

Marika Mäenpää ja Saija Peltomäki

Tallikahvilan tuotteiden ja toiminnan kehittäminen

Kauhajoen Ruokamessuilla 2012

Opinnäytetyö

Syksy 2012

Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalan yksikkö

Koulutusohjelma: Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Tekijä: Marika Mäenpää ja Saija Peltomäki

Työn nimi: Tallikahvilan tuotteiden ja toiminnan kehittäminen Kauhajoen Ruokamessuilla 2012

Ohjaaja: Paula Juurakko

Vuosi: 2012 Sivumäärä: 46 Liitteiden lukumäärä: 15

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena oli uudistaa Kauhajoen Ruokamessuilla toimivan Tallikahvilan tiloja ja tuotteita. Toteutuksessa tuli ottaa huomioon vuoden 2012 messuteema ”*Maista mummolan maut*”. Toimeksiantajana työllä oli Koulutuskeskus SEDU Kauhajoki. Opinnäytetyö rajattiin kolmeen osioon: Tallikahvilan tuotteiden kehittämiseen, kahvilan elämyksellisyyteen sekä koko kahvilan kokonaisuuteen. Opinnäytetyö aloitettiin huhtikuussa 2012 ja Tallikahvilan tila ja tuotteet toteutettiin Kauhajoen Ruokamessujen aikana 31.8–2.9.2012. Lisäksi osana opinnäytetyötä toteutettiin asiakaspalautekysely, jonka tavoitteena oli kerätä tietoa työn onnistumisesta ja tavoitteiden saavuttamisesta.

Tuotekehitys aloitettiin 9.4.2012. Aluksi mahdollisista tuotteista kerättiin erilaisia vaihtoehtoja ja yhteistyössä toimeksiantajan kanssa päädyttiin testaamaan tiettyjä reseptejä. Testasimme tuotteita neljä kertaa ja viimeisellä kerralla saimme päätettyä Tallikahvilaan myyntiin tulevat tuotteet, neljä makeaa ja kolme suolaista vaihtoehtoa. Tallikahvilan tilasta loimme vanhanaikaisen ja ajatuksenamme oli luoda asiakkaille muistoja omasta lapsuudestaan sekä nuoruudestaan ja täten luoda heille elämys. Elämystä luodessa pitää ensin ajatella, miltä tilan pitää tuntua ja miten tilasta saa aidon, sillä asiakkaalle kokemus elämyksestä on tärkeä asia ja jo yksinkertaisilla asioilla saadaan jo paljon aikaan (Toivanen 21.5.2012).

1400:sta Tallikahvilan asiakkaasta 460 vastasi asiakastyytyväisyyskyselyyn. Palauteista saatiin tietoa esimerkiksi ostetuista tuotteista, kahvilan toimivuudesta ja kokonaisuudesta. Makeista tuotteista suosituin oli vanhanajan voisilmäpulla ja suolaisista tuotteista Vaarin rukiinen lohileipä. Kaikki kyselyyn vastanneet olivat tyytyväisiä tuotteiden makuun ja ulkonäköön. Kyselyn mukaan asiakkaat kokivat Tallikahvilan tilat, tuotteet ja toimivuuden kokonaisuutena joko hyväksi tai erinomaiseksi.

Opinnäytetyön tuloksena saimme kehitettyä teeman mukaisen kahvilakonseptin, jonka kokonaisuuteen toimeksiantaja oli erittäin tyytyväinen.

Avainsanat: elämys, elämyksellisyys, asiakaspalvelu, tuotekehitys, kahvilatoiminnan kehittäminen

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: Business school, School of hospitality management

Degree programme: Hospitality management

Author/s: Marika Mäenpää and Saija Peltomäki

Title of thesis: Tallikahvila's product development and memorable experience in Kauhajoki's food exhibition 2012

Supervisor(s): Paula Juurakko

Year: 2012 Number of pages: 46 Number of appendices: 15

The goal of this scholarly thesis was to update and develop the concept of Café Tallikahvila at Kauhajoki Food Fair. The theme of the Food Fair 2012 was "Maista mummolan maut /Taste the grandma's kitchen". The client of this work was Education Centre Sedu, Kauhajoki. The study was outlined into three parts: product development, experience production and the whole of the café. The work started in April 2012 and Tallikahvila-concept was carried out at the Food Fair 31.8.-2.9.2012. One part of the work was a customer feedback inquiry by which information about the success of the work and the attainment of the objectives of the study was collected.

