäihmisten määrä Suomessa. Lääkärikirja Duodecim kuvat. [Verkkosi-vu]. [Viitattu 8.12.2016]. Saatavana: http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=tea00026
- Tuorila, H. & Järvelä, K. 2012. Ikääntyvien näkemyksiä hyvästä aterista ja ateriapakkauksesta. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä 139.
- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Väestöennuste. [Verkkojulkaisu]. 2015, Liitetäulukko 1. Väestö ikäryhmittäin koko maa 1900–2060 (vuodet 2020–2060: ennuste). Helsinki: Tilastokeskus. [Viitattu: 8.12.2016]. Saatavana: http://www.stat.fi/til/vaenn/2015/vaenn_2015_2015-10-30_tau_001_fi.html
- Välikangas, K. 2009. Yhteisöllisyyttä, laatua ja vaihtoehtoja: Ikääntyneiden välimuotoisen asumisen ratkaisuja Ruotsissa, Norjassa, Tanskassa ja Hollannissa. Helsinki: Ympäristöministeriö. Suomen ympäristö 13/2009.
- Yamanaka, K., Almanza, B. A., Nelson, D. C. & DeVaney, S. A. 2003. Older Americans' dining out preferences. *Journal of food service business research* 6 (1), 87 – 103.
- Ympäristöministeriö. 2013. Ikääntyneiden asumisen kehittämisohjelma vuosille 2013–2017.



Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua -hanke

Hyvä seniori,

Miten tapaat ruokailla päivittäin? Aterioitko mieluiten kotona vai käytkö aterioimassa kodin ulkopuolella. Millaisia kokemuksia, ajatuksia tai toiveita Sinulla seniorina on kodin ulkopuolella aterioinnista? Miten visioisit senioripalveluiden tulevaisuutta tästä näkökulmasta? Miten kehittäisit esimerkiksi kaupallisia lounas- ja ravitsemispalveluita seniorinäkökulmasta?

Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua-hankkeessa haluamme kuulla Sinun kokemuksiasi näistä asioista. Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua (Senioriateria) -hanke on Seinäjoen ammattikorkeakoulun toteuttama hanke, jonka tavoitteena on kehittää uudenlaisia senioriruokailun toimintamalleja yhteistyössä kaupallisten, yhteisöllisten sekä julkisen sektorin toimijoiden kanssa.

Hanke muodostuu kolmesta kokonaisuudesta: 1) senioreiden toiveiden kartoittamisesta, 2) kaupallisten lounaspaikkojen nykyisten toimintamallien kartoituksesta sekä 3) kehittämistyöstä, jossa kehitetään uusia senioriystävällisiä palveluita ja liiketoimintamalleja senioriateriointiin.

Toivommekin, että voimme kuulla Sinun kokemuksiasi ja toiveitasi senioreille tarjolla olevista kaupallisista ruokailumahdollisuuksista ja kodin ulkopuolella aterioinnista. Kaikki vastaukset ovat luottamuksellisia. Haastateltavien henkilöllisyys ei tule ilmi missään vaiheessa tutkimusta. Osallistuessasi pääset vaikuttamaan ja tuomaan esiin omia näkemyksiäsi senioreille suunnatuista palveluista. Jos Sinulla on kysymyksiä tai haluat lisätietoja hankkeesta, voit ottaa yhteyttä hankkeen projektipäällikköön Katriina Pertulaan (puhelin 040- 830 2153). Vastaamme mielellämme kysymyksiisi.

Yhteistyöterveisin

Katriina Pertula
Projektipäällikkö
katriina.pertula@seamk.fi
040 -830 2153



Vipuvoimaa
EU:lta
2007-2013



Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua – Seniorikartoitus

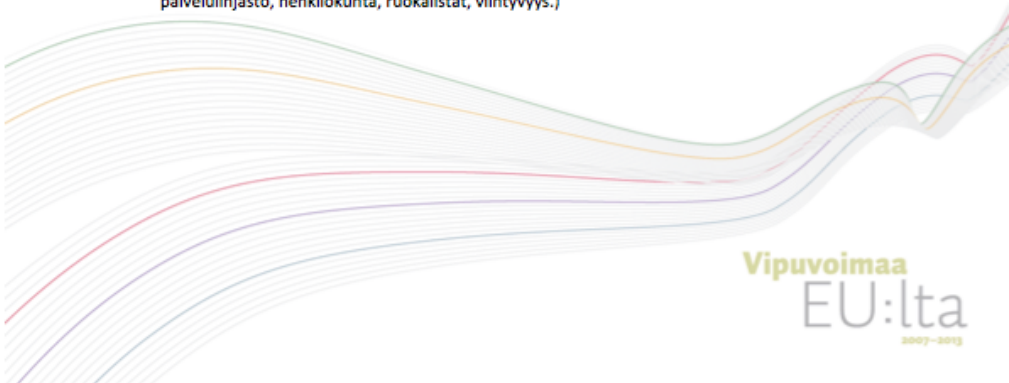
1. Miten usein aterioit kodin ulkopuolella?

2. Mitä kautta saat tietoa itsellesi sopivista ateriointimahdollisuuksista kodin ulkopuolella?

3. Millaiset tekijät vaikuttavat omiin kodin ulkopuolella aterioinnin mahdollisuuksiisi?
(toimintakyky, etäisyydet, kulkuvälineet, mahdollisuudet apuun kodin ulkopuolella, taloudellinen tilanne, aiemmat tottumukset)

4. Mikä on mielestäsi sopiva lounasaterian hinta? Paljonko aterian tulisi mielestäsi maksaa, että voisit ajatella aterioivasi kodin ulkopuolella suhteellisen säännöllisesti tai usein?

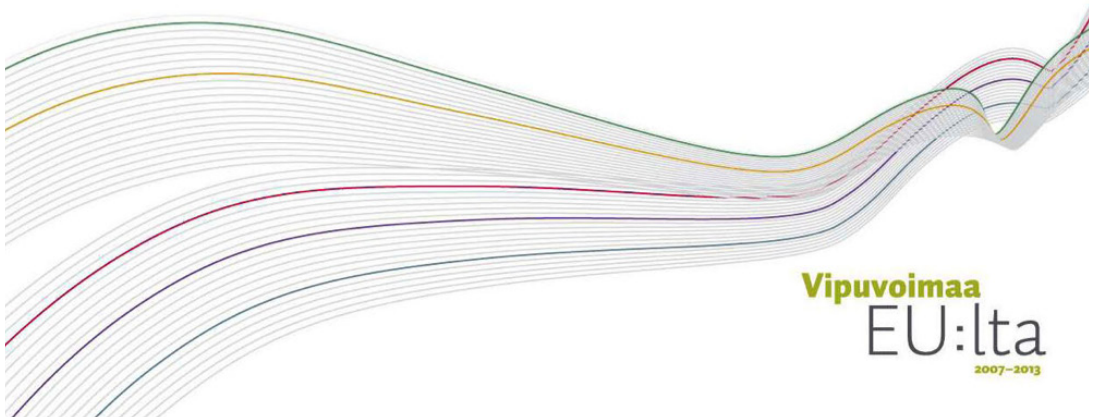
5. Miten senioreiden kodin ulkopuolella aterioinnin mahdollisuuksia tulisi mielestäsi kehittää?
Millaisia toiveita Sinulla on esimerkiksi erilaisten kaupallisten toimijoiden (kuten ravintoloiden ja lounaskahviloiden) tarjoamista ruokapalveluista ja niiden kehittämisestä?
(päivittäisateriointi, senioreille suunnatut teemalliset ryhmälounaat - aterian hinta, esteettömyys, palvelulinjasto, henkilökunta, ruokalistat, viihtyvyys.)





Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua – Seniorikartoitus

1. Millaiset asiat ovat itsellesi tärkeitä päivittäisessä ruokailussa?
2. Kuinka usein aterioit kodin ulkopuolella?
3. Mistä saat tietoa tarjolla olevista ruokailuun liittyvistä kaupallisista palveluista ja ateriointivaihtoehdoista?
4. Mitkä asiat vaikuttavat omalla kohdallasi kodin ulkopuolella ateriointiin?
(esimerkiksi tottumukset, etäisyydet, kulkuvälineet, toimintakyky, taloudellinen tilanne)

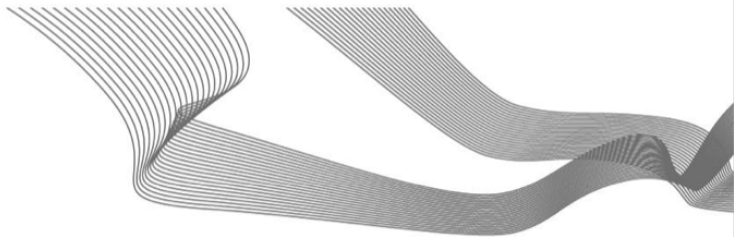


Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013

5. Mikä on mielestäsi sopiva aterian hinta?

6. Miten lounaskahviloiden ja –ravintoloiden palveluita voitaisiin kehittää eläkeläisväestön näkökulmasta?

7. Vapaa sana: Mitä muuta haluaisit aiheeseen liittyen sanoa?





1. Mies Nainen Ikä? _____

2. Mikä saa sinut lähtemään kauppakeskukseen?

- Miten usein käynte kauppakeskuksessa? (säännöllisesti, usein, silloin tällöin jne.)

3. Kuvaile, millaista on mielestäsi onnistunut asiointi kauppakeskuksessa? Kuvaa jokin oikein onnistunut asiointikerta

4. Millaisia ruokaan liittyviä palveluja haluaisit saada yleisesti ottaen?

5. Kuvaile, millaista asioita toivoisit aterialta tai yleensä lounaspalveluilta lounasravintolassa? Mitä se mielestäsi saisi maksaa?

