



TAMPEREEN
AMMATTIKORKEAKOULU

TUOTEKEHITYS AHLMANIN AMMATTIOPISTON RAVINTOLAPALVELUISSA

Mira Järvinen

Opinnäytetyö
Tammikuu 2019
Palveluliiketoiminnan koulutus



TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma

JÄRVINEN MIRA:

Tuotekehitys Ahlmanin ammattiopiston ravintolapalveluissa

Opinnäytetyö 42 sivua, joista liitteitä 3 sivua
Tammikuu 2019

Tämä opinnäytetyö on kehittämistyö, jonka aiheena on tuotekehitysprosessi Ahlmanin ammattiopistolla. Työ toteutettiin ammattikorkeakoulun esimiesharjoittelun aikana keväällä 2018 ja sen tavoitteena oli kehittää uusia ruokatuotteita opiston ravintolapalveluille. Ahlmanin ravintolapalveluiden olemassa olevia ruokatuotteita haluttiin päivittää ja samalla kehittää kokonaan uusia tuotteita aina opiskelijaruokailusta tilaustuotteisiin. Kehittämistyön tehtävään haluttiin opiston ulkopuolinen henkilö, jotta tilaa uusien tuotteiden syntymiseen olisi mahdollisimman paljon. Suunnitteluprosessissa edettiin sesonkien ja juhlapyhien mukaisesti samalla noudattaen Ahlmanin ravintolapalveluiden arvoja, kuten heidän omien tuotteiden käyttöä ja korostaen samalla kotimaista lähi- ja luomuruokaa. Työn tarkoituksena oli esittää eroja ja yhtäläisyyksiä tuotekehityksen teorian ja käytännön toteutuksen välillä.

Kehitystyön suunnitteluprosessi, tuotetestaukset, ja trendit tapahtuivat samankaltaisesti kuin teoriassa esitellyt vaiheet. Alkutekijänä toimineet tuotekehityksen tarve ja tavoittelutavat tulivat selkeästi esille ja lisäksi suunnittelussa huomioitiin yrityksen toimitusajatus ja halu vastata asiakkaiden tarpeisiin. Asiakaslähtöisyys, brändäys ja tuotteiden pakkaukset vastasivat teoriaan osittain, sillä yrityksen omat toimintatavat vaikuttivat tuloksiin omilta osin. Suurin ero teorian ja käytännön välillä tapahtui kustannuslaskennassa, jossa tuotekohtaisia laskelmia ei tehty, vaan hinnoittelussa käytettiin apuna jo myynnissä olleiden vastaavien tuotteiden hintoja.

Tuotekehitystyön alussa asetetut tavoitteet onnistuivat toimeksiantajan toiveiden mukaisesti ja uudet ruokatuotteet liitettiin osaksi ravintolapalveluiden tuotevalikoimaa. Teoria tuki käytännön toteutusta ja toimi hyvänä tulosten vertailukohteena. Kehittämiskohteena tuotekehitykseen voisi ottaa mukaan tarkat kustannuslaskelmat jo alusta lähtien, jotta prosessissa syntyneiden uusien tuotteiden kannattavuus ja tuottavuus olisi helposti selvitettävissä. Lisäksi harjoittelujakson lopussa aloitettua opiston ravintolapalveluiden sisäistä tilauslomaketta voisi kehittää jotta, tieto valmistettavista tuotteista olisi jokaisen ravintolapalveluiden työntekijän nähtävillä ja jotta tuotteiden liikkuvuus keittiön ja Tilapuodin välillä monipuolistuisi ja kasvaisi.

ABSTRACT

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

JÄRVINEN MIRA:

Product Development in Restaurant Services in Ahlman Vocational Institution

Bachelor's thesis 42 pages, appendices 3 pages
January 2019

This thesis focuses on the product development process at the Ahlman vocational institution. The work started during the supervisor training and its aim was to develop new food products for the institution's restaurant services. The existing food products of Ahlman were to be updated, and at the same time, new products with wide variety were to be designed. An outside person was good for the task in order to create new ideas. Focus of the planning process was on with the seasons and holidays, Ahlman's own products and local and organic food. The purpose of the work was to present differences and similarities between the theory and practice.

The planning process, product testing, and trends followed the theory. The development need and the values came out clearly, and the design idea of the company and the customer needs were considered. Customer oriented approach, branding and product packaging were partly consistent with the theory. The biggest difference between theory and practice was in cost accounting, where no specific calculations were made, but the prices of similar products were used in pricing.

The employer's wishes came true and the new food products were incorporated into the existing products. Theory supported practical work and served as a good baseline for results. As a target for product development, accurate cost calculations could be included from the beginning of work, so that the profitability and productivity of the new products could be easily determined. The internal order form started at the end of the traineeship could be developed further, so that the products would be easily presented to all restaurant employees and assist them in work.

Key words: development project, product development, ahlman, food product

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	KEHITTÄMISTYÖN MÄÄRITELMÄ	6
3	AHLMANIN AMMATTIOPISTO	8
3.1	Ravintolapalvelut	8
3.1.1	Ravintola Kapusta	9
3.1.2	Ravintola Anna.....	9
3.1.3	Tilapuoti	10
3.1.4	Meijeri	10
4	TUOTEKEHITYSPROSESSI.....	11
4.1	Ideointi ja suunnittelu	12
4.2	Koevalmistus ja tuotetestaus.....	12
4.3	Kustannuslaskenta	13
4.4	Asiakaslähtöisyys tuotekehityksessä	13
4.5	Tuotteistaminen	14
4.6	Brändäys	15
4.6.1	Tuotenimi	16
4.6.2	Tuotebrändi ja palvelubrändi	17
4.6.3	Pakkaus	18
4.7	Trendit.....	18
5	JAMIX TUOTANNONOHJAUSJÄRJESTELMÄ	20
5.1	Reseptien hallinta ja ravintoarvolaskelmat	20
5.2	Ruokalistasuunnittelu ja kustannuslaskenta.....	23
5.3	Varaston hallinta ja hankinta	23
6	KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTTAMINEN	25
6.1	Suunnittelu ja ideointi	25
6.2	Tuotetestaus	26
6.3	Markkinointi	28
6.4	Case: Oriveden Opisto goes Ahlman.....	28
6.5	Tulokset	34
7	POHDINTA.....	37
	LÄHTEET	39
	LIITTEET	40
	Liite 1. Ennakkotilauslomake	40
	Liite 2. Cocktailtilaisuuden menusuunnitelma	41
	Liite 3. Kutsuvierastilaisuuden uutinen (Ahlman 2018, muokattu)	42

1 JOHDANTO

Tämä opinnäytetyö on kehittämistyö, joka käsittelee tuotekehitysprosessia Ahlmanin ammattiopistolla. Prosessi sai alkunsa keväällä 2018 suorittaessani ammattikorkeakoulun syventävää harjoittelua Ahlmanilla. Päätehtäväni oli suunnitella ravintolapalveluille uusia ruokatuotteita niin opiskelijaruokailuun kuin Tilapuotiin tilaustuotteiksi ja paikanpäältä mukaan ostettavaksi tuotteiksi. Opiston ravintolapalveluiden ruokatuotteet kaipa- sivat uutta ilmettä ja päivitystä, joten ravintolapäällikkö oli tyytyväinen henkilökunnan ulkopuolisen henkilön tuomiin uusiin ideoihin ja ajatuksiin ruokatuotteita koskien. Tuot- teiden suunnitteluprosessissa edettiin silloisen sesongin mukaisesti ja mahdollisia juhla- pyhiä seuraten samalla pitäen yllä Ahlmanin omien tuotteiden käyttöä, sekä lähi- ja luo- muruokaa korostaen. Työn tavoitteena on selvittää, mitä tuotekehitysprosessi sisältää teo- reettisesti sekä käytännössä ja antaa esimerkkejä siitä, kuinka prosessi tapahtuu työelä- mässä ja kuinka ruokatuotteiden ideointi ja toteutus tapahtuu.

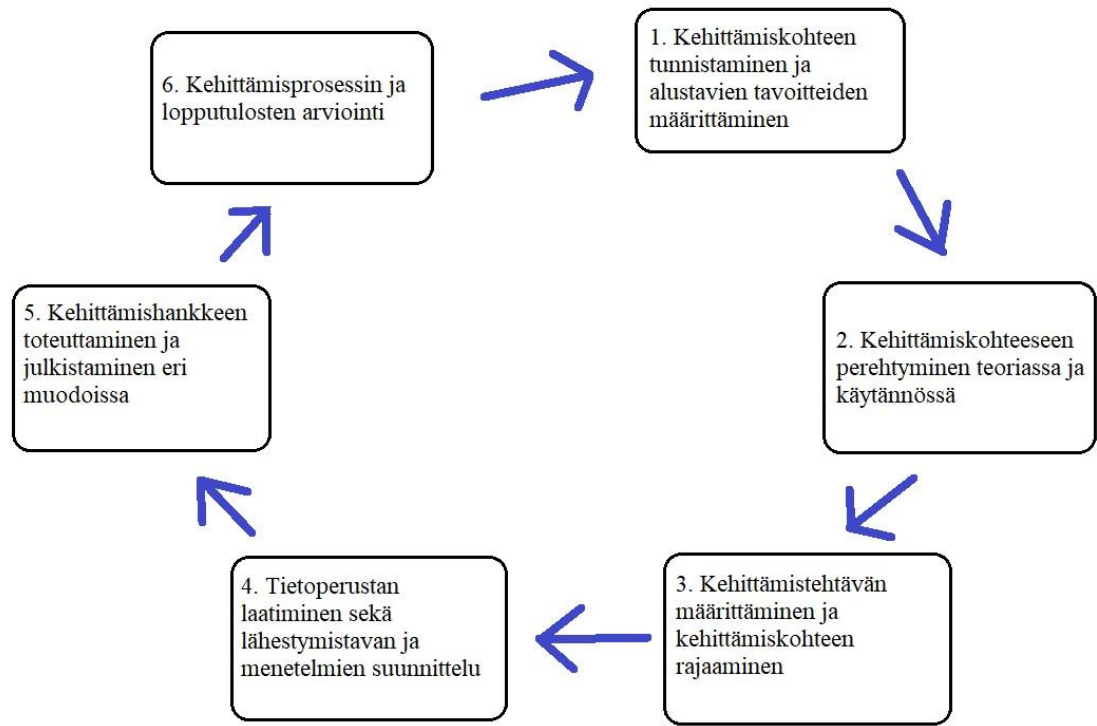
Opinnäytetyö alkaa kehittämistyön määritelmällä, jonka jälkeen kerrotaan tarkemmin toi- meksiantajasta eli Ahlmanin ammattiopistosta, sen opetusfilosofiasta ja tarkemmin pää- kohteesta eli ravintolapalveluista. Teoriaosuus käsittelee tuotekehitystä yleisesti, selvit- täen millaisia työvaiheita prosessin edetessä tapahtuu ennen valmiin tuotteen päätymistä asiakkaan käyttöön. Teoriaosuuden lopuksi kerrotaan Jamix tuotannonohjausjärjestel- mäst, jota käytettiin prosessin aikana muun muassa reseptiikan laatimiseen. Tämän jäl- keen perehdytään käytännön osuuteen tarkemmin ja selvennetään, millaisia työvaiheita kyseinen tuotekehitysprosessi piti sisällään Ahlmanin osalta. Toteutetun prosessin lisäksi käsitellään tarkemmin case, jossa opistolla järjestettävään lehdistötilaisuuteen suunnitel- tiin ja valmistettiin cocktailmenu lähi- ja luomuruokaa kunnioittaen. Työn lopussa kehi- tysprosessin vaiheita verrataan teoriaan, pohditaan työn onnistumista ja tavoitteiden to- teutumista sekä selvitetään minkälaisia kehitysideoita toteutus antaisi jatkossa.