The product development process was started 9.4.2012. Several product choices and recipes were studied and tried in co operation with the client and the supervisor. The products were tested four times before the final choices. Three salt and four sweet products were taken to Tallikahvila assortment. The decoration of the café was planned according to the theme of the Food Fair. Simple and pleasant childhood memories were brought into the café to give an unforgettable experience to the customers.

During the fair weekend 1400 customers visited Café Tallikahvila and 460 of them filled in the feedback form. The customer feedback showed, that the customers were very satisfied with the quality of the products. They also made good or excellent experiences of the whole of the café (premises, decoration, customer service).

The result of the thesis work was a functioning theme café concept which satisfied the client as a whole.

Keywords: experience, customer service, product development, café operations development

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	6
1 JOHDANTO	7
1.1 Työn merkitys, rajaukset ja tavoitteet	7
1.2 Koulutuskeskus Sedu, Kauhajoki	7
2 KAUHAJOEN RUOKAMESSUT.....	9
2.1 Ruokamessut	9
2.2 Tallikahvila ja kahvilatoiminnan johtaminen	10
3 ELÄMYS KAHVILAPALVELUISSA	12
3.1 Elämyksen luominen	12
3.2 Yksilön elämys	17
3.3 Asiakaspalvelu osana elämystä	17
3.4 Kahvilan tuotteet	20
3.5 Kahvilan tunnelma.....	21
4 KAHVILATUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN.....	23
4.1 Tuotekehityksen perusteet ja kahvilatuotteiden kehittäminen	23
4.2 Omavalvonta ulkotapahtumassa	27
5 TALLIKAHVILAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS.....	30
5.1 Tallikahvilan tuotteet	30
5.2 Tallikahvilan tila ja elämyksellisyys	31
6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY	33
6.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet.....	33
6.2 Tutkimusmenetelmä.....	34
6.3 Tutkimuksen toteuttaminen	34
6.4 Tutkimuksen tulokset	34
7 POHDINTA	39
LÄHTEET	42

LIITE 1 Ohjeet	1
LIITE 2 Tuotteiden tuoteseloste.....	10
LIITE 3 Tuotteiden tuoteselosteet englanniksi	12
LIITE 4 Tuotteiden tuoteselosteet ruotsiksi.....	14
LIITE 5 Tallikahvilan hinnasto suomeksi.....	16
LIITE 6 Tallikahvilan hinnasto englanniksi	17
LIITE 7 Tallikahvilan hinnasto ruotsiksi.....	18
LIITE 8 Tallikahvilan avattu hinnasto	19
LIITE 6 Projektin alku vaiheita	20
LIITE 7 Kuvia Tallikahvilan tilasta	22
LIITE 9 Kuvia Tallikahvilasta sisustuksen jälkeen.....	25
LIITE 11 Savuton tila kyltti	34
LIITE 12 Vain käteinen kyltti	35
LIITE 13 Työtekijöiden työvaatteet	36
LIITE 14 Vanhanajan kermatoffee karkit.....	38
LIITE 15 Tallikahvilan asiakaspalaute	40

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Elämyskolmio (Tarssanen 2005, 8).....	16
Kuvio 2. Hyvän palvelun osa-alueet (Lahtinen ja Isoviita 2000, 54).	19
Kuvio 3. Tuotekehitysprosessin käynnistäminen (Jokinen 2001, 18).....	25
Kuvio 4. Tuotekehityksen logiikka (Raatikainen 2008, 73).....	26
Kuvio 5. Tallikahvilan asiakasjakauma.....	35
Kuvio 6. Tallikahvilan vastaaja - jakauma eri päivinä	35
Kuvio 7. Vastaajien ikäjakauma	36
Kuvio 8. Tuotteiden myynti.....	37
Kuvio 9. Asiakkaiden mielipide kokonaisuudesta.....	38