6. Kuvaile jokin kokemasi onnistunut ruokailuhetki jossakin lounasravintolassa?

7. Mitä toivotte käsiteltävän Prisman teemapäivillä?

Vipuvoimaa
EU:lta
2007-2013



VASTAUSLOMAKE

Keräämme senioreiden ajatuksia lounaspalveluista.
Kuvaille, mitä ajatuksia seuraavat sanat herättävät sinussa?
Alleiviivaa vaihtoehtoista se, joka on itsellesi mieluisin.

Vastaamalla osallistut lounaslippujen arvontaan. Arvontaa varten pyydämme jättämään nimen ja puhelinnumeron erillisellä lomakkeella.
Ikä _____ Sukupuoli _____

Arvioitavat sanat:

1) MONIPUOLINEN LOUNAS

2) EDULLINEN LOUNAS (KERRO MYÖS HINTAHAARUKKA)

3) PUNNITTAVA LOUNAS – HINTA RUOAN PAINON
PERUSTEELLA

4) KODINOMAINEN LOUNAS

5) OHJELMALLINEN LOUNAS

6) JUHLAVA LOUNAS



Hyvä lounastoimija!

Käykö toimipaikassanne seniori-ikäisiä asiakkaita? Oletteko koskaan pohtineet palveluita kehittäessänne seniorinäkökulmaa? Seniorit on kasvava asiakas- ja kuluttajaryhmä, joka tulevaisuudessa tarvitsee ja käyttää yhä enemmän palveluita. Kartoitamme Seinäjoen ammattikorkeakoulussa etelä-pohjalaisien ravitsemisliikkeiden kokemuksia senioreista asiakkaina ja erityyppisten ravitsemisliikkeiden käytäntöjä ja palveluita seniori-ikäisille. Selvitys on osa *Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua* -hanketta, jossa olemme päätoteuttajana. Hanketta rahoittaa Euroopan unionin aluekehitysrahasto. Toivomme, että teiltä liikenee aikaa vastata kyselyymme. Aikaa tähän menee vain noin 10 minuuttia. Kaikki vastaukset käsitellään nimettöminä. Toivomme saavamme vastaukset 8.5. mennessä.

Hankkeessa kokoamme myös lounastoimijaverkostoa, jossa kehitetään palveluita senioreille. Mukana on jo useita lounastoimijoita Etelä-Pohjanmaalta. Myös teillä on mahdollisuus liittyä kehittäjäverkostoon. Halutessanne voitte ilmoittautua mukaan sähköpostilla hankkeen projektipäällikölle Katariina Pertturalle, jolta voitte kysyä myös lisätietoa hankkeesta (katariina.perttula@seamk.fi tai puh. 040-830 2153).

Aurinkoisin yhteistyöterveisin,

Katariina Perttula
projektipäällikkö
pt. tuntiopettaja
SeAMK
Sosiaali- ja terveysala
PL 158
60101 Seinäjoki
puh. 040 830 2153

Hillevi Eromäki
projektityöntekijä
lehtori
SeAMK
Elintarvike ja maatalous
PL 412
60101 Seinäjoki
puh. 040 830 2281

Kaija Nissinen
projektityöntekijä
yliopettaja
SeAMK
Elintarvike ja maatalous
PL 412
60101 Seinäjoki
puh. 040 830 4207

Vipuvoimaa
EU:lta
2007-2013



TAUSTATIEDOT

1. Missä toimipaikkanne sijaitsee?

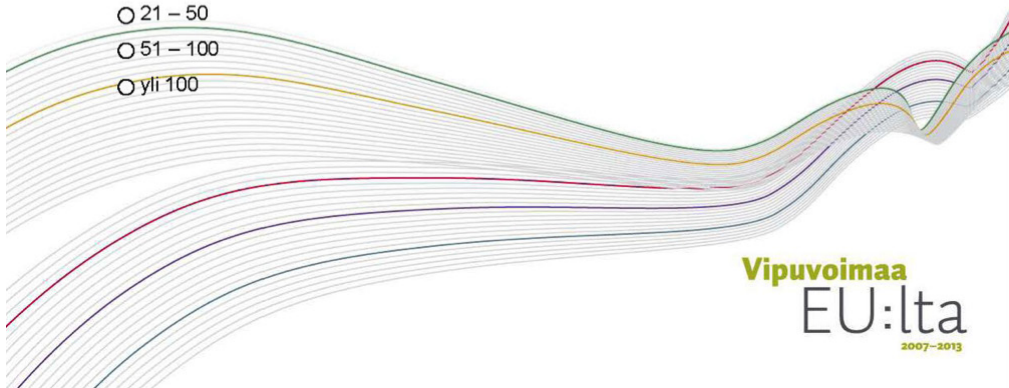
- kaupungin ydinkeskustassa
- taajamassa kaupungin liepeillä
- maaseutumaisessa taajamassa
- haja-asutusalueella

2. Mikä on toimipaikkatyyppi, jossa työskentelette? *

- lounaskahvila
- lounaskahvila/ravintola, jonka yhteydessä huoltoasema
- lounasravintola/ravintola
- pizzeria
- henkilöstöravintola
- yleishyödyllinen yhdistys tai muu toimija
- muu, mikä _____

3. Kuinka monta asiakaspaikkaa toimipaikassanne on? *

- 0 – 20
- 21 – 50
- 51 – 100
- yli 100



Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

4. Toimipaikkanne pääasialliset asiakkaat: *

5. Onko toimipaikassanne *

- pöytiintarjoilu
- itsepalvelulinjasto (henkilökunta annostelee ruoan)
- itsepalvelulinjasto (asiakas annostelee ruoan itse linjastosta)
- muu, mikä? _____

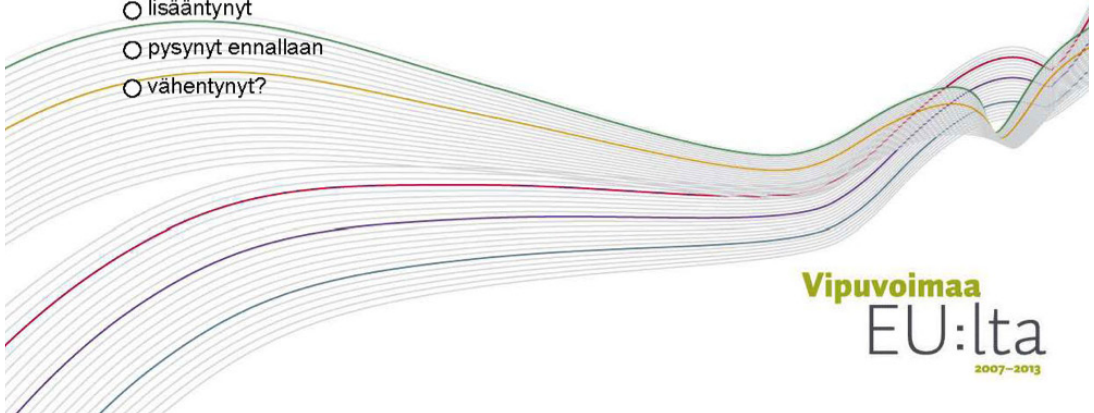
6. Lounasvaihtoehtojen määrät ja hinnat. Jos annatte seniorerille alennusta tai muun hintaedun, ilmoittakaa myös alennettu hinta tai etuus (myös kampanjat).

SENIORIT ASIAKKAINA

7. Arvioikaa kuinka monta prosenttia toimipaikkanne asiakkaista on senioreita? *

8. Onko senioreiden osuus asiakkaista viime vuosina *

- lisääntynyt
- pysynyt ennallaan
- vähentynyt?



Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013



9. Mihin aikaan päivästä seniorit tavallisimmin asioivat toimipaikassanne? (voitte valita korkeintaan kaksi vaihtoehtoa) *

- ennen klo 10.30
- klo 10.30 – 12.00
- klo 12.00 – 13.30
- klo 13.30 jälkeen

10. Onko senioriasiakkaissa *

- enemmän naisia
- enemmän miehiä
- suunnilleen yhtä paljon miehiä ja naisia?
- en osaa arvioida

11. Asioivatko seniorit toimipaikassanne yleensä (voitte valita enintään kaksi vaihtoehtoa) *

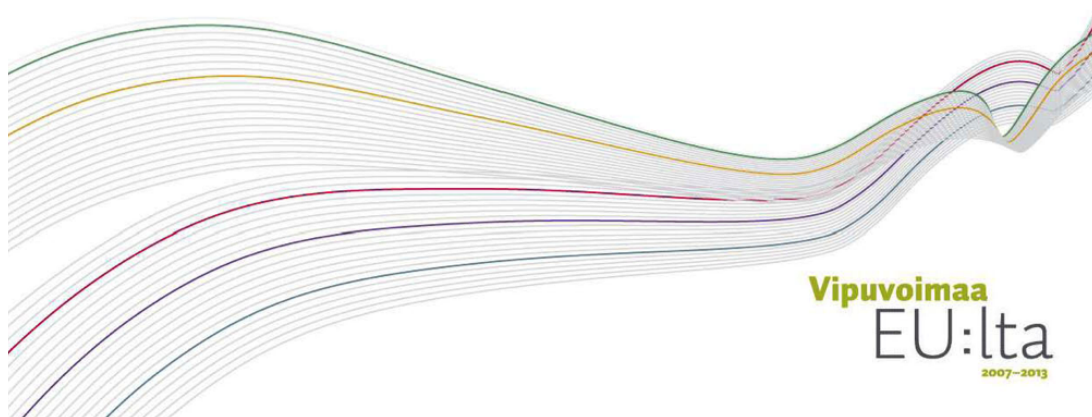
- yksin
- pariskuntina
- seniori toisen iäkkään seurassa
- senioriryhminä
- seniori nuoremman henkilön seurassa?
- en osaa arvioida

12. Miten muuten kuvailisitte tyypillistä seniori-ikäistä asiakastanne?

13. Mitä seniori-ikäiset asiakkaat tavallisesti ostavat (mainitkaa korkeintaan kolme vaihtoehtoa)

14. Miten seuraavat asiat toteutuvat toimipaikassanne? Valitkaa rastittamalla tilannetta mielestänne parhaiten kuvaava vastausvaihtoehto.