2 KEHITTÄMISTYÖN MÄÄRITELMÄ

Kehittämistyö saa usein alkunsa esimerkiksi yrityksen tai organisaation kehittämistarpeista tai muutoshalusta. Tutkimuksellinen kehittämistyö luo käytännön ongelmiin ratkaisuja, kehittää uusia ideoita, käytäntöjä, palveluita tai tuotteita. Tieteellisen tutkimuksen ja tutkimuksellisen kehittämistyön selkeä ero huomataan toiminnan päämäärissä. Tieteellisessä tutkimuksessa tuotetaan ilmiöistä uutta teoriaa, kun taas kehittämistyössä saadaan aikaan käytännön parannuksia tai uusia ratkaisuja. Ytimekkäästi voidaan sanoa, että tutkimuksellinen kehittämistyö alkaa idean kehittämisestä ja työ saadaan päätökseen monien ideoiden kehittelyvaiheiden kautta lopulliseen ratkaisuun, toteutukseen ja tulosten arviointiin. Työtä ohjaavat teoreettisten tavoitteiden sijasta käytännölliset tavoitteet ja niihin haetaan vain lisätukea teoriasta. Kehittämistyössä vaaditaan lisäksi projektityön ja kehittämisen osaamista, joka tulee esiin aloitteellisuutena, oman työn arviointina, innovatiivisuutena sekä vuorovaikutuksena ja tiedon tuottamisena. Keskeistä on soveltaa ja luoda uusia ratkaisuja. Tutkimuksellisuus ei tarkoita vain tutkimuksen toteuttamista esimerkiksi haastattelu- tai kyselymenetelmällä vaan se voi ilmetä erityisesti kehittämistyössä siten, että työskentely tapahtuu järjestelmällisesti, kriittisesti ja analyyttisesti. Uusi tieto syntyy useimmiten siinä ympäristössä, jossa kehittämistyö ja toiminta toteutetaan. Parhaimmillaan kehittämistyö luo uutta käytännön teoriaa eli dokumentoi ja mallintaa työelämän käytäntöjä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 19-22.)

Kehittämistyö kuvataan usein prosessina toisiaan seuraavien vaiheiden kautta. Vaiheiden määrittely ja seuraaminen auttaa toimimaan järjestelmällisesti ja huomioimaan kunkin vaiheen tärkeimmät kohteet ennen seuraavaan vaiheeseen siirtymistä. Tyypillinen prosessimalli on kuuden kohdan sarja (kuvio 1), jossa hankkeen lähtökohtana on kehittämis-kohteen tunnistaminen ja tavoitteiden määrittäminen. Tunnistamisen jälkeen kerätään tarvittavaa tietoa käytännöstä, sekä perehdytään olemassa olevaan kirjoitettuun tietoon. Kun toimintaympäristöstä on koostettu tarvittavaa taustatietoa, sen avulla määritellään kehittämistehtävä ja rajataan kohde, vasta tämän jälkeen on mahdollista kuvata työn prosessit ja suunnitella menetelmät ja lähestymistapa. Tavoitteena on luoda tarvittavia ja hyödyllisiä muutoksia työelämään, jolloin muutoksen toteuttamiseen tulee käyttää tarpeeksi aikaa ja resursseja. Myöskin tulosten jakaminen on tärkeää ja jatkuva raportointi prosessin etenemisestä jäsentää ajatuksia ja antaa hyvän mahdollisuuden palautteenantoon. Viimei-

nen vaihe on työn arviointi, vaikkakin arviointia suoritetaan koko prosessin ajan. Arvioinnissa keskitytään itse prosessiin, että sen tuloksiin, samalla huomioiden mahdolliset eettiset kysymykset. (Ojasalo ym. 2014, 22-26.)



KUVIO 1. Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi (Ojasalo ym. 2014, muokattu)

3 AHLMANIN AMMATTIOPISTO

Ahlmanin perustamisjuuret ulottuvat 1800-luvulle saakka, jolloin Gabriel Ahlman testamenttasi puolet omaisuudestaan käytettäväksi nuorten maatalous- ja kotitalousopintoihin. Hänen tavoitteena ja unelmana oli antaa jokaiselle lapselle ja nuorelle mahdollisuus kouluttautua ja opiskella ammattiin. Näiden reilun sadan vuoden aikana oppilaitos on uudistunut, mutta ylläpitänyt maamies- ja emäntäkoulun aikaisia arvoja tämän hetkisessä koulutuksessa. Nykypäivänä Ahlmanin ammattiopisto on yksityinen säätiö, joka ylläpitää Ahlmanin ammatti- ja aikuisopistoa tarjoten yli 18-vuotiaille toisen asteen ammatillista koulutusta, sekä vapaan sivistystyön opintoja. Laajasta koulutusvalikoimasta löytyy muun muassa ravintola- ja catering-, maatalouden-, kirjoittamisen-, eläintenhoidon- ja pelialan koulutuspolkuja. Ahlman tarjoaa siten monen eri alan koulutusta sekä lisäksi lähiruokaa ja kokous- ja majoituspalveluja. Säätiö on mukana työelämän kehittämistoiminnassa järjestäen monipuolisia kehittämishankkeita esimerkiksi lähiruokan ja elintarviketuottajien kanssa sekä suomenkarjan tuotteistamisessa. Lisäksi se tarjoaa organisaatiokoulutuksia ja Ahlman on myös merkittävässä osassa maatalouslomittajien ja -lomahallinnon kouluttamisessa. Oppimisympäristöt on rakennettu niin, että opiskelijat kohtaavat päivittäin oikeita asiakkaita oikeissa asiakaspalvelutilanteissa, jolloin oppi syntyy tekemisen kautta. (Ahlman 2018.)

3.1 Ravintolapalvelut

Ahlmanin ravintolapalvelut näkyvät selkeästi opiston päivittäisessä toiminnassa, esimerkiksi tarjoten opiskelijoille, henkilökunnalle ja vierailijoille mahdollisuuden ruokailuun aina aamiaisesta päivälliseen. Koulun omat ravintola-alan opiskelijat toimivat opiston keittiön tiloissa yhteistyössä ravintolahenkilökunnan kanssa valmistaen ruokaa suoraan asiakkaille ja erilaisiin tilaisuuksiin. Ravintolapalveluissa työskentelee kymmenisen henkilöä, jotka osallistuvat päivittäisen ravintolatoiminnan takaamiseen, ruoanvalmistukseen ja samalla opiskelijoiden ohjaukseen. Lisäksi henkilökunta osallistuu erilaisiin opiston ympäristössä järjestettäviin tapahtumiin valmistaen vierailijoiden iloksi erilaisia sesongin mukaisia herkkuja. Ravintoloiden yhteinen ylpeydenaihe on luomuruoka ja lähiruoka ja ravintolat hyödyntävätkin laajasti Ahlmanin miljööllä kasvavia ja tuotettuja kasviksia, lihaa ja maitotuotteita. Ravintolat ovatkin mukana portaat luomuun -ohjelmassa. Omien

tuotteiden lisäksi ravintolat käyttävät monipuolisesti Tampereella ja sen lähikunnissa tuotettuja elintarvikkeita ja raaka-aineita, kuten porsaanlihaa Paijan tilalta Urjalasta ja perunaa Rentton tilalta Juupajoelta.

Yksi vierailijoita kiinnostava kohde on opiston maatilalla elelevä suomenkarja, joiden laiduntamista pääsee seuraamaan keväisin ja kesäisin aivan opiston keskiössä. Muuna aikana lehmien elämää on mahdollista seurata navetan ikkunan kautta. Tällä hetkellä tilalta löytyy 41 lypsävää lehmää ja 44 yksilöä nuorkarjaa. Karja tuottaa Ahlmanin käyttöön maitoa, josta valmistetaan esimerkiksi jogurtteja ja juustoja sekä suomenkarjan lihaa, joita asiakkaiden on mahdollista ostaa itselleen paikan päällä. Lisäksi maitoa ja lihaa käytetään opiston keittiössä päivittäisessä ruoanvalmistuksessa. Suomenkarja on sopeutunut hyvin pohjoisiin olosuhteisiin ja sen myötä niiden lihaan ja maitoon onkin kehittynyt erityislaatuiset ominaisuudet. Maito sisältää runsaasti rasvaa ja valkuaista, joten se juoksetuu hyvin soveltuen erinomaisesti juustojen ja hapanmaitotuotteiden valmistukseen. (Ahlman 2018.)

3.1.1 Ravintola Kapusta

Ravintola Kapusta on 140 paikkainen lounas- ja tilausravintola, joka tarjoaa henkilökunnalle, opiskelijoille kuin Ahlmanilla vieraileville aamiaista, lounasta ja päivällistä. Iltaisin ja viikonloppuisin ravintola on muunneltavissa tilausravintolaksi A-oikeuksin. Kapusta on yksi portaat luomuun -ohjelmassa toimivista ravintoloista ja Kapusta käyttää neljää merkittävää luomutuotetta vähintään kaksi kertaa viikossa. (Ahlman 2018.) Kapusta toimii samalla yhtenä opetuskeittionä ja keittiöltä valmistuukin niin opiskelijatyönä kuin oman henkilökunnan kautta päivittäinen tarjoiltava ruoka, erilaiset tilaustuotteet sekä Ti-lapuodissa myytävät ruokatuotteet, välipalat ja leivonnaiset. Kapusta valmistaa myös Ahlmanin kartanolla kokoustavien ja majoittuvien vieraiden tarjoilut.

3.1.2 Ravintola Anna

Ravintola Anna on 60 paikkainen lähiruokaelämyksiä tarjoava lounas ja fine dining -ruokaan keskittyvä ravintola. Se keskittyy käsin tekemiseen, kotimaisuuteen, luomuun, luonnon antimisiin ja lähiruokaan ja siellä on myös mahdollista nauttia erilaisia luomuviinejä

ja kotimaisten pienpanimoiden oluita. Ravintola tarjoaa tiistaista perjantaihin lounasmenun, joka sisältää alkuruokapöydän tarjoilut sekä pöytiin tarjoillun pääruoan ja jälkiruoan. Lounaan lisäksi ravintolassa on myös erilaisia tapahtumia vuodenaikojen mukaisesti ja ravintola on myös varattavissa erilaisiin tilaustapahtumiin. (Ahlman 2018.) Anna toimii myös yhtenä opiskelijakeittiönä, jossa oppilaat pääsevät näkemään ja kokemaan a'la carte -ja fine dining -keittiöiden ruoanvalmistusmenetelmiä. Ruoat tehdään alusta asti itse ja opiskelijat ovat henkilökunnan mukana myös valmistamassa ja tarjoilemassa oikeille asiakkaille tulevia annoksia.

3.1.3 Tilapuoti

Ahlmanin Tilapuoti toimii sekä herkkumyymälänä että kahvilana. Vaihtuvasta valikosta löytyy oman tilan tuotteita, leipomon tuotteita sekä paikallisten pientuottajien valikoimaa. Pääosassa ovat suomalaisten pientuottajien raaka-aineet ja lähiruoka. Puodista voi ostaa oman leipomon leivonnaisia, ravintolassa valmistettuja ruokia sekä Tilameijerin valmistamia suomenkarjan maitotuotteita. Valikoimiin sisältyy myös lähituottajien käsitöitä ja elintarvikkeita. Tilapuodin kautta asiakkaat voivat tilata sesongin mukaisia tilaustuotteita joko soittamalla tai täyttämällä tilauslomakkeen. Puoti tarjoaa myös idyllisen miljööön kahvin, teen ja muiden herkkujen nauttimiseen paikan päällä. Tilapuoti on avoinna arkisin aamusta iltaseitsemään ja myöskin joka kuun toinen lauantai on toripäivä. (Ahlman 2018.)

3.1.4 Meijeri

Meijeri on perustettu vuonna 2009 ja se toimii osana Ahlmanin koulun säätiötä. Siellä suomenkarjan maito saapuu tuoreena tilan omasta navetasta ja siitä valmistetaan käsitönä pienissä erissä perinteitä vaalien erilaiset tilatuotteet. Meijerin ylpeys on omassa juustokellarissa kaksi kuukautta kypsynyt sinihomejuusto Selinin Sininen. Tuotevalikoima kattaa myös muitakin eri kypsymismenetelmillä valmistettuja juustoja, kuten myös maitoa, piimää ja jogurtteja. Kaikkia meijerin tuotteita on mahdollista ostaa Tilapuodin lisäksi valikoiduista kaupoista ympäri Pirkanmaata. Lisäksi tuotteet ovat laajalti käytössä Ahlmanin ravintolapalveluiden ruokatuotteissa. (Ahlman 2018.)

4 TUOTEKEHITYSPROSESSI

Tuotekehityksen avulla yritys parantaa vanhoja tuotteita kehittämällä niistä taloudellisesti ja nopealla aikataululla täysin uusia tuotteita. Tämä on yksi yrityksen tärkeimpiä markkinoilla pysymisen toimia. Tuotteiden tulee vastata markkinoiden kilpailuun ja samalla tyydyttää asiakkaiden tarpeita ja parhaimmillaan ylittää asiakkaiden toiveet ja ennakko-odotukset. Tuotekehitys koostuu kokonaisuudessaan itse kehitystyön lisäksi markkinoinnista ja valmistuksesta. (Raatikainen 2008.) Tuotetestauksiin otetaan usein mukaan asiakkaat mahdollisimman aikaisessa vaiheessa, jolloin tuotteita testataan usein paljastamatta brändiä, jottei tuotteeseen liity ennakkoluuloja. Testimenetelmät valitaan kuitenkin aina tapauskohtaisesti. Prosessi aloitetaan business casella, jolloin halutaan selvittää tuotteen mahdollisuudet, konsepti, kohderyhmä ja tulovirta. Idean aloittajana voi olla raaka-aine, hävikki, käytettävä laite ja prosessi. Kehitysprosessin voi tehdä jo olemassa olevalle tuotteelle tai kehittää täysin uusi tuote. Kuluttajamaailma muuttuu jatkuvasti ja sen myötä myös tuotekehitysprosessi muuttuu. Tämä vaatii nopeaa reagointia yhteistyökumppaneiden, kuten teknologia -ja raaka-ainetoimittajien kanssa. Menetelmiä täytyy kehittää säännöllisesti ja pysyä muutoksessa mukana huomioiden samalla eettisyys tehtävissä valinnoissa. (Seppälä, Solala & Urvikko-Mäkivaara 2018.)