1 JOHDANTO

1.1 Työn merkitys, rajaukset ja tavoitteet

Opinnäytetyömme on toiminnallinen opinnäytetyö, joka keskittyy kolmeen osaluokkaan: Tallikahvilan tuotteiden kehittämiseen, kahvilan elämyksellisyyteen annetun teeman mukaisesti sekä koko kahvilan kokonaisuuteen, jota tutkimme määrällisen tutkimusotteen avulla. Toiminnallinen opinnäytetyö on Vilkan ja Airaksisen (2003, 9-10) mukaan tutkimuksellisesta näkökulmasta lähestytty työelämälähtöinen ja käytännönläheinen työ. Opinnäytetyössä on tärkeää yhdistää käytännön toteutus ja tuotoksen tarkka raportointi.

Opinnäytetyömme toimeksiantajana toimi Koulutuskeskus Sedu, Kauhajoki. Toimeksiantajan toiveena oli saada Tallikahvilan toimintaa uudistettua tuotteiden osalta ja saada kahvilan tilat ja tuotteet vastaamaan tämänvuotista Kauhajoen Ruokamessujen teemaa ”Maista mummolan maut”. Halusimme lisäksi saada Tallikahvilan asiakkailta asiakaspalautetta työmme tuloksista: tuotteista, tilasta ja kokonaisuudesta asiakaspalautekyselyn avulla. Budjettimme työhön oli pieni, joten sen asettamien rajoitteiden ja toimeksiannon mukaisesti aloimme tehdä työtä.

Työllä on merkitystä toimeksiantajalle tulevaisuutta ja seuraavien vuosien Tallikahvila-konseptia ajatellen: asiakaspalautteista saadaan arvokasta tietoa asiakkaiden toiveista ja mieltymyksistä. Lisäksi opinnäytetyö kokosi yhteen monia oppiamme asioita: palvelujen ja tuotteiden tuottamista ja kehittämistä, henkilöstöhallintoa sekä elämyksellisyyden tuottamista.

1.2 Koulutuskeskus Sedu, Kauhajoki

Koulutuskeskus Sedu on vuonna 2008 nykyiseen malliinsa rakentunut toisen asteen oppilaitos. Kauhajoella opetus suuntautuu catering-alaan ja sosiaali- ja terveysalaan. Koulutusohjelmaan kuuluva suurtaloukokin koulutus sisältää keittiöopetusta, teoriaa ja näyttöopintoja. Koulutuskeskus Sedulla on hyvä maine ja koulusta valmistuneet oppilaat ovatkin työllistyneet hyvin valmistumisensa jälkeen. Koulu-

tuskeskus Sedun visiot vuodelle 2012 olivat että he olisivat merkittävä valtakunnallinen kouluttaja ja kansainvälinen toimija, houkutteleva opiskelupaikka, josta valmistuu arvostettuja ammattinsa osaajia. Haluttu ja hyvinvointia edistävä työpaikka, joka kehittää toimintaansa ajan haasteiden mukaisesti, aktiivinen verkosto-toimija ja vahva aluevaikuttaja. Koulutuskeskus Sedun koulutuspäällikkönä toimii Mia Jokinen ja vastuopettaja on Marjo Korhola. Opettajina Sedussa Kauhajoella catering-puolella toimivat Katja Kulmala, Riitta Myllyaho, Päivi Mäkiranta. (Koulutuskeskus Sedun nettisivut 29.10.2012.)

Sedu tarjoaa mahdollisuuden opiskelijalle kehittyä vastuuntuntoiseksi ammattinsa osaajaksi, sekä he kehittävät työ- ja elinkeinoelämää edistämällä osaavan työvoiman saatavuutta ja yrittäjyyttä. Lisäksi koulutuskeskus Sedu tarjoaa toisen asteen ammatillisen koulutuksen opiskelijoille, mahdollisuuden kehittyä oman alansa osaaviksi ja arvostetuiksi asiantuntijoiksi. Opiskelu ammatillisessa oppilaitoksessa on käytännönläheistä. Ammatilliset perustutkinnot ovat laajuudeltaan 120 opintoviikkoa ja opiskeluaika on 3 vuotta. Ammatillinen koulutus on monipuolinen väylä työelämään tai jatko-opintoihin. (Koulutuskeskus Sedu nettisivut 29.10.2012.)