	Hyvin	Kohtalaisesti	Paljon kehitettävää
Toimipaikkaamme on helppo tulla pyörätuolilla/rollaattorilla.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiloissamme on helppo liikkua pyörätuolilla/rollaattorilla.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimipaikastamme löytyy pyörätuoli/rollaattori.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toimipaikassamme ei ole korkeita kynnyksiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
WC-tiloihin on helppo mennä ja niissä liikkua pyörätuolilla/rollaattorilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelulinjasto/asiakaspaidat ovat hyvin valaistuja.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokailutilassa ilmanvaihto on hyvä ja ilma raikas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakaspalvelutilat ovat viihtyisät.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruokailutila on siisti ja puhdas.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnalla on mahdollisuus avustaa asiakasta.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökuntaa on koulutettu iäkkään henkilön palveluun.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Palvelu on ystävällistä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

15. Millainen on ruokailutilanteen ympäristö ja äänimaailma yleisimmin? Valitkaa yritystänne parhaiten kuvaava vaihtoehto:

- rauhallinen ympäristö ja hiljainen äänimaailma
- leppoisaa ihmisvilinää ja puheensorinaa
- ajoittain ruuhkainen

16. Mitä palveluja toimipaikassanne on saatavilla? *

	Kyllä	Tarvittaessa	Ei
Pöytiintarjoilu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Senioreille suunnatut teemalliset ruokailut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seniorialennukset (esim. eläkeläiskortilla)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pöytiin avustaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valmisannoksia tarjolla kotiin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruoka-annosten kotiinkuljetus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pienemmät ja edullisemmat annokset seniori-ikäisille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Muu, mikä _____	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Millaisten tekijöiden ansiosta arvioitte senioreiden asioivan juuri teidän toimipaikassanne? (Valitkaa enintään kolme vaihtoehtoa) *

- senioreille mieluisa ruoka
- edullinen hinta
- seniorit huomioiva palvelu
- hyvä hinta-laatu- suhde
- asiakastilojen esteettömyys
- senioreille sopiva sijainti/helppo saavutettavuus
- maine ja imago senioreiden keskuudessa
- seniorialennukset
- ryhmille suunnatut ryhmälounaat
- muu, mikä _____
- seniorit eivät kuulu asiakaskuntaamme

Vipuvoimaa
EU:lta
2007-2013



Euroopan unioni
Euroopan aluekehitysrahasto

18. Millaisia ruokailuun liittyviä tarpeita tai vaatimuksia senioreilla on?

TOIMINNAN KEHITTÄMINEN JA PERIAATTEET

19. Jos mietitte yrityksessänne palveluiden kehittämistä senioreille,

- visioikaa, miten voisitte kehittää palveluja:

- mitkä asiat estävät kehittämistä:

- millaisesta lisätiedosta tai koulutuksesta hyötyisitte:

20. Muuta sanottavaa aiheesta:

LÄMMIN KIITOS VASTAUKSESTANNE JA AURINKOISTA KEVÄTTÄ!

Vipuvoimaa
EU:lta
2007–2013



TIEDOT SENIORIALENNUKSISTA

Keräämme tietoja seniorialennuksista Etelä-Pohjanmaalla julkaistavaksi oppaana. Jos haluat oman toimipaikkasi tiedot mukaan, täytä ilmoita seuraavat tiedot :

Yrityksen nimi:

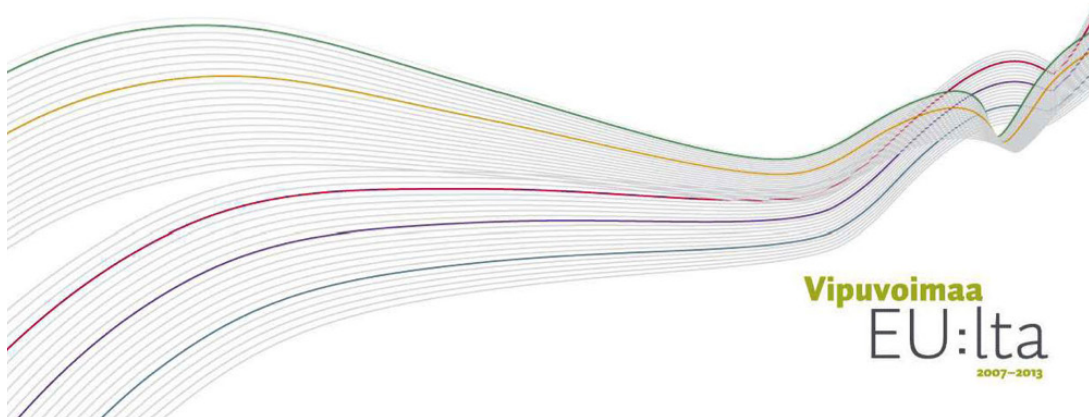
Osoite:

Puhelin:

Sähköposti/www.sivut:

Seniorialennus:

Voit lähettää tiedot joko sähköpostitse osoitteeseen katriina.pertula@seamk.fi tai kirjeitse osoitteeseen Senioriaterioista liiketoimintaa ja elämänlaatua hanke/ Katriina Perttula, SeAMK Sosiaali- ja terveysala, Keskuskatu 32 E, 60101 Seinäjoki.



Taulukko 1. Kodin ulkopuolella aterioinnin tiheys

Kodin ulkopuolella aterioinnin tiheys	vastausten lukumäärä			Yhteensä
	Hopeatila Eläkeliitto	75-vuotiaat		
1-2 krt/ viikko	17	2	16	35
Harvoin	8	5	9	22
1-2 krt/ kk	2	2	15	19
Satunnaisesti/silloin tällöin	10	2	1	13
Muutaman kerran/ vuosi		8	5	13
2-4 krt/kk	3	1	8	12
Melko usein / usein	3	2	1	6
3-5 krt/ viikko	2	2	1	5
Ei lainkaan	2	3		5
Erikoistilanteissa		3		3
2-3 krt/ vko		2		2
Ei vastausta	4	6	2	12
Yhteensä	51	38	58	147

Taulukko 2. Kodin ulkopuolella ateriointiin vaikuttavat seikat

Tekijä	Mainintojen lukumäärä			Yhteensä
	Hopeatiistai	Ikäkeskus	Eläke-	
Liikkumiseen ja etäisyyksiin liittyvät tekijät	13	7	31	51
Hinta/rahatilanne	7	5	14	26
Aiemmat tottumukset	-	11	10	21
Vaihtelu, virkistys, viihtyminen, mielenkiinto	10	3	6	19
Maukas ateria (suomalainen kotiruoka)	7	6	3	16
Seura (läheiset/ lasten kanssa/muiden senioreiden tapaaminen)	4	3	7	14
Ruokapaikan siisteys/ miellyttävä ympäristö	3	2	7	12
Jaksaa keittää itse	1	5	4	10
Kaupungilla asiointi	3	2	4	9
Hinta-laatusuhde	-	2	3	5
Ei jaksaa keittää itse/ helppous	1	-	4	5
Laatu	2	-	2	4
Esteettömyys	2	1		3
Ruokavalio	2	-		2
Lounasajat 11-13 turhan varhain	2	-		2
Ateriapalvelu	2	-		2
Kokeilunhalu	-	-	2	2
Mieliala	1	-	1	2
Palvelu	-	-	1	1
Oheisohjelma	1	-		1
Sää	1	-		1
Ikävät kokemukset		1		1
Yksinasuminen/ leski			1	1

Liikkumiseen ja etäisyyksiin liittyvät tekijät eriteltynä Hopeatiistai: Kohtuullinen matka 7, Matkat 3, Kyyti/ liikkuminen/ hankalat matkat 4, Oma auto 3, Bussiliikenne 1, Parkkipaikka 1, Ei autoa

Taulukko 3. Mitkä asiat tärkeitä ruokailussa – Eläkeliiton vastaukset

Monipuolisuus/vaihtelevuus	18
Terveellisyys	11
Maku	6
Kohtuullinen hinta	4
1-2 lämmintä ateriaa päivässä	4
Säännöllisyys	2
Kotiruoka	2
pienet annokset	1
riittävät annokset	1
riittävästi aikaa	1
juttutuokio	1
palvelu	1
siististi esillä	1
etäisyydet	1

Erilaisia ruokaan liittyviä määreitä: Kotimaisuus 1, ravitsevaa 2, kasviksia 2, ei kovia rasvoja 1, kalaa 2, marjoja 1, tuoreus 2, kana 1, peruna 2, salaatteja 2, keveys 2, jälkiruoka 1, lähiruokaa, makkaraa 1

Taulukko 4: Onnistunut ateriahetki ravintolassa - vaikuttavat asiat (Prismassa toteutettu ovensuukysely)

Kriteeri	lukumäärä/ Prisma
Hyvä ruoka	15
Hyvä palvelu	14
Ruokarauha/ rauhallisuus/ ei liikaa melua	12
Hyvä seura/ läheiset ihmiset	8
Ruokailuympäristöön liittyvät tekijät	11
Kaunis kattaus (4)	
Miellyttävä ympäristö/ kalusteet (4)	
Puhtaus (2)	
kodinomaisuus (1)	
Vatsa täyttyy	3
Juhlapäiviin liittyvä ateriointi	3
Ruokaan liittyviä yksilöityjä kriteereitä:	6
tuoretta (1), kotimaista (1), monipuolista (1), tavallista kotiruokaa (1) salaattit (1), ruoka lämmin (1)	
valinnanvapaus/ riittävä valikoima	2

Muita mainintoja; Itsepalvelu, ei tarvitse odottaa, saa tulla valmiille, sopivasti porukkaa, savuton, syntymäpäivätarjoukset, suosittelu.