Tuotekehitysprosessin voi käynnistää useilla eri tavoilla. Apuna voidaan käyttää konsulttia metodien esittelyssä ja hän voi olla mukana koko prosessin ajan kehitystä ohjaamassa. Työpajalla on hyvä aloittaa, koska siinä voidaan alkaa kehittämään täysin uusia tuotteita tai parannella jo olemassa olevia tuotteita tai palveluita. Työpajan toimiva ryhmädynamiikka on tärkeä osa innovointia, joten tehtävään on valittava juuri sopivat henkilöt. Apuna kannattaa käyttää muistilistaa, johon listataan tuotteistamisen tärkeimmät kysymykset, kuten hinnoittelu, asiakasryhmät ja ansaintalogiikka. Lisäksi markkinoinnissa ja myynissä huomioidaan myös jakelukanavat ja aikataulutus. Laadun- ja kehityksen seuranta tulee myös pohtia esimerkiksi sillä, miten menekkiä seurataan ja miten tuotetta kehitetään ja parannellaan testien ja saatujen palautteiden pohjalta. (Haaga-Perho 2015.)

Kehitysprosessissa tulee aina olla mukana yrityksen sisäiset toimintatavat ja työympäristön erityispiirteet. Nämä huomioidaan myös asiakasnäkökulmasta. Tuotekehitystä tehdään niin pienissä kuin suurissakin yrityksissä, vaikka yritys ei siitä erikseen mainitsisi-kaan. Niissä puhutaan tuotteiden kehittämisestä, markkinoiden luomisesta, sekä vanhojen

toimintatapojen ja tuotteiden päivittämisestä. Kehitystyön alkuvaiheessa oman alan kilpailijoiden, trendien ja markkinatilanteen seuraaminen on erittäin tärkeää. Ennen tuotekehityksen lopullisia päätöksiä toiminnot testataan tarkasti ja dokumentoidaan. Tuotteistaminen aloitetaan mahdollisuuksien tunnistamisella, sekä kulutuskäyttäytymisen ja trendien tutkimisella. Uudet tuotteet tuovat yritykselle kilpailuetua, muista erottautumista, havaittujen ongelmien ratkaisuja sekä voittoa. (Asikainen 2013, 30-32.)

4.1 Ideointi ja suunnittelu

Kehitystyö saa alkunsa laajasta ideoinnista. On tärkeää selvittää, minkälainen tuote halutaan kehittää ja miksi se tulisi kehittää. Suunnittelun alkaessa voidaan käyttää erilaisia joko yksinään tai yhdistellen. Tällaisia malleja ovat muun muassa järjestelmällinen suunnittelu ja rinnakkaissuunnittelu. Järjestelmällisessä suunnittelussa olennaisia työvaiheita ovat tehtävänasettelu, luonnostelu, kehittäminen sekä viimeistely. Rinnakkaissuunnitteluun taas osallistuu ihmisiä tuotteen jokaisesta kehitysvaiheesta, kuten asiakas, tuotannon edustaja ja raaka-aineiden toimittaja. Tuotteen räätälöiminen valitulle kohderyhmälle on elintärkeää, sillä uusi tuote pyritään vastaamaan heidän asettamiin tarpeisiin. Samalla tavalla suunniteltavien tuotteiden on tärkeä rakentaa ja tukea yrityksen imagoa. Alkuvaiheen asiakastarpeiden ja käytössä olevien resurssien kartoitus toimii myös yrityksen ennakkomarkkinointina. Näiden lisäksi varsinkin elintarvikkeiden tuotekehityksessä tulee huomioida laatuvaatimukset esimerkiksi hygieniasta, ravintosisällöstä ja tuotteen turvallisuudesta. Päällimmäisenä kehitystyön aloittajana on halu vastata asiakkaan tarpeisiin. Toisena ohjaavana tekijänä toimii yrityksen perimmäinen toiminta-ajatus. Molemmissa tapauksissa kehitysprosessi noudattaa samanlaista kaavaa, jossa alun esitutkimusten ja suunnitelman jälkeen tulevat tuotetestaukset. Prosessin päämääränä on kuitenkin aina tuotteen vieminen markkinoille onnistuksellisesti. (Hirvonen & Tuononen 2007.)

4.2 Koevalmistus ja tuotetestaus

Jokaisen koevalmistuskerran jälkeen on tavoitteena analysoida ja arvioida eteen tulevat muutostarpeet ja parantaa tuotetta niiden pohjalta. Koevalmistuksen aikana arvioidaan myös tuotteen kateprosentti ja tuotannon tehokkuus. Tässä vaiheessa reseptiikkasuunnittelulla on suuri rooli, tuotteen raaka-aineet tulee punnita tarkasti ja valmistusmenetelmistä

pidetään kirjaa. Tuotetestauksien alkuvaiheessa kokeilut aloitetaan pienillä määrillä, jotta hävikkiä syntyisi mahdollisimman vähän. Tasalaatuiset ja laadukkaat raaka-aineet ovat jokaisen tuotteen edellytys. Kehitysvaiheessa on oleellista löytää jokaiselle tuotteelle sopivimmat raaka-aineet ja lisäksi miettiä, millainen vaikutus tietyillä raaka-aineilla on tuotteen markkinoinnissa ja pakkausmerkinnöissä. Jotta valmiiseen ruokatuotteeseen ei pääse haitallisia hajuja tai makuja, on tärkeää kiinnittää huomiota käytettäviin pakkausmateriaaleihin. Materiaalin valintaan vaikuttaa myös elintarvikkeen käyttötarkoitus ja säilyvyys. Tuotetestauksen tavoitteena ja tarkoituksena on selvittää kuluttajien mielipide tuotteesta, laskea tuotantokustannuksen kannattavuutta ja selvittää mahdolliset kehittämiskohteet. On tärkeää, että tuotetestauksia tehdään jokaisessa tuotekehityssuunnittelun vaiheessa ja varsinaiset kuluttajatestaukset suoritetaan taas viimeistelyvaiheessa, jolloin tuotetta usein jaetaan ilmaiseksi sopivalle kohderyhmälle. (Hirvonen & Tuononen 2007.)

4.3 Kustannuslaskenta

Tuotannon kannattavuutta selvitetään tuotteen katevaatimuksella ja kustannuslaskennalla. Tuotteen hinnan määräytymiseen vaikuttaa suurilta osin se, kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita tuotteesta maksamaan. Jos tuotteen vähimmäiskate ja tuotannon kustannukset ovat pienemmät kuin markkinoilta saatava hinta, tuotanto on kannattavaa. Yritys saattaa asettaa tuotteelleen myös suuremman katteen, jolloin tuotekehityksen kustannuksia voidaan ottaa takaisin, jos tuote on uusi markkinoilla eikä sille löydy kilpailevia tuotteita. (Hirvonen & Tuononen 2007.)

4.4 Asiakaslähtöisyys tuotekehityksessä

On erityisen tärkeää ottaa asiakas mukaan tuotekehitysprosessiin jo alusta alkaen. Siinä asiakkaan toivomana lopputuloksena on arvo tai tietynlainen hyöty, joka tulee esiin subjektiivisena kokemuksena. Kaikkien kehitettävien tuotteiden edellytyksenä voidaan pitää yrityksen asiakaskeskeistä toimintaa. Kun lähdetään selvittämään toiminta-ajatusta yrityksessä, tulee miettiä, kuinka merkityksellistä asiakaskeskeisyys on yrityksen toiminnassa. Yrityksen asiakaskeskeisessä toimintatavassa asiakkaan tarpeet ovat aina lähtökohtana. Asiakaskeskeisen ajattelun perusedellytyksiä ovat asiakkaan motiivien, tarpeiden ja ostokäyttäytymisen tuntemus. Yrityksen tulee ottaa vastuuta asiakkaiden tarpeisiin

liittyen, sekä suunniteltava asiakaslähtöisesti palvelutarjonta ja toimintatavat. Henkilöstön ja johdon kiinnostus työskennellä asiakkaiden parhaaksi ja tuottaa hyvää palvelua tuo esiin yrityksen asiakaskeskeistä palvelukulttuuria. (Komppula & Boxberg 2002, 66.)

Kuluttajan huomioiminen on äärimmäisen tärkeää koko kehitysprosessin aikana. Tärkeimpinä asioina tuotekehitysprosessissa ovat kustannustehokkuus, asiakaslähtöisyys ja ketteryys. Nykypäivänä tulee kiinnittää huomiota erilaisiin dieetteihin ja ruokavalioihin, kun kuluttajien vaatimustaso jatkaa nousuaan. On tärkeää tunnistaa oikea kohderyhmä ja markkinointi ja täten osoittaa ne juuri oikealle kohderyhmälle. Haasteena tulevaisuudessa tulee olemaan kehitysprosessin lyhentäminen, koska kuluttajakäyttäytymisessä tulee tapahtumaan nopeita muutoksia. (Seppälä ym. 2018.)

4.5 Tuotteistaminen

Tuotteistamisessa kehitetään uutta tuotetta tai palvelua ja tuodaan se markkinoille pyrkimyksenä luoda kilpailukykyinen tuote. Kun tuotteistamisessa osallistetaan henkilöstö ja asiakkaat, saadaan työhön ymmärrys palvelun luomasta arvosta. Osallistaminen sitouttaa henkilöstöä ja tuo esiin uusia toimintatapoja, sekä mahdollistaa yhteisössä tapahtuvaa innovointia. Tuotteistamisen onnistuessa osallistujien oppikokemus lisääntyy, työnkulku tehostuu ja tuotteen arvo kasvaa. Keskeinen tuotteistamisen tavoite on parantaa asiakas- hyötyä ja lisätä oman tekemisen vaikuttavuutta. (Järvi, Lehtonen, Martinsuo, Tuominen & Valtanen 2015.)

Tuotteistaminen jaetaan usein kahteen tasoon. Ensimmäistä tasoa kutsutaan sisäiseksi tuotteistamiseksi, jonka pyrkimyksenä on tehostaa yrityksen toimintaa ja palvelutuotannon kuvaamista. Tämä taso on enemmän yrityksen sisäisten toimintojen vakioimista, eikä se näy suoraan asiakkaalle. Sisäisen tuotteistamisen tärkeitä perustehtäviä on toimintatapojen, palveluprosessin ja vastuiden kuvaaminen ja määrittäminen. Toisella tasolla, eli ulkoisella tuotteistamisella kuvataan näkyviä elementtejä ja niiden kehittämistä. Näkemystä tärkeistä palvelun elementeistä antaa palvelukuvaukset ja myyntimateriaalit. Asiakas on aina hyvän tuotteistamisen lähtökohtana. Tavoitteena voi olla muun muassa helpottaa viestintää ja myyntiä. Kuitenkin tuotteistamisessa vaaditaan monialaista osaamista ja vaikka se vaatiikin paljon resursseja, se maksaa onnistuessaan itsensä takaisin monin-

kertaisesti. Tuotteistaminen rakentaa yrityksen toiminnalle raamit ja siten kasvattaa asiakkaahan luottamusta yritystä kohtaan. Tuotteistaminen onkin yksi osaamisen kehittämisen väline, joka siirtää hiljaista tietoa yrityksen sisällä. (Tirkkonen 2013.)

4.6 Brändäys

Brändiä rakentaessa huomioidaan sekä asiakkaat että kilpailijat. Sen tarkoituksena on luoda tuotteelle mielikuvaa ja tunnettuutta, joiden avulla asiakas houkutellaan ostamaan tuote ja pysymään brändille uskollisena. Kulmakivinä hyvässä brändissä toimivat laatu, käytettävyys, design management, muotoilu ja ekologisuus. Tuotteistamisprosessin toteuttaminen ei pelkästään takaa menestystä, vaan tuotteet tulee myös osaavasti viestiä ostajille. Markkinointistrategia on suunniteltava huolella, jotta tiedetään tarvittavat periaatteet menestymiseen tulevaisuudessa. Strategian olennaisina osina on myyntityö, kohdistettu mainonta, myynninedistäminen sekä suhdetoiminta ja tiedottaminen (kuvio 2). Oikeanlaisella tuotteistuksella taataan markkinoitavien tuotteiden ja palveluiden menestys. (Raatikainen 2008, 90.) Brändin rakentamisprosessissa noudatetaan yleensä viittä eri osa-aluetta, joita on analyysit lähtötilanteessa, tunnettuuden luominen, mielikuvan rakentaminen, ostohalukkuuden herättäminen ja brändiuskollisuuden synnyttäminen. Lähtötilanneanalyysin tehtävä on luoda tarkempi asiakasanalyysi, jolloin tuote kohdistetaan tietylle asiakassegmentille. Lisäksi huomioitavia kohteita ovat trendit, tyydyttämättömät tarpeet, ostomotiivit ja kilpailija-analyysit. (Raatikainen 2008, 98.) Tunnettuuden luominen keskittyy erottumiseen, erilaistamiseen sekä identiteettiin ja imagoon (Raatikainen 2008, 104).