2 KAUAJOEN RUOKAMESSUT

2.1 Ruokamessut

Kauhajoen Ruokamessut ovat saaneet alkunsa Kauhajoen emäntäkoulun niemenrannasta, josta ne ovat siirtyneet Hämes - Havuseen jokavuotisen laajentumisen myötä. Kauhajoen Ruokamessut -tapahtuma on järjestetty vuodesta 1990 asti vuosittain Kauhajoen Hämes - Havusessa. Ruokamessut ajoittuvat syyskuun alkuun. Messut tunnetaan Suomen suurimpana pienille ja keskisuurille elintarvikealan yrityksille räätälöidystä tapahtumasta. Messut tarjoavat yrityksille hyvät puitteet markkinoida yritystään sekä tehdä kauppaa. Tavoitteena messuilla onkin, että pienet ja paikalliset yritykset saavat tuotteilleen näkyvyyttä ja yritys tunnettuutta sekä myyntiä. Ruoanvalmistus, terveellisyys, kotimaisuus ja elintarvikejalostuksen mahdollisuudet ovat joka vuosi esillä tavalla tai toisella. Vuoden 2012 messupäällikkö Riitta Alapiha arvioi, että tänä vuonna Ruokamessuilla vieraili messukansaa noin 12 500. Vuosittain järjestettävien messujen teemat paneutuvat moniin kiinnostaviin aiheisiin. Tänä vuonna Kauhajoen Ruokamessujen teemana oli Maista Mummolan maut. Teemaa mukailien messuilla maisteltiin, muisteltiin ja nautittiin monista mummolan ajan ruoista, musiikista ja nautittiin taiteesta, kauniissa syksyisessä säässä. (Alapiha & Anttila 2012, haastattelu.)

Edellisinä vuosina messujen teemoina ovat olleet muun muassa *Makuelämyksiä kodin arkeen ja juhlaan*, *Puutarhasta pöytään*, *Kata – kokkaa – koe*, *Ruuasta laattaa elämään*, *Uskomuksia ja totuuksia ruoasta*, *Tuoreesti ajassa ja vahvasti perinteessä sekä Makumatka ruokamaailmaan*. Vuonna 2005, Ruokamessujen 15-vuotisjuhlavuonna, järjestettiin Kauhajoen Ruokamessut uutuustuote – kilpailu, joka oli avoinna pienille yrityksille, joiden raaka-aineet ja tuotanto ovat kotimaisia. Sama kilpailu järjestettiin uudestaan vuonna 2010, kun Ruokamessut täyttivät 20 vuotta. Tällöin Vuoden uutuustuotteeksi valittiin Profood:n Mummon keittoainekset. (Ruokamessujen nettisivu 17.10.2012.)

Vuoden 2012 messupäällikkönä Kauhajoen Ruokamessuilla toimi Riitta Alapiha ja messusihteerinä Pirkko Anttila (Alapiha & Anttila 2012, haastattelu).

Vuosittain vaihtuvaa teemaa ja koko messukokonaisuutta aletaan pohtia ja suunnitella jo varhain keväällä. Ideariihien avulla saadaan päätetyksi teemat, joihin vaikuttaa ajan trendit, kiinnostuksen kohteet ja puheenaiheet. Ruokamessuissa järjestäjinä ja yhteistyökumppaneina toimivat Kauhajoen kaupunki, Seinäjoen Ammattikorkeakoulu, Koulutuskeskus Sedu Kauhajoki, Suupohjan ammatti-instituutti, Foodpark Oy, Foodwest Oy Seinäjoki ja Helsingin yliopisto Ruralia instituutti Seinäjoki. Vuosien varrella on kertynyt myös seuraavia yhteistyökumppaneita: Pohjanmaan ruokafestivaali, Etelä-Pohjanmaan keittiömestarit ry, Kauhajoki – lehti ja MTK ry Maa- ja metsätaloustuottajain Keskusliitto. Ruokamessut ovat vuosittain koko Kauhajoen kaupungin ja lähikuntien voimannäyte. (Alapiha & Anttila, 2012 haastattelu.)