Taulukko 5: läkkäiden ilmaisemia kehittämisideoita seniorinäkökulman kehittämiseen lounaspalveluista:

Kehittämisideat	Mainintojen lukumäärä/ idea			Yhteensä
	Hopeatiistai	Ikäkeskus	Eläkeliitto	
Hinnan edullisuus/ alennukset/yhtenäiset alennukset	8	4	11	23
Palvelu (sis. hitauden sietäminen, pöytiin auttaminen, suhtautuminen iäkkäisiin)	1	3	9	11
Mahdollisuuksia löytyy hyvin	4	4	1	9
Tavallista kotiruokaa	3	4	2	9
Viihtyisyys (puitteet)	-	4	5	9
Slisteys	-	4	5	9
Ruoan laatuun ja vaihtelevuuteen satsaaminen	2	1	3	6
Lähiiruokaa/ kotimaista	4	-	2	6
Lounasmahdollisuuksia viikonloppuisin		1	5	6
Kaikenikäisiä asiakkaita	-	4	1	5
Lehti-ilmoituksia/ alennuskyltti esille	2	-	3	5
Esteettömyys (liukas rollaattorille, tilaa liikkua)			5	5
Kulkemisen mahdollisuudet/ Helppo paikka mennä	2	-		2
Tietoa kotiin mahdollisuuksista	1	1		2
Teemaruokailu/teemaviikkoja/ohjelmaa		2		2
Eläkeläistunti (esim. 13-14)			2	2
Lounaskortit			3	3
taustamusiikkia/ ei taustamusiikkia			2	2
Tiedotus			2	2
Kauniit astiat			2	2
Noutopöydässä tarjottavaa riittävästi			1	1
Lämmin ruoka lämmintä			1	1
Hinta ja laatu kohdilleen	1	-	1	2
lääkille sopiva ruoka	1	-		1
Ruokavaliokysymykset/ allergiat	1	-	1	2
Kotiinkuljetus			3	3
En osaa sanoa	9	2	7	18
Ei vastauksia	16	7	10	33

Yksittäisiä kommentteja: monipuolinen salaattipöytä, pöytiin tarjoilu, take-away, lounaspaikat pidempään auki, uusille asiakkaille kerrotaan miten lounaspaikassa toimitaan, esteettömyys, ateriapalvelu on heikentynyt.

Taulukko 6: Tiedon saantikanavat ateriointimahdollisuuksista

Tiedonsaantikanava	Lukumäärä			Yhteensä
	Hopeatiilistai	75-vuotiaat	Eläkeliitto	
Lehdistä	14	16	35	65
Muilta iäkkäiltä, sukulaisilta, ystäviltä	22	14	14	50
Mainoksista/ esitteistä	1	6	19	26
Netistä	1	7	15	23
Aiemmat kokemukset	7	5	3	15
Ruokalista lounaspaikan seinässä/ katumainokset/kaupassakäynnin yhteydessä		2	4	6
Sosiaali- terveydenhuollon ammatillaiset	2	-	-	2
En mitenkään	1	1	-	2

Taulukko 6: Sopiva hinta lounaalle

Hinta	Lukumäärä/ Prisma	Eläkeliitto + ikä- keskus	Komiat Karkelot	Yhteensä
Alle 10 euroa	6	14	11	31
4/5- 6/7 euroa	7	12	8	27
5-8 euroa	2	13	3	18
5- 9/10 euroa		7	6	13
7-8 euroa	2	7	2	11
6- 8,5		4	5	9
8- 9	6	2		8
8- 15 euroa			5	5
Hintataso ok	3			3
2,5		1		1
Oikeudenmukainen	1			1
Halpa	1			1

Taulukko 7: Komiat karkelot - Mieluisin lounaspalvelukonseptin ensisijainen määre

Lounaspalvelukonsepti	vastausten lukumäärä
Kodinomainen lounas	21
Monipuolinen lounas	17
Edullinen lounas	17
Juhlava lounas	7
Ohjelmallinen lounas	5
Punnittava lounas	3

Lounastoimijakyselyvastaukset

Liite 9

Taulukko 1. Toimipaikan sijainti

Sijainti	Toimipaikkojen määrä, kpl
Kaupungin ydinkeskustassa	18
Maaseutumaisessa taajamassa	12
Taajamassa kaupungin liepeillä	11
Haja-asutusalueella	3

Taulukko 2. Toimipaikan pääasialliset asiakkaat

Asiakasryhmä	Mainintojen määrä
Seniori-ikäiset, eri tavoin ilmaistuna	13 = 32 % toimipaikoista
Työssäkäyvät, niin toimihenkilöitä, ns. työmiehiä ja autoilijoita ym.	9
Matkailijat ja muut ohikulijat	7
Kaikenlaisia, kaiken ikäisiä	4
Senioriryhmät	3
Kaikenlaisia ja kaikenikäisiä	useita mainintoja
Hotelli- ja kuntoutusvieraita, golfaajia, ryhmämatkalaisia, opiskelijoita, urheilijoita, paikkakuntalaisia, juhla- ja kokousasiakkaita jne.	yksittäisiä tai muutamia mainintoja

Taulukko 3. Senioriasiakkaiden määrä prosenteissa kaikista asiakkaista

Senioriasiakkaiden määrä prosenteista kaikista asiakkaista	Lounastoimijoiden lukumäärä
Senioriasiakkaita 5 %- 10 %	18
Senioriasiakkaita 10% - 20%	8
Senioriasiakkaita 30%- 40%	7
Alle 5 %	6
Yli 40 %	3
Ei osaa sanoa	1

Taulukko 4. Senioreiden tavallisin asiointiaika lounasravintolassa

Ajankohta	Toimipaikkoja, kpl
Klo 10.30 – 12.00	21
Klo 12.00 – 13.30	17
Klo 13.30 jälkeen	11
Ennen klo 10.30	5

Taulukko 5. Miten muuten kuvailisitte tyypillistä seniori-ikäistä asiakastanne? (avoin kysymys)

Ilmaisu	Lukumäärä
Hyväkuntoinen/ terve	6
Seniorit ryhminä	6
Asiointireissulla tai jonkin harrastuksen/aktiviteetin yhteydessä	5
Aktiivinen/ virkeä	4
Sosiaalinen	4
Hyväntuulinen/ tavallista tyytyväisempi	4
Yksin asuvat	4
Muun sukulaisen, tuttavän kanssa	3
Tarkalla eurolla	3
Miespuolinen asiakas	3
Lähialueella asuvia asiakkaita	2
lääkkeitä yhdessä tapaamisen merkeissä	2

Yksittäismainintoja: nauttii ulkona syömisestä, hyvin pukeutuneita, urheilullisia, nälkäisiä, joskus pyörätuoliasiakkaita, juuri eläkkeelle jääneitä, pariskuntia, juhlatilaisuuksia vietettäessä, kun ateriapalvelu heikentynyt, varaa ulkona aterioimiseen, vaativia, ohikulkevia matkailijoita-

Taulukko 6. Senioreiden asiointi toimipaikassa yksin vai seurassa: miten seniorit asiointi tavallisimmin toimipaikoissa

Asiointiseura	Toimipaikkoja, kpl
Pariskuntina	26
Yksin	16
Senioriryhminä	16
Seniori toisen iäkkään seurassa	12
Seniori nuoremman henkilön seurassa	3
En osaa arvioida	2

Taulukko 7. Palvelua ja esteettömyyttä parantavien tekijöiden toteutuminen toimipaikassa

Esteettömyyteen ja palveluun vaikuttava tekijä	Toteutuu hyvin	Toteutuu kohtalaisesti	Paljon kehitettävää
Toimipaikkaan helppo tulla pyörätuolilla	33	5	7
Tiloissa helppo liikkua pyörätuolilla/rollaattorilla	33	8	3
Toimipaikasta löytyy pyörätuoli/rollaattori	4	0	36
Tiloissa ei ole korkeita kynnyksiä	31	10	3
WC-tiloihin on helppo mennä ja niissä liikkua pyörätuolilla/rollaattorilla	32	8	5
Palvelulinjasto/ asiakaspaikat ovat hyvin valaistuja	35	8	2
Hyvä ilmanvaihto ja raikas ilma	38	7	0
Asiakaspalvelutilojen viihtyisyys	38	6	0
Ruokailutilan siisteys ja puhtaus	41	4	0
Henkilökunnan mahdollisuus avustaa asiakasta	26	18	1
Henkilökuntaa on koulutettu iäkkään henkilön palveluun	16	15	13
Palvelun ystävällisyys	44	1	0

Taulukko 8. Asiointia helpottavien ja muiden palvelujen saatavuus toimipaikoissa

Palvelu	Saatavissa	Saatavissa tarvittaessa	Ei ole
Pöytään tarjoilu	19	18	8
Senioreille suunnatut teemalliset ruokailut	4	15	26
Seniorialennus (esim. eläkeläiskortilla)	17	4	24
Pöytään avustaminen	18	23	4
Valmisannosten myynti kotiin	20	14	11
Ruoka-annosten kotiinkuljetus	3	2	40
Kooltaan pienemmät ja edullisemmat annokset senioreille	6	12	27

Taulukko 9. Millaisia ruokailuun liittyviä tarpeita tai vaatimuksia senioreilla on?