KUVIO 2. Mikä on brändi? (The Institute of Entrepreneurship 2018, muokattu)

Mielikuvaa rakentaessa asenteet, uskomukset ja tunteet ovat pelkkiä näkemyksiä kuluttajien mielissä, eikä heidän kokemuksensa pohjautu silloin tuotteen käyttöön. Näin ollen asemointi ja positiointi luo suotuisia mielikuvia halutuille asiakaskohderyhmille, joilla voidaan erottua kilpailevista tuotteista. Ostohalukkuus herätetään, kun panostetaan tuotteen laatuun, muotoiluun, käytettävyyteen, design managementiin ja ostopäätösprosessiin. (Raatikainen 2008, 106;108.) Asiakkaan hyvä kohtelu, asiakkaan lähellä pysyminen, ylimääräisten etujen tarjoaminen ja asiakastyytyväisyyden mittaaminen ovat päähuomiossa brändiuskollisuuden synnyttämisessä. (Raatikainen 2008, 114.)

4.6.1 Tuotenimi

Jokaisella markkinoilla olevalla tuotteella tulee olla nimi. Silloinkaan pelkkä tuotenimi ei ole riittävä, vaan tuotteen ympärille on rakennettava imago ja identiteetti. Tuote saadaan siten erotettua ja yksilöityä muista tuotteista ja samalla siihen luodaan arvoa. Nimeen liitetään yleisimmin kuva, tai nimen ympärille kehitetään symboliikkaa kuvan tai kirjaimien avulla, jonka tuloksena saadaan muodostettua tuotemerkki. Tuotteen rekisteröiminen patentti- ja rekisterihallituksessa, yritys saa luotuun nimeen yksinoikeuden ja kopio-

suojan. (Raatikainen 2008, 91.) Brändi saadaan syntymään tuotteen ympärille vasta tuottajan ja kuluttajan vuorovaikutuksesta. Tuotemerkkiin kuuluu aina enemmän, kuin näkemys pelkästä tuotteesta. Siinä on kysymys ihmisten kokemuksesta ja tottumuksista, koska useimmiten kuluttaja haluaa valita jo itselleen entuudestaan tuttuja tuotteita. Mielikuvat toimivat vahvana vaikuttajana kuluttajien valinnoissa, sekä suhtautumisessa valmistajiin ja heidän tuotteisiinsa. (Raatikainen 2008, 94.)

Brändi tarkoittaa liiketalouden näkökulmasta lisäarvoa, jonka kuluttaja on halukas maksamaan palvelusta tai tuotteesta verrattaessa sitä vastaavaan nimettömään tuotteeseen tai palveluun. Brändin voi useimmin havaita yrityksen tunnuksena tai tuotenimenä pakkauksessa. Lisäksi se voi koostua tunteesta, äänestä tai tuoksusta. Imago muodostetaan tuotteiden ympärille yrityksissä tietoisesti, mutta brändin rakentumiseen vaaditaan yhteistyö kuluttajien kanssa. Brändi on siis mielikuva tuotemerkestä, joka syntyy kuluttajien miellissä imagoa tulkitsemalla. (Raatikainen 2008, 97.)

4.6.2 Tuotebrändi ja palvelubrändi

Tuotebrändissä fokus on tuotteessa. Esimerkkinä Mars suklaapatukka, se näyttää, näyttäätyy ja maistuu aina samalta. Jokaisen kokemuksen tulisi olla samanlainen tuotebrändin kohdalla. Palvelubrändissä huomio kohdistuu taas ihmiseen. Ihmiset, jotka ovat osa palvelubrändiä voivat kokea huonoja päiviä, väsyä tai menettää malttinsa. Tämä vaikuttaa suuresti siihen, miten kuluttajat kokevat palvelun ja sen myötä jokainen palveluhetki voi olla erilainen. Tietysti palveluyritykset pyrkivät pitämään palvelunsa samanlaisina ja samanarvoisina työntekijästä riippumatta, mutta se vaatii työntekijöiden laajaa perehdytystä ja esimiesten vahvaa palveluosaamista. Kahvilaketju Starbucks on hyvä esimerkki yrityksestä, jossa näkyy sekä tuote- että palvelubrändi. Kahvi toimii siinä yrityksen vetävänä tuotteena, mutta kahvin lisäksi asiakkaan viihtyvyys kahvilassa ja yksilöllisen palvelukokemuksen luominen tekee siitä palvelubrändin. (The i.d.e.a. brand 2018.)

Tuotteiden ja palveluiden markkinoinnin teorioissa niiden erot muodostuvat ominaisuuksien välille. Palvelut itsessään ovat näkymättömiä ja aineettomia, mutta markkinointi, kulutus ja tuotanto voivat tapahtua samanaikaisesti. Palvelubrändin ja tuotebrändin luomisessa ei siten periaatteessa ole eroavaisuuksia. Yrityksen henkilöstön palveluvalmius on palvelubrändin kehittämisen kannalta keskeisessä asemassa ja vaikuttajana kuluttajan

palvelukokemuksen luomisessa. Brändien markkinointi edellyttää palvelujärjestelmää ja tuotteistettua palvelukokonaisuutta, joten tulevaisuudessa tullaan yhä enemmän näkemään tuote-palveluyhdistelmiä, ja jossa palveluna toimii tuotteeseen liitetty informaatio. Palvelutuotteen erityispiirteet, kuten tuotteen monimutkaisuus, elämyseskeisyys, palvelutilanteen ainutlaatuisuus ja verkostomainen tuottaminen rakentuvat yhdessä palvelubrändiksi. (Raatikainen 2008, 118-119.)

4.6.3 Pakkaus

Pakkauksen pääasiallisena tehtävänä on suojata sisällä olevaa tuotetta, mutta lisäksi pakkaus on se, joka kiinnittää ostajan huomion. Pakkauksen tulee lyhyellä vilkaisulla selvittää tuotteen käyttötarkoitus ja antaa kuva sen takaa löytyvästä brändistä ja yrityksestä. Pakkauksen koolla, käytetyillä materiaaleilla ja väreillä on suuri vaikutus sille, kuinka asiakkaat huomaavat tuotteen kauppojen myyntihyllyiltä, joten pakkauksen suunnittelu on tärkeä osa puhuttaessa tuotteen jälleenmyyntiä. Suunniteltaessa elintarvikepakkauksia, yrityksen tavoitteena on saada tuote näyttämään ja maistumaan samalta kuluttajan saadessa se kuin se oli tehtaalta lähtiessä. Pakkaus suojaa tuotetta kuljetuksen aikana, säilyttää sen tuoreuden ja lisäksi välittää informaatiota tuotteen sisällöstä ja mahdollisista käyttö- ja valmistustavoista. Valmistajan laatima tuoteseloste pakkauksen kyljessä auttaa siten kuluttajaa sopivien tuotteiden valinnassa ja hoitamaan niitä oikein. Nykypäivänä pakkausmateriaaleja pyritään vaihtamaan muovista, alumiinista ja lasista enemmän luontoa säästäviin ja biohajoaviin materiaaleihin. Lisäksi pakkausmerkinnät ohjaavat ostajia hävittämään pakkauksen oikeaoppisesti ja vähentämään sen myötä siitä aiheutuvia ympäristövaikutuksia. (The balance small business 2018.)

4.7 Trendit

Ruokamaailman voimakkaita vaikuttajia nykypäivänä ovat eettisyys, ilmastonmuutos, tuotannon kestävyys, ruokajätteen minimoiminen ja lähiruoka. Tuotteiden jäljitettävyyys ja ruoan alkuperä kiinnostaa kuluttajia entistä enemmän ja tämän vuoksi valmistajat haluavat kertoa tietoa tuotteesta tarkemmin, kun raaka-ainelistauksen ja tuotantopaikan lisäksi tuodaan esille myös tuotantotapa. Lakimuutos vuoden 2017 puolella toi kauppoihin

ensimmäiset hyönteisruokaa sisältävät tuotteet kuluttajien saataville avartaen näin ruokamaailmaa ja tulleen hiljalleen osaksi suomalaisten ruoanlaittoa. Hyvinvointi ja terveellisyys korostuvat trendeissä myös, tosin vaihtelevin ilmenemismuodoin. Osa kuluttajista haluaa korostaa fyysistä terveyttä ruoan vaikutuksella, kun toiset taas pitävät ruokaa hemmottelun välineenä ja sen kautta lisääntyneen hyvinvoinnin vaikuttajana, vaikka siihen käytetty ruoka ei olisikaan ravitsemuksellisesti se kaikkein terveellisin. Vatsaystävälliset tuotteet, kuten erilaiset fermentoidut ruoat ja terveysvaikutteiset sienet kuten pakurikääpä korostuvat kuluttajien ruokailussa. Aamiais- ja brunssiruokailun suosio kasvaa ja niitä syödäänkin mihin aikaan hyvänsä. Juomapuolella erilaiset pientuottajat ovat saaneet hyvin jalansijaa ja näkyvyyttä myyntihyllyillä erilaisten alkoholillisten sekä alkoholittomien virvoitusjuomien ja oluiden myötä. Uudistunut alkoholilaki kasvattaa myös valikoimaa valmiilla drinkeillä ja viinipohjaisilla juomasekoituksilla, sekä vaikuttaa markkinointiin vapauttamalla baarien ja anniskeluravintoloiden aukioloajat. Ravintolat panostavat enemmän elämykselliseen ruokailuun ja laajempaan ruokakokemukseen, vaikka samalla erilaiset kotiinkuljetuspalvelut kasvattavat suosiotaan. Myöskin digitalisaation vaikutukset näkyvät, kun jo aiemmin mainittu kotiinkuljetus, sekä ruoan tilaaminen ja maksaminen helpottuu erilaisten ruokasovellusten myötä. (Makery 2018.)

5 JAMIX TUOTANNONOHJAUSJÄRJESTELMÄ

Jamix Oy on suomalainen yritys, joka tuottanut ja kehittänyt monipuolisia ja helppokäyttöisiä ammattiohjelmia ja on johtava järjestelmätoimittaja henkilöstöravintoloille ja ammattikeittiöille. Noin puolet Suomen kunnista käyttää Jamix -ohjelmistoa ruokapalveluiden hallinnassa esimerkiksi päiväkotien ja kouluruokailuun sekä terveys- ja sosiaalipalveluihin. Ohjelmisto on myös apuna useissa oppilaitoksissa opiskelija- ja henkilöstöruokailun hallinnoinnissa ja opetuskäytössä. Lisäksi ohjelmisto on käytössä vähittäiskaupoissa, jotka myyvät valmistamaansa ruokaa palvelutiskistä tai valmiiksi pakattuna. Yrityksen tarjoamaan tuotevalikoimaan kuuluu muun muassa leipomotoimintaan sekä juhla- ja kokouspalveluiden hallintaan kehitettyjä ohjelmistoja. Jamix Ruokatuotanto on ammattikeittiön hallintaan kehitetty ohjelmisto, joka soveltuu moniin eri kokoisiin ravintola-alan yrityksiin. Järjestelmä sisältää reseptien-, varaston-, hankinnan- ja ateriatilausten hallinnan, sekä ruokalistasuunnittelun, kustannus- ja ravintoainelaskennan. Tiedot linkittyvät järjestelmässä toisiinsa tarjoten näin yhteyden toimittajiin, asiakkaisiin että tilaajiin. (Jamix 2018.)

5.1 Reseptien hallinta ja ravintoarvolaskelmat

Ruokaohjeet rakennetaan ohjelmassa valitsemalla raaka-aineet ohjelman sisältä löytyvästä valmiista listasta (kuva 1). Valmiin listan lisäksi ohjelman käyttäjä voi myös itse lisätä raaka-ainelistaan tarvittavia tuotteita ja lisätä niihin hintatiedot tavarantoimittajan antamilla hintatiedoilla, jolloin kustannuslaskelmat pysyvät ajantasaisina. Hintatietojen lisäksi raaka-aineen yhteyteen voidaan lisätä käyttäjän haluamia lisätietoja ja esimerkiksi erilaisia painomittoja.