2.2 Tallikahvila ja sen johtaminen

Tallikahvila on Koulutuskeskus Sedu Kauhajoen suunnittelema kahvilakonsepti, jossa ovat mukana Sedun opettajat ja kokki-opiskelijat. Tallikahvila on ollut mukana Kauhajoen Ruokamessuilla 13 vuotta. Tallikahvilan arvoina voidaan pitää kotimaisuutta sekä käsintehtyjen leivonnaisten ja muiden kahvilatuotteiden arvokkuutta, koska raaka-aineet tilataan lähituottajilta ja suurin osa tuotteista tehdään itse alusta asti. Tallikahvilan toiminnan visiona on, että tulot kattaisivat menot ja toimintaa voidaan jatkaa seuraavanakin vuonna messuilla. (Kulmala, 2012 haastattelu.)

Tallikahvilaa suunnittelemassa ja toteuttamassa ovat koulutuskeskus Sedun kokkiopiskelijat sekä opettajat. Tuotteiden suunnittelu, hinnoittelu ja reseptiikka on ollut ensisijaisesti opettajien vastuulla. Ensimmäisen vuoden kokkiopiskelijat valmistavat tuotteet koululla viikonloppuna opettajan avustuksella. Toisen ja kolmannen vuoden kokkiopiskelijat ovat rakentamassa Tallikahvilaa ja myymässä siellä vuoroittain tuotteita kolmen päivän aikana. Toisen ja kolmannen vuoden opiskelijat somistavat tallikahvilan tilan ja palvelevat asiakkaita kahvilan ollessa auki. (Kulmala, 2012 haastattelu.)

Johdimme itse toisen ja kolmannen vuosikurssin kokkiopiskelijoita Tallikahvilan puhdistuksen, sisustuksen ja koko messutapahtuman toteutuksen aikana.

Moisalon (2010, 46, 49) ja Pentikäisen (2009, 55) mukaan henkilöstön johtamisen tulee perustua harkittuun linjaan ja toimintatapaan. Esimiehen oma ihmiskuva ja käsitys ryhmän toiminnasta määräävät hyvin pitkälle sen, millaiseksi oma johtamisfilosofia muodostuu. Hyvä johtaminen perustuu johdonmukaisuuteen, suoraviivaisuuteen, määrätietoisuuteen ja avoimuuteen. Omalla esimerkillä johtaminen on tehokkain johtamistyyli ja johtamisprosessin keskeinen käsite on päätöksenteko.

Nissinen, Anttalainen ja Kauppinen (2007, 48, 57) muistuttaa, että tärkeä tavoite työssä on vaikuttaa. Tärkeää ei ole tehdä itse vaan saada muutkin tekemään asioita, joita haluaa saavuttaa. Johtamisen onnistumisen perusmittari on se, mitä esimies saa muiden ihmisten kanssa aikaan asetettuihin tavoitteisiin verrattuna.

Kivirannan (2010, 13, 57–60, 130–132) mukaan nuorilla on yleensä lyhyt ja suppea kokemus, minkä vuoksi nuoret ovat ryhmänä yhtenäisempiä verrattuna vanhempiin työntekijöihin. Nuoria ei voi johtaa kokonaisvaltaisesti ja muutosta painottaen. Nuorten kanssa pitää edetä konkreettisesti työn eri vaiheita läpikäyden ja pieniä osioita kerrallaan, heidän johtamisessa tarvitaan asia- ja ihmisjohtamista.

Kaikki työntekijät ikään tai muihin ominaisuuksiin katsomatta toimivat parhaiten, kun heitä käsitellään inhimillisesti ja arvostavasti. Palkitseminen ja kannustaminen tuloksista ja saavutuksista on tärkeää työryhmälle. (Moisalo 2010, 47.)