Esitetty tarve tai toive	Mainintojen määrä
kotiruoka	6
pöytään vienti tai muu avustaminen	6
edullinen hinta	3
pienet annokset	3
maistuvaa, monipuolista	2
ei liian mausteista	2
helposti purtavaa	1
mahdollisuus ostaa ruokaa kotiin	1
tuttuja ruokia	1
juomaksi maito	1
isot annokset	1
ei erityisiä tarpeita	7

Taulukko 10. Perusteet, miksi seniorit aterioivat lounaspaikassa - TOP3- perusteet lounaspaikan alueen mukaan

Kriteerit:
Ydinkeskusta:
1. Hyvä hinta-laatusuhde (12 vastausta)
Sopiva sijainti/ saavutettavuus (12 vastausta)
2. Mieluisa ruoka (11 vastausta)
3. Esteettömyys (8 vastausta)
Imago / maine senioreiden keskuudessa (8 vastausta)
Taajama kaupungin liepeillä
1. Hyvä hinta- laatusuhde (9 vastausta)
2. Esteettömyys (8 vastausta)
3. Edullinen hinta (7 vastausta)
Maaseutumainen taajama:
1. Mieluisa ruoka (10 vastausta)
2. Hyvä hinta-laatusuhde (8 vastausta)
3. Edullinen hinta (7 vastausta)
Sijainti/ saavutettavuus (7 vastausta)
Haja-asutusalue:
1. Mieluista ruoka
2. Hinta-laatusuhde
3. Sijainti/ saavutettavuus

Taulukko 11. Visioita senioripalveluiden kehittämiseksi

Visio	Lukumäärä
Seniorialennukset	6
Kotiinkuljetus	4
Teemapäivä/ yhteisruokailu	4
Markkinointi	3
Tuotteiden suuntaaminen senioreille	2

Yksittäisajatuksia mm.: Konstailematon monipuolinen ruoka, aterioiden valmistaminen suuremmille ryhmille, gluteenittomien ja laktoosittomien valikoiman laajentaminen, uusi linjasto, senioreiden palveluodotukset samanlaisia kuin muidenkin asiakasryhmien.

Taulukko 12. Seniorinäkökulman kehittämistä estävät tekijät

Tekijä	Lukumäärä
Kilpailutilanne/ kustannustehokkuuskysymys	4
Kiire/ ruuhkaisuus	4
Keittiön resurssit, laitekapasiteetti tai lounaspaikan tilat	4
Henkilökunnan määrä	2
Ei esteitä	2
Tarvittavat kuljetusvälineet	2
Sijainti	2
Ei ole ajatellut asiaa/ ei osaa sanoa	2
Omavalvonta	1
Markkinointi	1
Ei yrityksen tärkein asiakassegmentti	1

KONSEPTIEN RAKENTAMINEN

Liite 10

KONSEPTIT	
KONSEPTIN OSAT IHMISET (Ihmisten välistä kohtaamista ja palvelutyyliä kuvaavat seikat)	
PALVELUPROSESSI (Esim. kokonaisuuden organisointi, tarjoilutapa)	
FYYSISET PUITTEET (Tilojen/toimintaympäristön laatuun liittyvät seikat)	
ASIAKKAAN SAAMA ARVO (Syyt, miksi asiakkaan kannattaa mennä asioimaan? Mitä hyötyä konkreettisesti saa?)	

TUOTTEET (Ruoka, juomat, ohjelma, henkilökohtainen palvelu ym)	
MAINETEKIJÄT /HAVAINNOT Mikä on konseptin ydintä markkinointi- näkökulmasta /erottuvuustekijät? Mihin asioihin asiakas kiinnittää huomion?	
HINTA (Hintatasoa, hinnoittelua tai maksutapoja koskevat asiat)	
SAATAVUUS (Asiat, jotka vaikuttavat saatavuuteen; esim. parkkipaikat, aukioloajat, helppo sisäänpääsy, keskeinen sijainti jne)	
MARKKINOINTI (Tunnettavuus, viestisisältö, viestintämuodot ja -kanavat)	

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULUN JULKAISUSARJA - PUBLICATIONS OF SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

A. TUTKIMUKSIA - RESEARCH REPORTS

1. Timo Toikko. Sosiaalityön amerikkalainen oppi. Yhdysvaltalaisen caseworkin kehitys ja sen yhteys suomalaiseen tapauskohtaiseen sosiaalityöhön. 2001.
 2. Jouni Björkman. Risk Assessment Methods in System Approach to Fire Safety. 2005.
 3. Minna Kivipelto. Sosiaalityön kriittinen arviointi. Sosiaalityön kriittisen arvioinnin perustelut, teoriat ja menetelmät. 2006.
 4. Jouni Niskanen. Community Governance. 2006.
 5. Elina Varamäki, Matleena Saarakkala & Erno Tornikoski. Kasvuyrittäjyyden olemus ja pk-yritysten kasvustrategiat Etelä-Pohjanmaalla. 2007.
 6. Kari Jokiranta. Konkretisoituva uhka. Ilkka-lehden huumekirjoitukset vuosina 1970–2002. 2008.
 7. Kaija Loppela. ”Ryhmässä oppiminen - tehokasta ja hauskaa”: Arviointitutkimus PBL-pedagogiikan käyttöönotosta fysioterapeuttikoulutuksessa Seinäjoen ammattikorkeakoulussa vuosina 2005-2008. 2009.
 8. Matti Ryhänen & Kimmo Nissinen (toim.). Kilpailukykyä maidontuotantoon: toimintaympäristön tarkastelu ja ennakointi. 2011.
 9. Elina Varamäki, Juha Tall, Kirsti Sorama, Aapo Länsiluoto, Anmari Viljamaa, Erkki K. Laitinen, Marko Järvenpää & Erkki Petäjä. Liiketoiminnan kehittyminen omistajanvaihdoksen jälkeen – Casetutkimus omistajanvaihdoksen muutostekijöistä. 2012.
 10. Merja Finne, Kaija Nissinen, Sirpa Nygård, Anu Hopia, Hanna-Leena Hietaranta-Luoma, Harri Luomala, Hannu Karhu & Annu Peltoniemi. Eteläpohjalaisten elintavat ja terveyskäyttäytyminen : TERVAS – terveelliset valinnat ja räätälöidyt syömisen ja liikkumisen mallit 2009 – 2011. 2012.
 11. Elina Varamäki, Kirsti Sorama, Anmari Viljamaa, Tarja Heikkilä & Kari Salo. Eteläpohjalaisten sivutoimiyrittäjien kasvutavoitteet sekä kasvun mahdollisuudet. 2012.
 12. Janne Jokelainen. Hirsiseinän tilkkemateriaalien ominaisuudet. 2012.
 13. Elina Varamäki & Seliina Päällysaho (toim.) Tapio Varmola – suomalaisen ammattikorkeakoulun rakentaja ja kehittäjä. 2013.
 14. Tuomas Hakonen. Bioenergiaterminaalin hankintaketjujen kantavuus eri kuljetus- etäisyyksillä ja -volyymeilla. 2013.
-

-
15. Minna Zechner (toim.). Hyvinvointitieto: kokemuksellista, hallinnollista ja päätöksentekoa tukevaa? 2014.
 16. Sanna Joensuu, Elina Varamäki, Anmari Viljamaa, Tarja Heikkilä & Marja Katajavirta. Yrittäjyysaikomukset, yrittäjyysaikomusten muutos ja näihin vaikuttavat tekijät koulutuksen aikana. 2014.
 17. Anmari Viljamaa, Seliina Päällysaho & Risto Lauhanen (toim.). Opetuksen ja tutkimuksen näkökulmia: Seinäjoen ammattikorkeakoulu. 2014.
 18. Janne Jokelainen. Vanhan puuikkunan energiakunnostus. 2014.
 19. Matti Ryhänen & Erkki Laitila (toim.). Yhteistyö- ja verkostosuhteet: Strateginen tarkastelu maidontuotantoon sovellettuna. 2014.
 20. Kirsti Sorama, Elina Varamäki, Sanna Joensuu, Anmari Viljamaa, Erkki K. Laitinen, Erkki Petäjä, Aapo Länsiluoto, Tarja Heikkilä & Tero Vuorinen. Mistä tunnet sä kasvajan - seurantatutkimus eteläpohjalaisista kasvuyrityksistä. 2015.
 21. Sanna Joensuu, Anmari Viljamaa, Marja Katajavirta, Salla Kettunen & Anne-Maria Mäkelä. Markkinaorientaatio ja markkinointikyvykyys eteläpohjalaisissa kasvuyrityksissä. 2015.
 22. Ari Haasio, Minna Zechner & Seliina Päällysaho (toim.) Internet, verkkopalvelut ja tietotekniset ratkaisut opetuksessa ja tutkimuksessa. 2015.
 23. Maija Kontukoski, Maija Paakki, Jon Thureson, Tuija Pitkääkoski, Heikki Uimonen, Mari Sandell & Anu Hopia. Ruokailuympäristön vaikutus terveellisiin ruokavalintoihin: Tutkimusmenetelmien testaus ja arviointi ravintolaympäristössä. 2016.
 24. Timo Toikko (ed.). Subjective wellbeing in regional context. 2016.
 25. Pasi Junell, Asta Heikkilä, Seliina Päällysaho & Silja Saarikoski (toim.) Hyvinvointia ja innovaatioita monialaisesti ja raja-aitoja madaltaen. Katsaus Seinäjoen ammattikorkeakoulun toimintaan 2016. 2016.