Ruokaohjeet x Ruoka-aineet x							
+ Lisää Avaa Poista Menekin seuranta Näytä Käyttäjätaso: Keittiö: Tampere							
Nimi	Paäryhmä	Alaryhmä					
Nimi	EAN-koodi	Määrä		Hinta/kg (veroton)	Hinta/kg (verollinen)	Alv	Hinnan pvm
Artisokanpohja				0,00 €	0,00 €	14,0...	0,
AT 3 kg Broileri fileesuikale hunaja...		100,00	g/dl	6,25 €	7,13 €	14,0...	23.6.2015 0,
Auringonkukan siemen kuorittu		65,00	g/dl	2,10 €	2,39 €	14,0...	14.3.2018 0,
Auringonkukkaöljy		90,00	g/dl	0,00 €	0,00 €	14,0...	0,
Aurinkokuivattu tomaatti				8,00 €	9,12 €	14,0...	20.8.2015 0,
Avokado				3,20 €	3,65 €	14,0...	23.6.2015 33,
Avomaankurkku				0,00 €	0,00 €	14,0...	0,
Balkanmakkara siivu				0,00 €	0,00 €	14,0...	0,
balsamico				0,00 €	0,00 €	14,0...	0,
Balsamiviinietikka				4,83 €	4,83 €	0,0 %	16.3.2018 0,
Bambunverso, suikale		75,00	g/dl	0,00 €	0,00 €	0,0 %	0,
Banaani		100,00	g/kpl	1,64 €	1,87 €	14,0...	12.4.2017 37,
Banaani lastu, kuivattu		45,00	g/dl	0,00 €	0,00 €	14,0...	0,
Banaani soseutettu		95,00	g/dl	0,00 €	0,00 €	14,0...	37,
Banaani viipale		65,00	g/dl	0,00 €	0,00 €	14,0...	37,
Basilika		13,00	g/dl	0,00 €	0,00 €	14,0...	0,
Basilika hienonnettu		13,00	g/dl	0,00 €	0,00 €	14,0...	19.6.2013 0,

KUVA 1. Kuvakaappaus ruoka-ainenäköymästä (Jamix 2018, muokattu)

Ruokaohjeeseen käytettävät raaka-aineet voidaan numeroida ja siten jakaa resepti eri työvaiheisiin, jolloin työvaiheista tulee selkeämpiä ja helpommin luettavia. Ryhmittelyiden avulla reseptit saadaan pysymään järjestyksessä. Ohjeisiin voidaan liittää ruokavaliotietoja, käytettäviä laitteita ja välineitä, sekä liittää kuvia valmiista tuotteesta (kuva 2).

Ruokaohje × **Ruoka-aineet** ×

Tallenna Tallenna nimellä... Peruuta Ruokaohje Käyttäjätaso: Keittiö, Tampere

Ostoslista Menekin seuranta

Koivumarenki -18 1 annosmäärä

Ruoka-aine	Määrä	Käyttöpaino	%	Esikäsittelyhävikki	Ostopaino	Hinta/k	Rivihint	Rivihuomautus
1 Koivunlehti	0,150 kg	18,2	0,0%	0,150 kg	0,00 €	0,00 €	Noin 3 litraa koivunlehtiä	
1 Vesi	1 ½ dl 0,150 kg	18,2	0,0%	0,150 kg	0,00 €	0,00 €		
1 Sokeri tomu	½ dl 0,030 kg	3,6	0,0%	0,030 kg	1,92 €	0,06 €		
2 Kananmuna	3 kpl 0,180 kg	21,9	0,0%	0,180 kg	1,86 €	0,33 €		
2 Sokeri	2 ½ dl 0,212 kg	25,8	0,0%	0,212 kg	1,24 €	0,26 €		
2 Vesi	1 dl 0,100 kg	12,2	0,0%	0,100 kg	0,00 €	0,00 €	Koivuliemi	

Pillota painot Muokkaa painoja

Käyttö	Kypsymishävikki	Kypsä	Jakeluhävikki	Saanto	Kustannukset
822 g/kpl	0,00 %	822 g/kpl	0,00 %	822 g/kpl	0,65 €/kpl
0,823 kg		0,823 kg		0,823 kg	0,79 €/kg

Ruoka-aineet

Valmistusohje

1. Kerää noin 3 litraa koivunlehtiä. Varmista että lehdet ovat mahdollisimman puhtaita ja ötököttömiä. Muussaa koivunlehtiä sauvasekoittimella, lisää hiljalleen tilkka vettä jos sekoittaminen tuntuu hankalalta. Kun massa on joksikin muussattu, laita se blenderiin ja sekoita se vielä hieman tasaisemmaksi massaksi. Jos massa maistuu kitkerältä, lisää joukkoon tomosokeria. Paseeraa seos siivilällä, jotta saat vihreän liemen ja lehtimassan eroteltua. Säästä sekä liemi että massa. Lientä riittää useampaan marenkisätsiin. Käytä marenkin koivuliemä veden sijasta.

2. Erottele kananmunan valkuaiset ja laita ne vatkautumaan. Laita koivuvesi ja sokeri kattilaan ja kuumenna seos 120 asteeseen siirapiksi. Sekoittele siirappia sen lämmetessä. Kun valkuaiset ovat jo ilmavasti vatkattu kaada koivusiirappi valkuaisvahtoon ohuena nauhana voimakkaasti vatkatun. Vatkaa marenkia niin kauan kunnes se on huoneenlämpöistä. Marenkin kuuluu olla haalean vihreää ja kiiltävää. Jos haluat lisää väriä ja koivun makua, lisää marenkin joukkoon vähän koivuliemä. Pursota marenkia sellaisenaan leipomusten päälle tai voit myös ruskistaa marenkin pinnan kaasupolttimella.

Kuvat
Tuoteselosteet
Yleistiedot
Ravintoarvot

KUVA 2. Kuvakaappaus reseptinäköymästä (Jamix 2018, muokattu)

Ohjelmassa on valmiina Finelin ajantasaiset ravintoarvotiedot ja siten tuotteisiin ja ruokaohjeisiin saadaan automaattiset ravintoarvosisällöt ja allergeenit. Toimittajien tuotetiedot päivittyvät sähköisesti ohjelmaan, joka pitää kustannus- ja katelaskelmat ajan tasalla. Järjestelmä sisältää myös hiilijalanjälkilaskurin, joka laskee ruokaohjeiden ja aterioiden CO₂-päästöt. Jamix ruokatuotanto-ohjelman mobiiliversiolla voidaan korvata paperituotteet keittiössä, kun kaikki ruoanvalmistukseen tarvittavat tiedot, raaka-aineet, valmistusohjeet sekä kuvat löytyvät suoraan tabletin näytöltä. Mobiiliruokaohjeella voidaan muuttaa annoskokoa ja annosmäärää, jolloin ohjelma päivittää ruoka-ainemäärät niiden mukaisesti. Ruokaohjeelta voidaan tulostaa tuoteseloste-etiketit pakattaviin elintarvikkeisiin ja etikettiin tulostuu tarvittavat tiedot, kuten tuoteseloste, allergeenit ja ravintoarvotiedot. Etikettiin voi liittää myös hinta- ja painotiedot, säilytysohje, parasta ennen päiväys, valmistuspäivä ja viivakoodi. (Jamix 2018.)

5.2 Ruokalistasuunnittelu ja kustannuslaskenta

Allergeeni-, ravintoarvo- ja hintatiedot kulkeutuvat ohjelmassa ruoka-aineista ruokaohjeille ja siitä ruokalistoihin. Raaka-aineet voidaan linkittää ostoihin, minkä avulla tilaus-ten teko ja niiden sähköinen lähetys toimittajille helpottuu. Ruokalistalle on mahdollista lisätä useita eri ateriavaihtoehtoja ja reseptien tuominen viikkokalenteriin helpottuu. Ohjelma laskee ruokalistan ravintoarvotiedot ja kustannukset, sekä näyttää mahdolliset allergeenit. Ruokailijoiden määrän muuttaminen ruokalistalla on mahdollista, sillä ohjelma päivittää reseptit automaattisesti uusien määrien mukaisiksi. Kaikki resepteillä ja ruokalistoilla olevat raaka-aineet linkittyvät ostotuotteisiin. Ohjelman avulla keittiö pystyy seuraamaan ruokahävikkiä ja vähentämään sitä. Se antaa tarveainelistat annosmääriin ja annoskokoihin perustuen, joka helpottaa ruokalistojen, työlistojen ja tuotannon suunnittelua ja toteutusta. Menekin seuranta -toiminnolla voidaan optimoida valmistettavan ruoan määrää ja tarvetta vastaavat tilausmäärät vähentävät varastohävikkiä ja tarkka tuotannon suunnittelu ja toteutus täten vähentää valmiin ruoan hävikkiä. Ruokahävikin hallinnalla säästetään resursseja ja vähennetään päästöjä koko elintarvikeketjun matkalta. Näin edesautetaan kestävästä kehityksestä saaden samalla kustannussäästöjä. (Jamix 2018.)

5.3 Varaston hallinta ja hankinta

Tuotetietojen päivitys -toiminnolla saadaan päivitettyä suuria tuotemääriä automaattisesti järjestelmään vaadittuine tietoineen. Kun tuotteiden perustiedot ovat ajan tasalla, päivittyvät myös hinnat ja laskelmat automaattisesti järjestelmään. Ostotilaukset voidaan tehdä järjestelmässä suoraan ruokalistojen pohjalta tai valita yksittäisiä tuotteita tuotelistalta. Kun ruokalista on valmis, ohjelma muodostaa tuotteista tarpeeseen perustuvat tarveainelistat ja ostotilaukset. Kun tavarat on toimitettu, lähetyslista kirjataan ohjelmaan joko manuaalisesti tai mobiilisovellusta hyödyntämällä. Vastaanotetuille tuotteille voidaan kirjata jäljitettävyyystietoja tai muita tarpeellisia lisätietoja. Ohjelmassa on myös suora liittymä Fredman Pro -omavalvontajärjestelmään. Varastosaldot päivittyvät ohjelmaan lähetyslistakirjausten ja varasto-ottojen myötä. Kassaliittymässä varastosaldot pysyvät ajan tasalla, kun rekisteröidyt myynnit liitetään ohjelmaan, jolloin kassaan rekisteröity myynti vähentää automaattisesti varastosaldon reseptin tai tuotteen perusteella. Ruokatutanto-ohjelman mobiilisovellus sisältää kaikki keskeiset varastohallinnan toiminnot ja sen avulla

keittiön työntekijöiden on helpompi seurata saldoja ja päivittää tietoja nopeasti ja reaaliaikaisesti. (Jamix 2018.)

6 KEHITTÄMISTYÖN TOTEUTTAMINEN

Työskentely aloitettiin minun ja ravintolapäällikön välisellä yhteisellä keskustelulla, siitä mihin sesonkiin tai ajanjaksoon suunniteltavat tuotteet haluttiin liittää ja millaisia raaka-aineita tuotteissa halutaan käyttää. Tärkeänä suunnannäyttäjänä raaka-ainevalinnoissa oli käyttää suomalaisia, lähellä tuotettuja raaka-aineita, Ahlmanin tilan omia tuotteita, sekä luomuruokaa. Samaa ruokaideologiaa käytetään Ahlmanin ravintolapalveluissa, joten oli luonnollista noudattaa samoja arvoja uusienkin ruokatuotteiden kehittämistyössä. Ravintolapäällikkö antoi yhteisessä keskustelussa vinkkejä eri sesonkien mukaisista tuotteista, joita voisi kehitellä, sekä antoi esimerkkejä tuotteista, joita Ahlmanin keittiöhenkilökunta on aiemmin valmistanut. Samalla sain lainaan heidän käyttäjätunnuksensa Jamix tuotannonohjausjärjestelmään, jossa oli saatavilla Ahlmanin keittiön laatimat reseptit ja raaka-ainelistat. Ravintolapäällikkö ei halunnut antaa liikaa ideoita ja esimerkkejä jo tehdyistä tuotteista, jotta tilaa uusille kehitysideoille ja tuotteille olisi mahdollisimman paljon. Kuitenkin yksi ravintolapalveluiden toiveista ja tavoitteista oli saada uusia ideoita ja päivittää toimintaansa ja tuotevalikoimaansa, johon minulla, talon ulkopuolisella henkilöllä, oli hyvät lähtökohdat liittyä mukaan suunnittelutyöhön.