Ikäasenteiden tunnistaminen on tärkeää, koska ne muodostavat vuorovaikutuksen, yhteistyön ja johtamisen perustan. Omien asenteiden muuttaminen on mahdollista. Asenteiden tunnistaminen helpottaa oman käyttäytymisen havainnointia. Omassa käyttäytymisessä näkyvät asenteet vaikuttavat toistenkin asenteisiin ja käyttäytymiseen. Ei kiinnitetä huomiota ikään, vaan siihen mitä ihminen osaa. Työssä ja elämässä selviytyminen on usein kiinni siitä, kuinka vahvasti luottaa omiin kykyihinsä. (Kiviranta 2010, 28, 52.)

3 ELÄMYS KAHVILAPALVELUISSA

3.1 Elämyksen luominen

Pitkäkosken (2007, 16) mukaan elämystä voidaan kuvailla voimakkaaksi, moniaistiseksi, yksilölliseksi ja muistijäljen jättäväksi kokemukseksi. Elämys on mielenkiintoinen vaikuttavuutensa vuoksi ja se tunnetaan yhtenä kokemuksen tyyppinä. Kaikki edellä mainitut kriteerit ovat tärkeitä elämysten erittelyssä sekä arvioinnissa. Yksilöllisen luonteensa vuoksi elämykset ovat vaikeasti jäljitettävissä, koska jokainen elämys on aina ainutkertainen ja spontaani.

Elämyksiä on erilaisia, osassa henkilö saa seurata vain tapahtumia, toisissa osallistujaa ohjataan halutulla tavalla. Henkilö voi olla elämyksessä mukana henkisesti tai fyysisesti eli seuraako tapahtumaa vai osallistuuko tapahtumaan. Kun henkilö on mukana toteuttamassa elämystä ja on syvällisesti läsnä, sitä kutsutaan todellisuuspakoiseksi elämykseksi. Silloin henkilö on elämyksessä fyysisesti mukana. Kun henkilö seuraa tapahtumaa sivusta, sitä kutsutaan passiiviseksi kokemukseksi. Silloin henkilö on henkisesti mukana. (Tarssanen 2005, 7.) Elämyksistä puhuttaessa viitataan yleensä merkityksellisiin, voimakkaisiin, tärkeisiin kokemuksiin tai tapahtumiin (Karppinen & Latomaa 2007, 101). Elämyksen ulottuvuudet voidaan kokea eri aistein, kuten kuulo – ja näköhavaintona, makuna, tunto – tai tasapainoaistimuksena. (Borg, Kivi & Partti 2002, 26.)

Heikkisen (2003, 29) ja Tarssasen (2005, 7) mukaan elämyksillä pyritään elävöittämään kuluttajan arkea. Yritykset pyrkivät luomaan asiakkaalle viihtyisät, nautinnolliset ja sosiaaliset tilat, joissa asiakas viihtyy ja kokee itsensä tärkeäksi osaksi kokonaisvaltaista palvelutapahtumaa. Asiakas voi kokea elämyksen vasta asiakaspalvelutilanteessa, jolloin tilanteeseen vaikuttavat myös ympäristö ja asiakkaan omat kokemukset.

Pitkäkoski (2007, 18–19) on kuvannut elämykselle yksitoista ominaispiirrettä taulukkoon 1. Ei ole kuitenkaan itsestään selvää, että jokainen elämys täyttäisi kaikki nämä yksitoista ominaispiirrettä. Esimerkkinä voidaan pitää, että moniaistisuuden aste vaihtelee erilaisten elämysten kesken suuresti, elämys voi syntyä vain yhden-

kin aistin varassa. Yleensä aistihavainnot täydentävät ja vahvistavat vaikutelmaa. Elämyksen jokaista ominaispiirrettä voidaan arvioida samoin. Ominaispiirteiden todentaminen jää itse kokijan tulkittavaksi. Yksilön kokemukselle antama merkitys on elämyksen ratkaiseva määrittäjä viime kädessä.