B. RAPORTTEJA JA SELVITYKSIÄ - REPORTS

1. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta soveltavan osaamisen korkeakoulututkimus- ja kehitystoiminnan ohjelma. 1998.
 2. Elina Varamäki - Ritva Lintilä - Taru Hautala - Eija Taipalus. Pk-yritysten ja ammattikorkeakoulun yhteinen tulevaisuus: prosessin kuvaus, tuotokset ja toimintaehdotukset. 1998.
 3. Elina Varamäki - Tarja Heikkilä - Eija Taipalus. Ammattikorkeakoulusta työelämään: Seinäjoen ammattikorkeakoulusta 1996-1997 valmistuneiden sijoittuminen. 1999.
-

-
4. Petri Kahila. Tietoteollisen koulutuksen tilanne- ja tarveselvitys Seinäjoen ammattikorkeakoulussa: väliraportti. 1999.
 5. Elina Varamäki. Pk-yritysten tuleva elinkaari - säilyykö Etelä-Pohjanmaa yrittäjämaakuntana? 1999.
 6. Seinäjoen ammattikorkeakoulun laatujärjestelmän auditointi 1998–1999. Itsearviointiraportti ja keskeiset tulokset. 2000.
 7. Heikki Ylihärtilä. Puurakentaminen rakennusinsinöörien koulutuksessa. 2000.
 8. Juha Ruuska. Kulttuuri- ja sisältötuotannon koulutus selvitys. 2000.
 9. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta soveltavan osaamisen korkeakoulu. Tutkimus- ja kehitystoiminnan ohjelma 2001. 2001.
 10. Minna Kivipelto (toim.). Sosionomin asiantuntijuus. Esimerkkejä kriminaalihuolto-, vankila- ja projektityöstä. 2001.
 11. Elina Varamäki - Tarja Heikkilä - Eija Taipalus. Ammattikorkeakoulusta työelämään. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta 1998–2000 valmistuneiden sijoittuminen. 2002.
 12. Varmola T., Kitinoja H. & Peltola A. (ed.) Quality and new challenges of higher education. International Conference 25.-26. September, 2002. Seinäjoki Finland. Proceedings. 2002.
 13. Susanna Tauriainen & Arja Ala-Kauppi. Kivennäisaineet kasvavien nautojen ruokinnassa. 2003.
 14. Päivi Laitinen & Sanna Väliisaari. Staphylococcus aureus -bakteerien aiheuttaman utaretulehduksen ennaltaehkäisy ja hoito lypsykarjatiloilta. 2003.
 15. Riikka Ahmaniemi & Marjut Setälä. Seinäjoen ammattikorkeakoulu – Alueellinen kehittäjä, toimija ja näkijä. 2003.
 16. Hannu Saari & Mika Oijennus. Toiminnanohjaus kehityskohteena pk-yrityksessä. 2004.
 17. Leena Niemi. Sosiaalisen tarkastelua. 2004.
 18. Marko Järvenpää (toim.) Muutoksen kärjessä. Kalevi Karjanlahti 60 vuotta. 2004.
 19. Suvi Torkki (toim.). Kohti käyttäjäkeskeistä muotoilua. Muotoilijakoulutuksen painotuksia SeAMK:ssa. 2005.
 20. Timo Toikko (toim.). Sosiaalialan kehittämistyön lähtökohta. 2005.
 21. Elina Varamäki & Tarja Heikkilä & Eija Taipalus. Ammattikorkeakoulusta työelämään. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta v. 2001–2003 valmistuneiden sijoittuminen opiskelun jälkeen. 2005.
 22. Tuja Pitkähöskö, Sari Pajuniemi & Hanne Vuorenmaa (ed.). Food Choices and Healthy Eating. Focusing on Vegetables, Fruits and Berries. International Conference September 2nd – 3rd 2005. Kauhajoki, Finland. Proceedings. 2005.
-

-
23. Katariina Perttula. Kokemuksellinen hyvinvointi Seinäjoen kolmella asuinalueella. Raportti pilottihankkeen tuloksista. 2005.
 24. Mervi Lehtola. Alueellinen hyvinvointitiedon malli – asiantuntijat puhujina. Hankkeen loppuraportti. 2005.
 25. Timo Suutari, Kari Salo & Sami Kurki. Seinäjoen teknologia- ja innovaatiokeskus Frami vuorovaikutusta ja innovatiivisuutta edistävänä ympäristönä. 2005.
 26. Päivö Laine. Pk-yritysten verkkosivustot – vuorovaikutteisuus ja kansainvälistyminen. 2006.
 27. Erno Tornikoski, Elina Varamäki, Marko Kohtamäki, Erkki Petäjä, Tarja Heikkilä, Kirsti Sorama. Asiantuntijapalveluyritysten yrittäjien näkemys kasvun mahdollisuuksista ja kasvun seurauksista Etelä- ja Keski-Pohjanmaalla –Pro Advisor – hankkeen esiselvitystutkimus. 2006.
 28. Elina Varamäki (toim.) Omistajanvaihdosnäkömät ja yritysten jatkuvuuden edistäminen Etelä-Pohjanmaalla. 2007.
 29. Beck Thorsten, Bruun-Schmidt Henning, Kitinoja Helli, Sjöberg Lars, Svensson Owe and Vainoras Alfonsas. eHealth as a facilitator of transnational cooperation on health. A report from the Interreg III B project "eHealth for Regions". 2007.
 30. Anmari Viljamaa, Elina Varamäki (toim.) Etelä-Pohjanmaan yrittäjäyyskatsaus 2007. 2007.
 31. Elina Varamäki - Tarja Heikkilä - Eija Taipalus – Marja Lautamaja. Ammattikorkeakoulusta työelämään. Seinäjoen ammattikorkeakoulusta v.2004–2005 valmistuneiden sijoittuminen opiskelujen jälkeen. 2007.
 32. Sulevi Riukulehto. Tietoa, tasoa, tekoja. Seinäjoen ammatti-korkeakoulun ensimmäiset vuosikymmenet. 2007.
 33. Risto Lauhanen & Jussi Laurila. Bioenergian hankintalogistiikka. Tapaus-tutkimuksia Etelä-Pohjanmaalta. 2007.
 34. Jouni Niskanen (toim.). Virtuaalioppimisen ja -opettamisen Benchmarking Seinäjoen ammattikorkeakoulun, Seinäjoen yliopistokeskuksen sekä Kokkolan yliopistokeskuksen ja Keski-Pohjanmaan ammattikorkeakouluun Averkon välillä keväällä 2007. Loppuraportti. 2007.
 35. Heli Simon & Taina Vuorela. Ammatillisuus ammattikorkeakoulujen kielten- ja viestinnänopetuksessa. Oulun seudun ammattikorkeakoulun ja Seinäjoen ammattikorkeakoulun kielten- ja viestinnänopetuksen arviointi- ja kehittämishanke 2005–2006. 2008.
 36. Margit Närvä - Matti Ryhänen - Esa Veikkola - Tarmo Vuorenmaa. Esiselvitys maidontuotannon kehittämiskohteista. Loppuraportti. 2008.
 37. Anu Aalto, Ritva Kuoppamäki & Leena Niemi. Sosiaali- ja terveysalan yrittäjäyyspedagogisia ratkaisuja. Seinäjoen ammattikorkeakoulun Sosiaali- ja terveysalan yksikön kehittämishanke. 2008.
-

-
38. Anmari Viljamaa, Marko Rossinen, Elina Varamäki, Juha Alarinta, Pertti Kinnunen & Juha Tall. Etelä-Pohjanmaan yrittäjäyyskatsaus 2008. 2008.
 39. Risto Lauhanen. Metsä kasvaa myös Länsi-Suomessa. Taustaselvitys hakkuumahdollisuuksista, työmääristä ja resurssitarpeista. 2009.
 40. Päivi Niiranen & Sirpa Tuomela-Jaskari. Haasteena ikäihmisten päihdeongelma? Selvitys ikäihmisten päihdeongelman esiintyvyydestä pohjalaismaakunnissa. 2009.
 41. Jouni Niskanen. Virtuaaliopetuksen ajokorttikonsepti. Portfoliotyyppinen henkilöstökoulutuskokonaisuus. 2009.
 42. Minttu Kuronen-Ojala, Pirjo Knif, Anne Saarijärvi, Mervi Lehtola & Harri Jokiranta. Pohjalaismaakuntien hyvinvointibarometri 2009. Selvitys pohjalaismaakuntien hyvinvoinnin ja hyvinvointipalveluiden tilasta sekä niiden muutossuunnista. 2009.
 43. Vesa Harmaakorpi, Päivi Myllykangas ja Pentti Rauhala. Seinäjoen ammattikorkeakoulu. Tutkimus-, kehittämis ja innovaatiotoiminnan arviointiraportti. 2010.
 44. Elina Varamäki (toim.), Pertti Kinnunen, Marko Kohtamäki, Mervi Lehtola, Sami Rintala, Marko Rossinen, Juha Tall ja Anmari Viljamaa. Etelä-Pohjanmaan yrittäjäyyskatsaus 2010. 2010.
 45. Elina Varamäki, Marja Lautamaja & Juha Tall. Etelä-Pohjanmaan omistajanvaihdosbarometri 2010. 2010.
 46. Tiina Sauvula-Seppälä, Essi Ulander ja Tapani Tasanen (toim.). Kehittyvä metsäenergia. Tutkimusseminaari Seinäjoen Framissa 18.11.2009. 2010.
 47. Autio Veli, Björkman Jouni, Grönberg Peter, Heinisuo Markku & Ylihärsilä Heikki. Rakennusten palokuormien inventaariotutkimus. 2011.
 48. Erkki K. Laitinen, Elina Varamäki, Juha Tall, Tarja Heikkilä & Kirsti Sorama. Omistajanvaihdokset Etelä-Pohjanmaalla 2006-2010 -ostajayritysten ja ostokohteiden profiilit ja taloudellinen tilanne. 2011.
 49. Elina Varamäki, Tarja Heikkilä & Marja Lautamaja. Nuorten, aikuisten sekä ylemmän tutkinnon suorittaneiden sijoittuminen työelämään- seurantalutkimus Seinäjoen ammattikorkeakoulusta v. 2006-2008 valmistuneille. 2011.
 50. Vesa Harmaakorpi, Päivi Myllykangas and Pentti Rauhala. Evaluation Report for Research, Development and Innovation Activitiesus. 2011.
 51. Ari Haasio & Kari Salo (toim.). AMK 2.0 : Puheenvuoroja sosiaalisesta mediasta ammattikorkeakouluissa. 2011.
 52. Elina Varamäki, Tarja Heikkilä, Juha Tall & Erno Tornikoski. Eteläpohjalaiset yrittäjät liiketoimintojen ostajina, myyjinä ja kehittäjinä. 2011.
 53. Jussi Laurila & Risto Lauhanen. Pienen kokoluokan CHP -teknologiasta lisää voimaa Etelä-Pohjanmaan metsäkeskusalueelle. 2011.
-