6.1 Suunnittelu ja ideointi

Esimiesharjoitteluni alkoi Ahlmanilla viikolla kymmenen eli maaliskuun alussa keväällä 2018. Ensimmäisenä sesonkina oli tulossa pääsiäinen, joten suunnittelu aloitettiin siis ideoimalla erilaisia pääsiäiseen sopivia ruokatuotteita. Pääsiäisen jälkeen siirryimme seuraavana kalenterissa tulevaan äitienpäivään sekä vappuun. Kun kalenterin mukaiset sesonkiajat olivat ohitettu, siirryttiin suunnittelemaan opiskelijoiden valmistujaisiin sopivia ruokatuotteita. Selasin Jamixista keittiöhenkilökunnan laatimia reseptejä ja samalla opetelin ohjelman käyttöä, sillä kyseisestä järjestelmästä ei itsellä ollut aikaisempaa kokemusta. Keräsin paljon ideoita internetistä muun muassa erilaisista ruokablogeista, sähköisistä artikkeleista ja ravintoloiden ruokalistaista. Ravintolapäällikkö toivoi monipuolisesti erilaisia ruokatuoteideoita aina pienistä leivonnaisista, lounaalla henkilökunnalle ja opiskelijoille tarjottaviin ruokiin. Kehitettävät tuotteet jaettiin ensin makeisiin ja suolaisiin tuotteisiin, joita sitten jaoteltiin tarkemmin esimerkiksi leivonnaisiin, kylmiin tuotteisiin ja lämpimiin ruokiin.

Ensimmäiset tuoteideat listattiin paperille siinä järjestyksessä, kun ne mieleen tulivat, jonka jälkeen nämä ensimmäiset alkutekijöissään olevat ideat sitten esiteltiin ravintolapäällikölle. Taustalla käytin esittelyyn apuna netistä löytämiäni tuotekuvia ja reseptejä. Esiteltyäni ensimmäiset ideat ravintolapäällikölle, tuotteet esiteltiin myös Tilapuodista vastaavalle henkilölle, sillä iso osa tuotteista myytäisiin puodista käsin. Kun ensimmäisten tuoteideoiden pohja oltiin muodostettu, alettiin niistä koostamaan järkevämpää kokonaisuutta. Tuotteet jaoteltiin aiemmin listattujen kategorioiden mukaisesti ja alettiin tutkimaan niiden alkuperäisiä reseptejä selvittääkseen kuinka toteuttamiskelpoinen mikäkin tuote olisi. Kun reseptit oli luettu ja idea tuotteiden valmistuksesta ja esillepanosta oli laadittu, pidimme uuden yhteisen suunnittelutilaisuuden ravintolapäällikön ja Tilapuodin vastaavan kanssa. Joihinkin tuotteisiin vaihdettiin raaka-aineita, jotta kotimaisten elintarvikkeiden osuus olisi isoimmassa osassa. Kuitenkin osassa tuotteista päädyimme joustamaan, jotta saisimme tuotteet sopimaan silloiseen ajankohtaan. Esimerkkinä pääsiäistuotteissa persikka ja aprikoosi sekä äitienpäivälle suunniteltuna tuotteena ollut parsapiiras. Persikkaa ja aprikoosia ei juurikaan kasvateta Suomessa eikä niitä ollut kyseiseen vuodenaikaan saatavilla kuin ulkomailla kasvatettuna, parsaa taas oli kyllä silloisena ajankohdana sesonkituote, mutta kotimaisena sitä ei ollut mahdollista saada. Silti niitä päätettiin käyttää raaka-aineena osassa tuotteista, jotta tuotteisiin ja niiden ajankohtaan sopivat maut ja värit tulisivat esiin. Suunnittelutyön tuloksena saatiin kehitettyä monipuolisesti erilaisia ruokatuotteita. Kun kategorioitu listaus tuotteista oli hyväksytty, oli aika laatia niille reseptiikat. Suurimman osuuden tuotevalikoimassa saivat erilaiset suolaiset ja makeat leivonnaiset ja leipomotuotteet, kuten kakut, leivät ja piirakat. Niiden lisäksi uuteen tuotevalikoimaan ideoitiin myös erilaisia salaatteja, lämpimiä ruokia ja niille sopivia lisukkeita.

6.2 Tuotetestaus

Kun tuoteideat oli hyväksytty ja halutut raaka-ainemuutokset tehty, tutkittiin tuotteista tehtyjä ja löytyneitä reseptejä internetistä ja reseptikirjoista ja niihin tehtiin tarvittavat muokkaukset kirjoittaessani reseptiikkaa Jamixiin. Kun ensimmäiset versiot tuotteiden resepteistä oli laadittu, tehtiin uusi tuotelistaus ja suunniteltiin ravintolapäällikön kanssa kuka testaisi valittua reseptiä ja minä päivänä. Työtehtävät ja laatimani reseptit jaettiin keittiöhenkilökunnan ja keittiöllä harjoittelevien opiskelijoiden kesken. Osallistuin itse-

kin tuotetestaukseen ja seurasin muiden tekemiä testikertoja. Samalla pyysin kaikkia testiin osallistuneita kirjoittamaan huomioita ja parannusehdotuksia resepteihin tuotteiden valmistuksen aikana. Ensimmäisten tuotetestauksien päätyttyä maistelimme valmistuneita tuotteita yhdessä henkilökunnan ja opiskelijoiden kanssa keittiöllä. Reseptin raaka-ainemäärät, valmistusajat ja valmistusohje tarkastettiin yhdessä. Osa tuotteista ja niiden resepteistä sai hyväksynnän jo ensimmäisen valmistus- ja maistelukerran jälkeen. Esimerkkinä pääsiäistuotteeksi suunniteltu mämminäkkileipä oli onnistunut tuote jo ensimmäisestä tuotetestauksesta lähtien (kuva 3). Se pääsi ensimmäisenä valmiina tuotteena myyntiin Tilapuotiin.



KUVA 3. Mämminäkkäri

Muokattavia kohteita osassa reseptejä oli esimerkiksi raaka-ainemäärien muuttuminen, valmistusaikaan tehdyt muutokset sekä ruokaohjeen selventäminen tai täsmentäminen. Yksi testattavista tuotteista oli raakakakku, jonka reseptitestauksen suoritin itse. Tuotteen täyteen kanssa oli haasteita kahdella eri testikerralla, kun ensimmäisellä kerralla maku ei

ollut toivotunlainen. Seuraavalla testikerralla maku oli jo kohdillaan, mutta täytteen koostumus ei pysynyt tarpeeksi kiinteänä ja helposti käsiteltävänä. Testikertojen jälkeen todettiin, että vaikka kakku maistui hyvältä, sen säilyvyys ja leikattavuus olisi haaste varsinkin tilaustuotteena, joten kyseinen tuote karsittiin kokonaan pois uudesta tuotevalikoi-
masta. Ensimmäisten tuotetestausten jälkeen reseptien testaajien kommenttien ja kirjoit-
tamien korjausten perusteella tiedot päivitettiin Jamix-ohjelmassa tallennettuihin resep-
teihin. Muokattujen reseptien toimivuutta testattiin tämän jälkeen myös pienemmillä ja
suuremmilla annoskoilla ja annosmäärillä, jotta reseptit saatiin vakioituja ja tuotteen lop-
putulos pysymään silti tasalaatuisena ja maku oikeanlaisena.

6.3 Markkinointi

Reseptitestauksen ohella aloitettiin myös tilauslomakkeen suunnittelu ja teko. Lomake-
pohja tehtiin Excel-ohjelmalla ja apuna käytin henkilökunnan aiemmin laatimaa tilaus-
tuotepohjaa. Tilauslomake oli tärkeä tehdä, sillä sen avulla Ahlmanilla ja Tilapuodissa
vierailijat näkivät, millaisia tuotteita oli saatavilla ja samalla he saivat lisätietoa tuotteista
ja tilauksen ehdoista (liite 1). Tilauslomakkeessa oli ensimmäisenä ilmoitettu Ahlmanin
yhteystiedot ja aukioloajat. Seuraavana lomakkeeseen listattiin tilattavan tuotteen nimi,
allergeenit, pakkauskoko ja hinta. Lomakkeen loppuosasta löytyi tilaajan yhteystiedot ja
viimeisenä hakuaika ja tilauksen vastaanottaja. Tilauslomake oli asiakkaiden nähtävillä
paperisena versiona Tilapuodissa sekä Ahlmanin ammattiopiston omilla sivuilla sähköi-
sessä muodossa. Lomake toimi yhtenä markkinoinnin välineenä ja sen lisäksi Tilapuodin
omat Facebook-sivut sekä Instagram-tili esittelivät asiakkaille uusia tuotteita ja puodin
tapahtumia. Kehittämieni tuotteiden markkinointiin ei käytetty ulkoista tahoa, eikä siihen
asetettu erillistä budjettia.

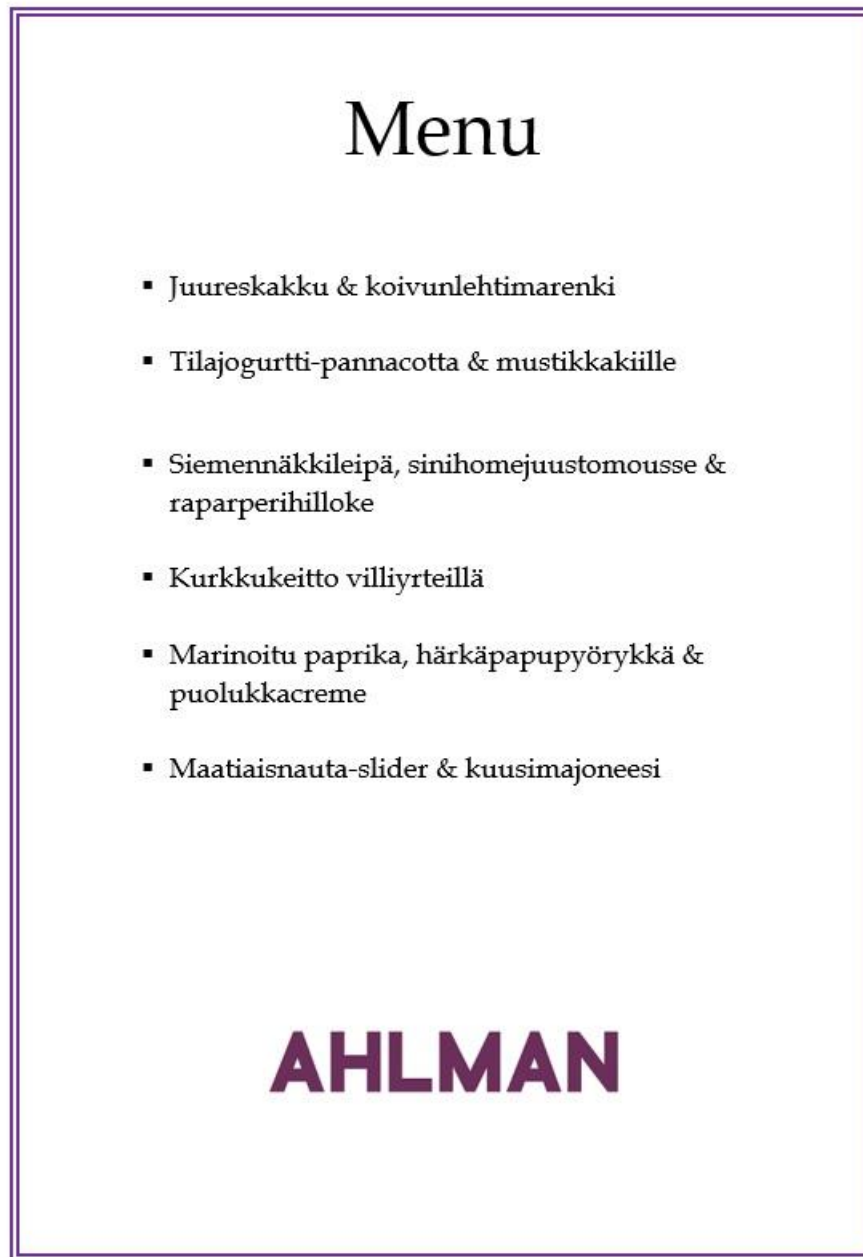
6.4 Case: Oriveden Opisto goes Ahlman

Harjoittelujakson loppupuolella, touko-kesäkuun vaihteessa sain tehtäväkseni suunnitella
opistojen yhdistymisen kunniaksi järjestettävään lehdistötilaisuuteen cocktailmenun.
Ahlmanin Orivedellä sijaitseva toimipiste tulisi yhdistymään Tampereen toimipisteen
kanssa, jolloin kaikki opiston toiminnot tulisi keskittymään Tampereelle. Näin ollen uu-
tinen yhdistymisestä haluttiin tuoda ilmi kutsuvierastilaisuudessa. Tilausuuteen osallistui

opiston henkilökuntaa, tilaisuudessa esiintyneitä opiskelijoita, koulutusvastaavat, paikallista lehdistöä ja muita yhteistyökumppaneita.