Taulukko 1. Elämyksen ominaispiirteet (Pitkäkoski 2007, 19)

Ominaispiirre	Määritelmä
Ainutkertaisuus	Kuluttaja kokee, että elämys ei voi toistua samanlaisena ja se on mahdollista vain kerran elämässä.
Yksilöllisyys	Kuluttaja kokee, että vain harvoilla on mahdollisuus kokea vastaava elämys.
Jäljittelemättömyys	Toisintona elämys ei enää ole samanlainen, elämyksen kaikkia yksityiskohtia ei voi toistaa.
Todellisuuteen pohjautuvuus	Elämys on niin hyvin toteutettu ja autenttisen tuntuinen, että se olisi voinut olla myös totta.
Kokemuksellisuus	Kuluttaja on voinut itse omilla aisteillaan kokea elämyksen tai osallistua sen toteuttamiseen.
Mieleepainuvuus	Elämys on esimerkiksi harvinaislaatuinen, uusi ja ennen kokematon ja jää siksi myös mieleen.
Positiivisuus	Elämys kohottaa mielialaa ja tuottaa iloa.
Merkityksellisyys	Elämys on yhdensuuntainen kuluttajalle tärkeiden arvojen kanssa.
Moniaistisuus	Elämys antaa monille aisteille ärsykeitä ja on kokonaisvaltaisesti koettu.
Tunnesidonnaisuus	Elämys on koskettanut kokijan tunteita, joihin hän on reagoinut.
Spontaanisuus	Elämykseen sisältyy yllätyksellisyyttä ja rentouden ja välittömyyden kokemuksia, ei noudata tuttua kaavaa.

Eskelisen (2011, 19, 194) mukaan elämyksen syntymisen edellytyksenä on, että kohde on kognitiivisesti tai tunneperäisesti molemmin puoleisesti vetovoimainen, kiinnos-

tava ja taustastaan erottuva. Kun tapahtumaa pidetään erityisesti mieleenpainuvina, se erottaa elämykset palveluista.

Elämyksessä on kysymys ilonpidon ja nautinnon kaipuusta joka saa asiakkaan sitoutumaan tapahtumaan (Mossberg 2003, 11). Kun elämys jatkuu pidempään, se usein monista eri tapahtumista, jotka usein seuraavat toisiaan prosessina (Kokkola & Boxberg 2005, 28). Elämykset ovat ikään kuin pysähdyksiä, joiden aikana jatkuvasti keskeneräinen elämä voidaan kokea hetkellisesti valmiina. Elämys on yksi kokemuksen tyyppi. (Aho, Honkanen & Saarinen 2001, 16.) Elämykseen liitettäviä ominaisuuksia ovat muun muassa aitous, yksilöllisyys, moniaistisuus ja tarina. Yksilöt kokevat tapahtumat eri lailla ja elämyskokemukset ovat erilaisia. Kun asiakas kokee tuotteen ja palvelun uskottavana, tuote on aito. (Tarssanen 2005, 9-11.)

Saarisen (2002, 33–34) mukaan elämyshakuisuus esitellään neljäksi ulottuvuudeksi. Ensimmäiseksi on halu etsiä jännitystä, seikkailua. Toiseksi halutaan vaihtelevia kokemuksia. Kolmanneksi haetaan estottomuutta sekä neljänneksi pyritään estämään ikävystyminen. Halu etsiä jännitystä ja seikkailua ilmenee hakeutumisenä sellaisiin riskialttiisiin tilanteisiin, jotka herättävät epätavanomaisia kokemuksia. Vaihtelevien kokemusten etsiminen tulee esiin haluna etsiä uusia kokemuksia. Estottomuus on kokemusten etsimistä toisista ihmisistä tai juhlimisesta. Alhainen kynnykseen ikävystyä näkyy samanlaisena pysyvien ympäristöjen ja ihmisten välttelynä.

Karppinen ym. (2007, 27–28) toteavat että elämys ja merkitys ovat kokemuksen kaksi puolta tai näkökantaa. Jokaisella kokemuksella on merkityssisältö ja elämys sisältö. Merkitys on suhde ja elämys on tila. Kokemuksen laadusta riippuu missä suhteessa elämys (sisältö, tila) ja merkitys (sisältö, suhde) ovat. Joissakin kokemuksissa painottuu elämys ja elämyksellisyys, joissakin merkitys sekä merkityksellisyys. Elämys ja kokemus liittyvät toisiinsa, kaikki elämykset ovat kokemuksia.