-
54. Tarja Keski-Mattinen, Jouni Niskanen & Ari Sivula. Ammattikorkeakouluopintojen ohjaus etätyömenetelmillä. 2011.
 55. Tuomas Hakonen & Jussi Laurila. Metsähakkeen kosteuden vaikutus polton ja kaukokuljetuksen kannattavuuteen. 2011.
 56. Heikki Holma, Elina Varamäki, Marja Lautamaja, Hannu Tuuri & Terhi Anttila. Yhteistyösuhteet ja tulevaisuuden näkymät eteläpohjalaisissa puualan yrityksissä. 2011.
 57. Elina Varamäki, Kirsti Sorama, Kari Salo & Tarja Heikkilä. Sivutoimiyrittäjyyden rooli ammattikorkeakoulusta valmistuneiden keskuudessa. 2011.
 58. Kimmo Nissinen (toim.). Maitotilan prosessien kehittäminen: Lypsy-, ruokintaja lannankäsittely- sekä kuivitusprosessien toteuttaminen; Maitohygienian turvaaminen maitotiloilla; Teknologisia ratkaisuja, rakennuttaminen ja tuotannon ylösajo. 2012.
 59. Matti Ryhänen & Erkki Laitila (toim.). Yhteistyö ja resurssit maitotiloilla : Verkostomaisen yrittämisen lähtökohtia ja edellytyksiä. 2012.
 60. Jarkko Pakkanen, Kati Katajisto & Ulla El-Bash. Verkostoitunut älykkäiden koneiden kehitysympäristö : VÄLKKEY-projektin raportti. 2012.
 61. Elina Varamäki, Tarja Heikkilä, Juha Tall, Aapo Länsiluoto & Anmari Viljamaa. Ostajien näkemykset omistajanvaihdoksen toteuttamisesta ja onnistumisesta. 2012.
 62. Minna Laitila, Leena Elenius, Hilikka Majasaari, Marjut Nummela, Annu Peltoniemi (toim.). Päihdetyön oppimista ja osaamista ammattikorkeakoulussa. 2012.
 63. Ari Haasio (toim.). Verkko haltuun! - Nätet i besittning!: Näkökulmia verkostoituvaan kirjastoon. 2012.
 64. Anmari Viljamaa, Sanna Joensuu, Beata Tajjala, Seija Råttts, Tero Turunen, Kaija-Liisa Kivimäki & Päivi Borisov. Elävästä elämästä: Kumppaniyrityspedagogiikka oppimisympäristönä. 2012.
 65. Kirsti Sorama. Klusteriennakointimalli osaamistarpeiden ennakointiin: Ammatillisen korkea-asteen koulutuksen opetussisältöjen kehittäminen. 2012.
 66. Anna Saarela, Ari Sivula, Tiina Ahtola & Antti Pasila. Mobiilisovellus bioenergi-aalan oppimisympäristöksi Bioenergia-asiantuntijuuden kehittäminen työelämälähtöisesti -hanke. 2013.
 67. Ismo Makkonen. Korjuri vs. koneketjuenergia puunkorjuussa. 2013.
 68. Ari Sivula, Risto Lauhanen, Anna Saarela, Tiina Ahtola & Antti Pasila Bioenergia-asiantuntijuutta kehittämässä Etelä-Pohjanmaalla. 2013.
 69. Juha Tall, Kirsti Sorama, Piia Tulisalo, Erkki Petäjä & Ari Virkamäki. Yrittäjyys 2.0. – menestyksen avaimia. 2013.
-

-
70. Anu Aalto & Salla Kettunen. Hoivayrittäjyys ikääntyvien palveluissa - nyt ja tulevaisuudessa. 2013.
 71. Varpu Hulusi, Tuomas Hakonen, Risto Lauhanen & Jussi Laurila. Metsänomistajien energiapuun myyntihalukkuus Etelä- ja Keski-Pohjanmaan metsäkeskusalueella. 2013.
 72. Anna Saarela. Nuoren metsänhoitokohteen ympäristön hoito ja työturvallisuus: Suomen metsäkeskuksen Etelä- ja Keski-Pohjanmaan alueyksikön alueella toimivien energiapuuyrittäjien haastattelu. 2014.
 74. Elina Varamäki, Tarja Heikkilä, Juha Tall, Anmari Viljamaa & Aapo Länsiluoto. Omistajanvaihdoksen toteutus ja onnistuminen ostajan ja jatkajan näkökulmasta. 2013.
 75. Minttu Kuronen-Ojala, Mervi Lehtola & Arto Rautajoki. Etelä-Pohjanmaan, Keski-Pohjanmaan ja Pohjanmaan hyvinvointibarometri 2012: ajankohtainen arvio pohjalaismaakuntien väestön hyvinvoinnin ja palvelujen tilasta sekä niiden muutos suunnista. 2014.
 76. Elina Varamäki, Juha Tall, Anmari Viljamaa, Kirsti Sorama, Aapo Länsiluoto, Erkki Petäjä & Erkki K. Laitinen Omistajanvaihdos osana liiketoiminnan kehittämistä ja kasvua - tulokset, johtopäätökset ja toimenpide-ehdotukset. 2013.
 77. Kirsti Sorama, Terhi Anttila, Salla Kettunen & Heikki Holma. Maatilojen puura kentämisen tulevaisuus: Elintarvikeklusterin ennakoiti. 2013.
 78. Hannu Tuuri, Heikki Holma, Yrjö Ylkänen, Elina Varamäki & Martti Kangasniemi. Kuluttajien ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät ja oheispalveluiden tarpeet huonekaluhankinnoissa: Eväitä kotimaisen huonekaluteollisuuden markkina-aseman parantamiseksi. 2013.
 79. Ismo Makkonen. Päästökauppa ja sen vaikutukset Etelä- ja Keski- Pohjanmaalle. 2014.
 80. Tarja Heikkilä, Marja Katajavirta & Elina Varamäki. Nuorten ja aikuisten tutkinnon suorittaneiden sijoittuminen työelämään – seurantatutkimus Seinäjoen ammattikorkeakoulusta v. 2009–2012 valmistuneille. 2014.
 81. Sari-Maarit Peltola, Seliina Päällysaho & Sirkku Uusimäki (toim.). Proceedings of the ERIAFF conference "Sustainable Food Systems: Multi-actor Cooperation to Foster New Competitiveness of Europe". 2014.
 82. Sarita Ventelä, Heikki Koskimies & Juhani Kesti. Lannan vastaanottohalukkuus kasvinviljelytiloilla Etelä- ja Pohjois-Pohjanmaalla. 2014.
 83. Maciej Pietrzykowski & Timo Toikko (Eds.). Sustainable welfare in a regional context. 2014.
 84. Janne Jokelainen. Log construction training in the Nordic and the Baltic Countries. PROLOG Final Report. 2014.
 85. Anne Kuusela. Osallistava suunnittelun tiedonhankintaprosessi kolmannen iän asumisympäristötärpeiden kartoittamisessa: CoTHREE-projektin raportti. 2015.
-

-
87. André Kaufmann & Hannu Ylinen. Preliminary thermodynamic design of a stirling cooler for mobile air conditioning systems: Technical report. 2015.
 88. Ismo Makkonen. Bioöljyjälöstamon investointiedellytykset Etelä-Pohjanmaan maakunnassa. 2014.
 89. Tuija Vasikkaniemi, Hanna-Mari Rintala, Mari Salminen-Tuomaala & Anmari Viljamaa (toim.). FramiPro - kohti monialaista oppimista. 2015.
 90. Anmari Viljamaa, Elina Varamäki, Arttu Vainio, Anna Korsbäck ja Kirsti Sorama. Sivutoiminen yrittäjyys ja sivutoimisesta päätoimiseen yrittäjyyteen kasvun tukeminen Etelä-Pohjanmaalla. 2014.
 91. Elina Varamäki, Anmari Viljamaa, Juha Tall, Tarja Heikkilä, Salla Kettunen & Marko Matalamäki. Kesken jääneet yrityskaupat - myyjien ja ostajien näkökulma. 2014.
 92. Terhi Anttila, Hannu Tuuri, Elina Varamäki & Yrjö Ylkänen. Millainen on minun huonekaluni? Kuluttajien huonekaluhankintoihin arvoa luovat tekijät ja markkinasegmentit. 2014.
 93. Anu Aalto, Anne Matilainen & Maria Suomela. Etelä-Pohjanmaan Green Care -strategia 2015 - 2020. 2014.
 94. Kirsti Sorama, Salla Kettunen & Elina Varamäki. Rakennustoimialan ja puutuotetoimialan yritysten välinen yhteistyö : Nykytilanne ja tulevaisuuden suuntaviivoja. 2014.
 95. Katariina Perttula, Hillevi Eromäki, Riikka Kaukonen, Kaija Nissinen, Annu Peltoniemi & Anu Hopia. Kropsua, hunajaa ja puutarhan tuotteita: ruokakulttuuri osana ikäihmisten hyvää elämää. 2015
 96. Heikki Holma, Salla Kettunen, Elina Varamäki, Kirsti Sorama & Marja Katajavirta. Menestystekijät puutuotealalla: aloittavien ja kokeneiden yrittäjien näkemykset. 2014.
 97. Anna Saarela, Heikki Harmanen & Juha Tuorila. Happamien sulfaattimaiden huomiointi tilusjärjestelyissä. 2014.
 98. Erkki Kytönen, Juha Tall & Aapo Länsiluoto. Yksityinen riskipääoma pienten yritysten kasvun edistäjänä Etelä-Pohjanmaalla. 2015.
 99. Eliisa Kallio, Juhani Suojaranta & Ari Sivula. Seinäjoen ammattikorkeakoulun Elintarvike- ja maatalouden yksikön työharjoitteluprosessin kehittäminen virtuaalimaatiloilla: oppimisympäristö työharjoittelun tukena. 2015
 100. Tarja Heikkilä & Marja Katajavirta. Seinäjoen ammattikorkeakoulun opiskelijabarometri 2014. Tutkintoon johtavassa koulutuksessa olevien nuorten toisen ja valmistuvien vuosikurssien sekä aikuisopiskelijoiden tulokset. 2015.
 101. Juha Tall, Elina Varamäki, Salla Kettunen & Marja Katajavirta. Perustamalla tai ostamalla yrittäjäksi - kokemukset yrittäjäuran alkutaipaleelta. 2015
-