Menun suunnittelussa tärkeänä suunnannäyttäjänä oli jo aiemmin mainitut kotimaisuus, oman tilan tuotteet, lähiruoka ja luomuruoka, joiden pohjalta menua lähdettiin suunnittelemaan. Lisäksi tuotteiden tuli olla pieniä, mutta näyttäviä, jotta ne sopisivat täydellisesti cocktailtilaisuuden tarjoiluiksi. Ensin ravintolapäällikön kanssa suunniteltiin, montako erilaista tuotetta haluttiin tarjota ja miten ne eroaisivat toisistaan makujen ja rakenteiden osalta, kuitenkin täydentäen toisiaan. Ensimmäisenä päätettiin, että tehdään kaksi makeaa ja neljä suolaista tuotetta. Tämän jälkeen makeat tuotteet jaettiin makeaan leivonnaiseen ja makeaan maitotuotteeseen. Suolaisiin tuotteisiin haluttiin käyttää myöskin jotain maitotuotetta, jotain rapeaa, jotain lihaa ja kasvisvaihtoehtoja. Suunnittelutyössä käytin apuna Ravintola Annan laatimia menusuunnitelmia ja lisäksi tutkin internetistä, millaisia ruokia valmistetaan ja tarjoillaan usein alkukesästä. Tuotteita suunnitellessani halusin käyttää makeaan leivonnaiseen suomalaisia juureksia ja toiseen makeaan cocktailpalaan tilameijerin omaa jogurttia. Suolaisissa cocktailpaloissa halusin käyttää meijerin omaa juustoa, Ahlmanin tilan suomenkarjaa sekä lähituottajien ja Ahlmanin oman kasvimaan kasviksia. Muutamien menukokonaisuuksien jälkeen pääsimme lopulliseen suunnitelmaan yhdessä ravintolapäällikön kanssa (liite 2). Menussa käytettiin oman tilan tuotteina tilajogurttia, meijerin Selinin Sininen -merkkistä sinihomejuustoa, suomenkarjan lihaa ja oman kasvimaan raparperia. Näiden lisäksi poimin pihapiirissä kasvaneista koivuista koirvunlehtiä marenkia varten ja muun muassa voikukkia osana kurkkukeiton raaka-aineita. Lähi- ja luomuruoka saatiin menussa toteutettua, kun juureskakun juureksen tulivat Laurilan tilalta Pälkäneeltä ja härkäpapupyöryköihin käytetyt pavut taas Keskisen tilalta Kangasalta.

Kun menusuunnitelma oli laadittu, oli aika kirjoittaa tuotteiden reseptit Jamixiin. Kuten aiemmissakin Ahlmanin tuotekehitystehtävissä, laadittiin tehtävänjako, johon kirjattiin minä päivänä kukakin työntekijä testaisi tietyn tuotteen reseptiikan toimivuutta. Vaikka aikaa testauksille oli vähän muiden töiden ohella ja nopeasti vastaantulevan cocktailtilaisuuden ajankohdasta huolimatta testaukset onnistuivat hyvin ja resepteihin tehtiin vain pieniä muutoksia esimerkiksi raaka-ainemääriin. Viimeiset tuotetestaukset saatiin suoritettua samalla viikolla, kuin millä lehdistötilaisuus tultiin järjestämään. Samalla laadittiin menu lopulliseen muotoonsa (kuva 4).



KUVA 4. Lehdistötilaisuuden cocktailmenu

Lehdistötilaisuus järjestettiin viikolla 22 ja tarjoiltavien tuotteiden valmistus aloitettiin edeltävänä päivänä ja sitä jatkettiin vielä tilaisuuspäivän aamuna. Naudanliha, juureskakku, kurkkukeitto, siemennäkkileipä, härkäpapumassa, raparperihilloke, pannacotta ja sinihomejuustomousse valmistettiin edeltävänä päivänä, jotta ne ehtisivät maustua hyvin ennen tarjolle asettamista. Osa tuotteiden komponenteista, kuten bbq-kastike, kuivatut purjosipulit, kuusimajoneesi ja juuressipsit oli tehty jo aiemmin, sillä Ravintola Anna käytti niitä myös omassa ruoanvalmistuksessaan. Lehdistötilaisuuspäivän aamuna minä, ravintolapäällikkö, kaksi keittiöhenkilökunnan jäsentä ja yksi kokkiopiskelija aloimme koota tarjottavia tuotteita yhteen ja valmistaa viimeisiä tarvittavia komponentteja. Aloitin

juureskakun viimeistelyn leipomossa leikkaamalla kakun annospaloihin ja valmistamalla kakun päälle pursotettavan koivumarengin. Kokkiopiskelija toimitti minulle koivunlehtiä kakun koristeluun ja valmisti härkäpapupyörykät. Ravintolapäällikkö viimeisteli pannacotan ja kurkkukeiton annostelun samalla, kun osa muusta keittiöhenkilökunnasta haki tarjoilussa tarvittavia astioita ja välineitä. Juureskakun jälkeen siirryin leipomosta opetuskeittiön puolelle, jossa paloittelin siemennäkkileivän ja viimeistelin annokset lisäämällä siihen sinihomejuustomoussen ja raparperihillokkeen. Valmiit annokset paketoitiin kuljetusta varten muiden tarjoiluvälineiden kanssa ja pakattiin ravintolapäällikön autoon, jolla ne kuljetettiin tilaan, jossa lehdistötilaisuus järjestettiin.

Minä, ravintolapäällikkö ja yksi keittiöhenkilökunnan jäsen huolehdittiin juhlapaikalla tarjoilujen asettamisesta, alkumaljojen tarjoilusta ja tuotteiden täydentämisestä. Itse tilaisuus alkoi Ahlmanin henkilökunnan pitämällä puheilla ja esittelyillä, joita seurasi erilaiset opiskelijoiden pitämät esitykset ja kutsuvieraiden puheet. Tiedotustilaisuuden lopussa Ahlmanin rehtori kutsui minut esittelemään itseni ja tarjoiltavan menun. Kerroin harjoittelustani, sen tavoitteista ja opinnoistani yleisesti. Menun esittelyssä korostin sen pohjalla toimivaa ideologiaa sesonginmukaisesta, kotimaisesta lähiruoasta ja tietysti esittelin myös tarjoiltavat annoksetkin (liite 3). Esittelyn loputtua vieraat ohjattiin katettujen tarjoilupöytien luokse, jotta he pääsisivät maistelevaan esiteltyjä annoksia. Ensimmäiseksi oltiin katettu suolaiset cocktailpalat ja toiselle pöydälle makeat cocktailpalat (kuva 5; kuva 6).



KUVA 5. Suolaiset cocktailpalat



KUVA 6. Makeat cocktailpalat

Vieraat näyttivät kiinnostuksensa tarjoiltuihin annoksiin ihastelulla ja useilla lisäksymyksillä. Erityisesti juureskakun päällä ollut koivumarenki oli monille uusi makukokemus ja koivun käyttö ruoanlaitossa tuli monelle vieraalle uutena kokemuksena. Monen muunkin annoksen raaka-aineet olivat vieraiden mukaan sellaisia, joita he eivät olisi osanneet käyttää tai yhdistää toisiinsa. Menu sai paljon kehua ja kiitosta omaperäisyydestään, erilaisuudestaan ja hyvin onnistuneesta toteutuksesta. Kyseinen tapahtuma oli hieno kokemus nähdä, kuinka omalla työllä sai vastaanottajien odotukset ylittymään. Tyhjästä alkanut suunnittelutyö johti tuotetestauksien kautta valmiisiin tuotteisiin ja lisäksi pääsi näkemään valmiin tuotteen päätyvän asiakkaalle. Koko prosessissa mukana olo ja toteutuksesta vastaaminen opetti todella paljon, mitä tuotekehitystyö voi parhaimmillaan olla työelämän näkökulmasta.

6.5 Tulokset

Työskentelyssä eniten aikaa vievä osa oli itse suunnitteluprosessi ja tuotteiden reseptiikan hienosäätö. Ideointi vei yllättävän paljon aikaa, kuten myös tuotteiden raaka-ainevalintojen muokkaaminen Ahlmanin ravintolapalveluiden arvojen mukaisiksi. Raaka-ainevalinnat olivat ajoittain haastavia, mutta niihin sai tarvittaessa apua henkilökunnalta. Tuotetestaukset suoritettiin tehokkaasti, jossa työn aikataulutus ja työnjako olivat avainasemassa. Testikerrat toimivat hyvänä palautteenantokanavana minun ja henkilökunnan välillä. Niissä pystyin itse antamaan palautetta esimerkiksi työskentelytavoista ja henkilökunta taas sai kerrottua minulle mahdollisista reseptin ja tuotteen ongelmista. Tärkeänä onnistumisen tekijänä aina suunnittelutyöstä toteutukseen oli minun ja Ahlmanin keittiöhenkilökunnan välinen avoimuus ja kommunikaation helppous.

Verrattaessa käytännön kehittämisprosessia aiheesta kerättyyn teoriaan, löytyy sekä eroja että yhtäläisyyksiä. Kuten Haaga-Perhokin 2015 mainitsi, teoriaa tukevana yhdistävänä tekijänä kehittämistyön alussa oli muutostarve ja toimeksiantajan halu antaa tuotekehitystyö ulkopuoliselle taholle, kuten esimerkkinä mainittu yrityksen palkkaama konsultti. Kehittämistyölle oli myöskin tavoite, eli kehittää jo olemassa olevia tuotteita, sekä luoda uusia toimeksiantajan arvojen asettamia tuotteita samalla päivittäen tuotevalikoimaa uudelle tasolle (kuvio 3).



KUVIO 3. Tuotekehitysteorian ja käytännön toteutuksen vertailu

Itse suunnittelutyökin tukee aiheen teoriaa Hirvosen ja Tuonoson 2007 mukaisesti, sillä sen alkutekijänä oli juurikin tarve ja tavoiteltavat arvot, joiden pohjalta ideointi aloitettiin. Lisäksi suunnittelussa huomioitiin yrityksen toimita-ajatus ja halu vastata asiakkaiden tarpeisiin. Koevalmistukset tapahtuivat samoilla piirteillä kuin mitä Hirvonen ja Tuonoson 2007 toivat esiin. Tuotetestausten jälkeen tuloksia analysoitiin ja mahdolliset muutokset kirjattiin ylös, tässä tapauksessa kirjaukset tehtiin Jamixissa oleviin resepteihin. Varsinaista brändäystä tässä kehitystyössä ei erikseen tehty, sillä Ahlmanilla ja sen ravintolapalveluilla oli jo olemassa oleva brändi ja asiakasmielikuva. Näin prosessin tuloksena laaditut tuotteet tulivat yhtäläiseksi osaksi jo paikan olemassa olevaa brändiä. Ero teorian ja tämän työn toteutuksen välillä oli kustannuslaskenta. Valmiiden tuotteiden virallisia

kustannuslaskelmia ei tehty, vaan suunniteltujen tuotteiden raaka-aineet varmistettiin mahtuvan raaka-ainebudjettiin ravintolapäällikön toimesta. Tilapuodissa myytyjen tuotteiden hinnoittelussa käytettiin kulloinkin sopivaa kateprosenttia, joita verrattiin jo myynnissä olevien tuotteiden hinnoitteluun. Eroavaisuutena sekä yhtäläisyytenä teorian ja käytännön suhteen oli suunnittelutyön asiakaslähtöisyys. Työn suunnitteluun tai tuotetestauksiin ei otettu mukaan suoranaisesti Ahlmanilla vierailevia ja Tilapuodin tuotteita ostavia ulkopuolisia asiakkaita, mutta asiakas tässä tapauksessa oli itse Ahlman ja paikan henkilökunta sekä opiskelijat. Tuotteet maistatettiin henkilökunnan jäsenillä sekä koulun opiskelijoilla, joten kehittämistyön asiakkaat tulivat niin sanotusti talon sisältä. Pakkauksilla ei tässä kehittämistyössä ollut suurta arvoa, pakkauksen tärkeimpänä tekijänä oli suojata tuotetta ja mahdollistaa tuotteen säilyvyys kuljettamisen aikana. Pakkauksen sijaan huomio kiinnitettiin tuotteiden ulkonäköön, jotta ne olisivat mahdollisimman myyviä ja toimisivat asiakkaiden ostopäätöksen mahdollistajana. Tuotenimillä ei ollut tässä kehittämistyössä roolia, sillä uudet tuotteet eivät lähteneet kaupalliseen markkinointiin, vaan ne tulivat jatkoksi Ahlmanin tuotevalikoimaa. Trendeinä työssä nähtiin sesonkituotteiden käyttö, luomutuotteet, kuten myös lähiruoan suosiminen.

7 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää Ahlmanin ammattiopiston ravintolapalveluille uusia ruokatuotteita noudattaen samalla heidän määrittämiänsä arvoja, joita olivat tilan omat tuotteet, kotimaisuus, lähiruoka ja luomuruoka. Toimeksiantajan toiveena oli kehittää monipuolisesti uusia tuotteita, joita voitaisiin valmistaa opiskelija- ja henkilökunta-ruokailussa, myydä tilaustuotteina sekä lisätä Tilapuodin ruokatuotevalikoimaa. Tuotekehitystyö oli alussa täysin uusi ja tuntematon aihe. Prosessi oli ennestään esitetty vain teoreettisesti opintojen aikana. Ahlmanin ravintolapäällikkö ja muu keittiöhenkilökunta toimivat suurena apuna kehitystyön aikana. Heiltä sai ideoita ja apua, kun suunnittelutyössä tuli vaikeuksia tai esteitä vastaan. Myös uuden ohjelmiston opettelu mietitytti alkuun, mutta käytön oppi nopeasti ja ohjelmasta tuli tärkeä osa suunnittelutyötä ja se mahdollisti ja helpotti näin tuotteiden valmistusta ja prosessin etenemistä. Ideoitavien tuotteiden raaka-ainevalinnoissa oli ajoittain hankaluuksia, mutta onneksi ravintolapäällikkö sekä muu henkilökunta antoivat hyviä vinkkejä, sillä heillähän oli ensikädessä paras tuntemus oman tilansa tuotteista.

Opinnäytetyöhön koostettu teoria antoi selkeän kuvan toimeksiantajasta sekä kertoi monipuolisesti tuotekehitystyöstä ja siihen kuuluvista vaiheista. Käytännön tuotekehitystyö mukaili suunnittelussa ja ideoinnissa, sekä tuotetestauksissa teoriaa täsmällisesti. Asiakaslähtöisyyttä pohdittaessa kehitystyöhön olisi voinut ottaa mukaan myös toimeksiantajayritykseen kuulumattomia henkilöitä ja tilalla vierailevia asiakkaita, mutta parempia tuloksia saatiin mielestäni ottamalla pääkohteeksi Ahlmanin oma henkilökunta ja opiskelijat. He toimivat tässä tapauksessa tuotekehitysprosessin asiakkaina. Kehitystyön aikana henkilökunnalta olisi voinut koota palautelomakkeella mielipiteitä työn tulosten toteutumisesta, mutta koska lomaketta ei silloin tehty, olisi sen kokoaminen ollut jälkeenpäin hankalaa, kun tuotekehitystyön ja opinnäytetyön kirjoittamisen välillä oli useita kuukausia. Työn tuloksena valmistuneille tuotteille ei luotu omaa brändiä, sillä Ahlmanin olemassa oleva brändi ja asiakasmielikuva oli jo tarpeeksi tunnettu ja uudet ruokatuotteet päädyttiin sovittamaan sen mukaisiksi. Kustannuslaskelmat olisi ollut hyvä huomioida työssä alusta alkaen, sillä normaalisti työelämässä raaka-ainekustannuksilla ja myyntikatteilla vaikutetaan yritysten kannattavuuteen ja toiminnan jatkumiseen. Kustannuslaskelmat olisivat antaneet selkeämmän kuvan kehitettyjen tuotteiden raaka-ainekustannuksista

ja sopivista myyntikatteista. Samalla se olisi voinut vaikuttaa uusien ruokatuotteiden valintaan.

Tuotekehitystyön ja harjoittelun lopussa aloitettiin Tilapuodin ja keittiön välinen sisäinen tilauslomake. Sen tarkoituksena oli toimia viestintävälineenä, johon Tilapuodin henkilökunta voisi esittää toiveita myytävistä ja valmistettavista tuotteista ja joihin keittiöhenkilökunta merkkaisi, millaisia tuotteita he valmistaisivat minäkin viikonpäivänä. Tilauslomaketta olisi tarkoitus käyttää sähköisenä ja uusi viikoittainen tilauspohja ja tuoteaika-
taulu olisi päivitettyä koko ravintolahenkilökunnan nähtävillä. Opinnäytetyön kehittä-
misehdotuksena voisi olla tilauslomakkeen viimeistely ja käyttöönotto, jolloin olisi mah-
dollista tutkia ja selvittää miten se vaikuttaisi ravintolapalveluiden päivittäiseen työsken-
telyyn ja työn tehokkuuteen.

Tuotekehitysprosessi pysyi aikataulussaan niin jokapäiväisen kehitystyön kuin cocktail-
menu-casenkin osalta kaikissa prosessin vaiheissa. Suurena vaikuttajana siinä toimi hyvä
pohjasuunnittelu, työtehtävien ja vastuiden jakaminen sekä minun ja keittiöhenkilökun-
nan avoin ja rakentava palautteenanto ja kommunikointi. Tuotteet valmistuivat tavoiteai-
kataulussaan, vaikka tuotetestausten ja tuotteiden myyntiin asettamisen välillä ei toisi-
naan ollut kuin päivä välissä. Teoria sitoutui hyvin yhteen käytännön toteutuksen kanssa
ja työlle asetetut tavoitteet toteutuivat. Kehittämistyön toteutus onnistui toimeksiantajan
odotusten ja toiveiden mukaisesti ja uudet ruokatuotteet päätyivät heti osaksi yrityksen
tuotevalikoimaa. Mikäli tuotekehitystyö tehtäisiin uudelleen, työssä käytetyt menetelmät
ja tulokset pysyivät samanlaisina, sillä kehittämistyö noudattaa aina samoja lähtökohtia.

LÄHTEET

- Ahlman. 2018. Luettu 15.10.2018 <http://www.ahlman.fi/ahlman> , <http://www.ahlman.fi/ahlmanin-tarina> , <http://www.ahlman.fi/suomenkarja> , <http://www.ahlman.fi/opis-kelijaravintola-kapusta> , <http://www.ahlman.fi/ravintola-anna> , <http://www.ahlman.fi/ti-lapuodit-ja-lahiruoka> , <http://www.ahlman.fi/tilameijeri>
- Asikainen, J. 2013. Onnistuuko tuotekehitys tuurilla vai tiukalla ohjeistuksella? Kehittyvä Elintarvike 1/2013, 30-32. Luettu 03.11.2018
- Haaga-Perho. 2015. Tuotekehitys ja tuotteistaminen. Luettu 7.11.2018 <http://www.kulmat.fi/laadun-kehittaminen/tyokaluja/tuotekehitys-ja-tuotteistaminen>
- Hirvonen, U. & Tuononen, V. 2007. Ideasta elintarvikkeeksi. Luettu 25.10.2018 <https://docplayer.fi/2180795-Ideasta-elintarvikkeeksi.html>
- Jamix Oy. 2018. Luettu 27.10.2018. <http://www.jamix.fi/suomi/>
- Järvi, K., Lehtonen, M., Martinsuo, M., Tuominen, T. & Valtanen, J. Palvelujen tuotteistaminen käsikirja. 2015. Luettu 30.10.2018 <https://aaltodoc.aalto.fi/bitstream/handle/123456789/16523/isbn9789526062181.pdf>
- Komppula, R., Boxberg, M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy. Luettu 23.10.2018
- Makery. 2018. Kukkia, glitteriä ja kestäviä valintoja – ruokatrendit 2018. Luettu 28.11.2018 <https://makery.fi/makeryn-ruokatrendit-2018/>
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma Pro Oy. Luettu 13.12.2018
- Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Seppälä, J., Solala, K. & Urvikko Mäkivaara, S. 2018. Kehittäminen ja tutkimus. Luento. Resto Talk 17.1.2018. Tampereen ammattikorkeakoulu. Tampere
- The balance small business. 2018. Tips for Designing Great Food Packaging. Luettu 19.11.2018 <https://www.thebalancesmb.com/food-packaging-marketing-tips-1326308>
- The i.d.e.a. Brand. 2018. A Product Brand vs A Service Brand? Luettu 15.11.2018 <https://www.theideabrand.com/happenings/blog/insights/a-product-brand-vs-a-service-brand/>
- The Institute of Entrepreneurship. 2018. Service branding vs product branding. Viitattu 18.11.2018. <https://ied.eu/service-branding-vs-product-branding/>
- Tirkkonen, T. 2013. Palvelun tuotteistaminen. Luettu 3.11.2018. <https://terhotirkkonen.com/2013/12/12/palvelun-tuotteistaminen/>

LIITTEET

Liite 1. Ennakkotilauslomake

Ahlmanin Tilapuoti, 0509950096 avoinna ma-pe klo 7-19.15 Hallilantie 24, 33820 Tampere				
ENNAKKOTILAUKSET ANNETTAVA VIIMEISTÄÄN PERJANTAINA 04.05. KLO 12 MENNESSÄ PUHELIMITSE TAI PAIKAN PÄÄLLÄ				
TUOTE:	PAKKAUSKOKO	HINTA	MÄÄRÄ (kpl)	YHTEENSÄ €, kassa laskee
Burgundinpata (n. 0,150kg/hlö) (L, G)	n. 1kg (n.6hlöille)	30€/kg		
Kermaperunat (n. 0,150kg/hlö) (L, G)	n. 1kg (n.6hlöille)	11€/kg		
Henten kylmäsavulohi siivutettu min. tilausmäärä 0,1kg (M, G)	tilatun määrän mukaan	40€/kg		
Voileipäkakku saaristolaisleipään 12/25hlö (L)	1kpl	3,5-4€/hlö		
*liha/kala/kasvis				
Parsapiirakka, Ø24cm	1kpl (n.12hlöille)	15€/kpl		
Saksanpäh.-päärynä-sinihomejuustosalaatti (0,120kg/hlö) (G, sis. L)	n.1kg	15€/kg		
Ahlmanin leipomon punajuurifocaccia (L)	1kpl	4€/kpl		
Ahlmanin leipomon saaristolaisleipä (L) n.1kg	1kpl	8€/kpl		
Mansikkajuustokakku (L, saatavilla gluteeniton) 12/15hlö	1kpl	3,6€/hlö		
Mustikkamarmoroitu juustokakku (L, saatavilla gluteeniton) 12/15hlö	1kpl	3,8€/hlö		
Unelmakääretorttu (L, G) n.400g	1kpl (n. 8hlöille)	9€/kpl		
			Yhteensä	
Tilaaaja:				
Puhelinnumero				
Osoite:				
Sähköposti:				
Hakuaika:	11.05. klo 15-19			
Tilauksen vastaanotti:				

Liite 2. Cocktailtilaisuuden menusuunnitelma

Oriveden opisto goes Tampere

Alkuun kuusenkerkkäkuohuva

1x makea leivos

- juureskakku, koristeena murennettua koivunlehtimarennia

1x makea rahka

- 2-kerroksinen pannacotta, mustikka-orvokki ja tilajogurtti (koristeeksi pihan syötävien kukkien terälehtiä)

Kallistettuna tehty laseihin/muovisiin amuse-kippoihin

1x suolainen juusto

- glut. siemennäkkäri, sinihomejuustomousse ja raparperihilloke

2x suolainen kasvis

- kylmä kurkkukeitto villiyrteillä ja sitruunacremellä

- luomusitrusmarinoitu paprika, härkäpapupyörykkä, puolukkacreme ja koristeeksi ketunleipää

1x suolainen liha

- Ylikypsä maatiasnauta slider, bbq-kastike, glut ja vegaaninen sämpylä, kuusimajoneesi, marinoitu punasipuli, voikukanlehdet ja kuivattu purjo

Juomana maitohorsma-mesiangervosima, luomu kahvi ja luomu tee

Liite 3. Kutsuvierastilaisuuden uutinen (Ahlman 2018, muokattu)

01.06.2018

Ovi taideopetuksen tulevaisuuteen avattiin Ahlmanin ainutlaatuisissa kuvataidetoiloissa



Oriveden Opisto Goes Ahlman -kutsuvierastilaisuus järjestettiin kampusen konehalliin saneeratussa kuvataiteen opetustilassa, Ateljee Värinässä, jota on mittavan satsauksen ja ainutlaatuisen maalaismiljöön takia tituleerattu jopa maan parhaaksi.

Loppuhuipennuksena vieraita hemmoteltiin lähiruualla. TAMK:n restonomiopiskelija Mira Järvisen suunnitteleman ja kokoaman menun idea oli hankkia kaikki ainesosat läheltä. Suomenkarjahampurilaisten kanssa tarjoillun herkullisen majoneesin kuusenkerkät olikin poimittu kampusen omista puista. Siemennäkkäri Selinin Sinisestä tehdyllä moussella, jota maustoi raparperi, oli oivallinen makukokonaisuus. Jälkiruokana tarjottiin koivumarengilla kuorrutettua juureskakkua sekä pannacottaa mustikkakiilteellä.