-
102. Sarita Ventelä (toim.), Toni Sankari, Kaija Karhunen, Anna Saarela, Tapio Salo, Markus Lakso & Tiina Karsikas. Lannan ravinteet kiertoon Etelä- ja Pohjois-Pohjanmaalla: Hydro-Pohjanmaa -hankkeen loppujulkaisu 1. 2014.
 103. Anmari Viljamaa, Elina Varamäki, Tarja Heikkilä, Sanna Joensuu & Marja Katajavirta. Sivutoimiyrittäjät - pysyvästi sivutoimisia vai tulevia päätoimisia? 2015.
 104. Eija Rintamäki, Pia-Mari Riihilahti & Helena Hannu. Alumnista mentoriksi: Korkeakouluopinnoista sujuvasti työelämään -hankkeen raportti. 2015
 105. Sanna Joensuu, Elina Varamäki, Tarja Heikkilä, Marja Katajavirta, Jaakko Rinne, Jonna Vuoto & Kristiina Hietanen. Seurantatutkimus Koulutuskeskus Sedusta v. 2010-2013 valmistuneille työelämään sijoittumisesta sekä yrittäjyysaikomusten kehittymisestä. 2015.
 106. Salla Kettunen, Marko Rossinen, Anmari Viljamaa, Elina Varamäki, Tero Vuorinen, Pertti Kinnunen & Tommi Ylimäki. Etelä-Pohjanmaan yrittäjyyskat-saus 2015. 2015.
 107. Kirsti Sorama, Salla Kettunen, Juha Tall & Elina Varamäki. Sopeutumista ja keskittymistä: Case-tutkimus liiketoiminnan myymisestä osana yrityksen kehittämistä ja kasvua. 2015.
 109. Marko Matalamäki, Kirsti Sorama & Elina Varamäki. PK-yritysten kasvupy-rähdysten taustatekijät : suunnitelman toteuttamista vai tilaisuuden hyödyn-tämistä? 2015.
 110. Erkki Petäjä, Salla Kettunen, Juha Tall & Elina Varamäki. Strateginen johta-minen yritysostoissa. 2015.
 111. Juha Tall, Elina Varamäki & Erkki Petäjä. Ostokohteen liiketoiminnan haltuunotto ja integrointi: Yrityksen uudistuminen yrityskaupassa. 2015.
 112. Aapo Jumppanen & Sulevi Riukulehto. Puskasta Framille: viisikymmentä vuotta tekniikan koulutusta Seinäjoella. 2015.
 113. Salla Kettunen, Elina Varamäki, Juha Tall & Marja Katajavirta. Yritystoiminnasta luopuneiden uudet roolit. 2015.
 114. Risto Lauhanen. Seinäjoen ammattikorkeakoulun Elintarvike- ja maatalous-yksikön opettajien ja hankehenkilökunnan näkemykset alansa tutkimus- ja kehittämistoiminnasta. 2015.
 115. Mari Salminen-Tuomaala. Kansainvälisen tutkimus- ja kehittämistoiminnan edistäminen ammattikorkeakoulussa: sillanrakentamista ja brokerointi-osaamista. 2015.
 116. Ari Sivula, Timo Suutari, Aapo Jumppanen & Maria Ahvenniemi. AB Seinäjoki: Kohti agrobiotalouden innovaatioyhteisöä. 2016.
 117. Juha Tall, Erkki Petäjä, Elina Varamäki & Kirsti Sorama. Kuntien elinkeinotoi-mien tulevaisuuden näkymät Etelä-Pohjanmaalla. 2016.
-

-
118. Juha Viitasaari & Seliina Päällysaho. Ammattikorkeakoulujen tutkimus-, kehittämis- ja innovaatiotoiminnan ympäristöjen ja infrastruktuurien avoimuus: Avoimuuden lisääminen korkeakoulujen käyttäjälähtöisessä innovaatioekosysteemissä -hankkeen raportti. 2016.
 120. Asta Heikkilä & Jenni Kulmala (toim.). Uusia työmenetelmiä ja innovaatioita hyvinvoinnin edistämiseen : SeAMK Sosiaali- ja terveysala tutkii ja kehittää. 2016.
 121. Timo Toikko (toim.) Komiasti opintieillä: Kohti säännöllistä koulunkäyntiä. 2017.
 122. Juha-Matti Päivölä, Seliina Päällysaho, Kenneth Norrgård, Tapani Sauranen, Eija Svanberg & Kimmo Vänni. Pk-Inno - yritysyhteistyötä kehittämässä. 2016.

C. OPPIMATERIAALEJA - Teaching materials

1. Ville-Pekka Mäkeläinen. Basics of business to business marketing. 1999.
 2. Lea Knuuttila. Mihin työhajausta tarvitaan? Oppimateriaalia sosiaalialan opiskelijoiden työhajauskurssille. 2001.
 3. Mirva Kuni & Petteri Männistö & Markus Välimaa. Leikkauspelot ja niiden hoitaminen. 2002.
 4. Kempas Ilpo & Bartens Angela. Johdatus portugalin kielen ääntämiseen: Portugali ja Brasilia. 2011.
 5. Ilpo Kempas. Ranskan kielen prepositio-opas : Tavallisimmat tapaukset, joissa adjektiivi tai verbi edellyttää tietyn preposition käyttöä tai esiintyy ilman prepositiota. 2011.
 6. Risto Lauhanen, Jukka Ahokas, Jussi Esala, Tuomas Hakonen, Heikki Sippola, Juha Viirimäki, Esa Koskiniemi, Jussi Laurila & Ismo Makkonen. Metsätoimihenkilön energialaskuoppi. 2014.
 7. Jyrki Rajakorpi, Erkki Laitila & Mari Viljanmaa. Esimerkkejä maatalousyritysten yhteistyöstä: näkökulmia maitotilojen verkostoihin. 2014.
 8. Douglas D. Piirto. Leadership : A lifetime quest for excellence. 2014.
 9. Hilikka Niemelä. Ohjelmoinnin perusrakenteet. 2015.
 10. Ilpo Kempas & João Veloso. Espanjan kautta portugaliiin: Kontrastiivinen katsaus iberoromaaniseen lähisukukieleen opiskelun tueksi. 2016.
-

D. OPINNÄYTETÖITÄ

1. Hanna Halmesmäki – Merja Halmesmäki. Työvoiman osaamistarvekartoitus Etelä-Pohjanmaan metalli- ja puualan yrityksissä. 1999.
 2. Tiina Kankaanpää – Maija Luoma-aho – Heli Sinisalo. Kymmenen metrin kävelytestin suoritusohjeet CD-rom levyllä: aivoverenkiertohäiriöön sairastuneen kävelyn mittaaminen. 2000.
 3. Laura Elo. Arvojen rooli yritysmaailmassa. 2001.
 4. Nina Anttila. Päälle käyvää – vaatemallisto ikääntyvälle naiselle. 2002.
 5. Jaana Jeminen. Matkalla muotoiluuyrittäjyyteen. 2002.
 6. Päivi Akkanen. Lypsääkö meillä tulevaisuudessa robotti? 2002.
 7. Johanna Kivioja. E-learningin alkutaival ja tulevaisuus Suomessa. 2002.
 8. Heli Kuntola – Hannele Raukola. Naisen kokemuksia minäkuvan muuttumisesta rinnanpoistoleikkauksen jälkeen. 2003.
 9. Jenni Pietarila. Meno-paluu –lauluillan tuottaminen. Produktion tuottajan käsikirja. 2003.
 10. Johanna Hautamäki. Asiantuntijapalvelun tuotteistaminen case: ´Avaimet markkinointiin, kehittyvän yrityksen asiakasohjelma -pilotti projekti ´. 2003.
 11. Sanna-Mari Petäjistä. Teollinen tuotemuotoiluprosessi – Sohvapöydän ja sen oheistuotteiden suunnittelu. 2004.
 12. Susanna Patrikainen. Nuorekkaita asukokonaisuuksia Mode LaRose Oy:lle. Vaatemallien suunnittelu teolliseen mallistoon. 2004.
 13. Tanja Rajala. Suonikohjuleikkaukseen tulevan potilaan ja hänen perheensä ohjaus päiväkirurgisessa yksikössä. 2004.
 14. Marjo Lapiolahti. Maksuvalmiuslaskelmien toteutuminen sukupolvenvaihdostoilla. 2004.
 15. Marjo Taittonen. Tutkimusmatka syrjäytymisen maailmaan. 2004.
 16. Minna Hakala. Maidon koostumus ja laatutekijät. 2004.
 17. Anne Uusitalo. Tuomarniemen ympäristöohjelma. 2004.
 18. Maarit Hoffrén. Vaihtelua kasviksilla. Kasvisruokalistan kehittäminen opiskelijaravintola Risetiin. 2004.
 19. Sami Karppinen. Tuomarniemen hengessä. Arkeista antologiaksi. 2005.
-

-
20. Elina Syrjänen – Anne-Mari Uschanoff. Messut – ideasta toimintaan. Messutoteutus osana yrityksen markkinointiviestintää. 2005.
 21. Ari Sivula. Metahakemiston ja LDAP-hakemiston asennus, konfigurointi ja ohjelmointi Seinäjoen koulutuskuntayhtymälle. 2006. (verkkojulkaisu)
 22. Johanna Väliniemi. Suorat kaaret – kattaustekstiilien suunnittelu yhteistyössä tekstiiliteollisuuden kanssa. 2006. (verkkojulkaisu)
-

SeAMK

SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU
SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Seinäjoen korkeakoulukirjasto
Kalevankatu 35, PL 97, 60101 Seinäjoki
puh. 020 124 5040 fax 020 124 5041
seamk.kirjasto@seamk.fi

ISBN 978-952-7109-60-1 (verkkojulkaisu)
ISSN 1797-5573 (verkkojulkaisu)