Karppinen ym. (2007, 53–55) kertovat, että aistien välityksellä voimme myös itse tuottaa itsellemme elämyksiä. Elämyksellisyys on aina kokemusten edellytys. Mikä tahansa kokemus voi olla ihmiselle elämys. Elämysten tuottaminen ei välttämättä vaadi suuria investointeja vaan kyse on suhteellisen yksinkertaisista tuotekehitys- ja toimintaprosesseista. Elämysten tuottamisella tarkoitetaan elämyksellisten

puitteiden luomista ja vastaamista. Elämykset tarjoavat selkeää taloudellista lisäarvoa.

Eskelinen (2011, 2, 67–68) muistuttaa että elämykseksi tarkoitetun tapahtuman, palvelun, esineen ja kohteen on kyettävä viettelemään asiakas esteettisellä puoleensavetävyydellä, epätavanomaisuudella, alkuperäisyydellä, kotimaisuudella ja viehättävyydellä. Elämysympäristössä ollessaan asiakas tiedostaa saamansa merkityksen esimerkiksi hyvänä hinta-laatu-suhteena. Asiakas voi kokea elämyksen ilman, että hän sen jotenkin ilmaisisi. Elämys on voimakkain silloin kun se vaikuttaa ihmiseen siten, että hän muuttaa elämäntapansa. Eskelisen (2011, 2) ja Pitkälä-Kosken (2007, 35) mukaan elämyksiä voidaan katsoa monista eri näkökulmista. Elämys on parhaimmillaan vahvasti vaikuttava muutos kokemus. Yllättävyys on elämyksen olennainen elementti.

Elämysten tavoittelua edistävät ajan, rahan ja kohtuullisen terveydentilan ohella myös tiedot tarjonnasta ja taidot tarkoituksenmukaisten valintojen teossa. Ei riitä että tietää mitä haluaa vaan pitää etsiä vaihtoehtoja ja lopulta tehdä päätös valinnasta. Tämä vaatii keskittymistä ja psyykkistä energiaa. (Pitkälä-Koski 2007, 74 – 75.) Tuottamalla elämyksiä yritykset saavat sidottua asiakkaita tuotteisiinsa ja palveluihinsa. Elämyksien tarjoaminen tunnetaan yhtenä asiakasuskollisuuden vahvistamiskeinona. (Tarssanen 2005, 14.)

Elämyskolmiosta (Kuvio 1.) saadaan vastauksia esimerkiksi kysymyksiin: Millainen tuote on elämystuote? Mitä elementtejä tulisi olla, jotta asiakkaalle syntyy elämys? Mitä erottaa toisistaan elämyksen ja kokemuksen? Elämyskolmio on selkeä työkalu tuotteen kriittisten kohtien tai puutteiden löytämiseen. Kuvion avulla voidaan analysoida ja kehittää tuotteita sekä löytää uusia tapoja sen kautta. Malli kuvaa täydellistä tuotetta, jossa kaikilla tasoilla kaikki elämyksen elementit ovat edustettuina. Elämyskuviossa on kuvattu viisi eri kokemuksen tasoa. Alimpana on motivaation taso, jossa luodaan asiakkaan odotukset tuotetta kohtaan. Toisena on fyysinen taso, jossa tuote otetaan vastaan, koetaan, tunnetaan, havaitaan ja tiedostetaan. Kolmantena on älyllinen taso, jolloin päätämme olemmeko tyytyväisiä tuotteeseen. Neljäs taso on emotionaalinen taso eli elämyksen kokeminen. Viidentenä on henkinen taso. Elämyksen elementtejä on kuusi kappaletta: yksilöllisyys, aitous, tarina, moniaistisuus, kontrasti, vuorovaikutus. Kuviossa elämystä tarkistellaan

kahdesta eri näkökulmasta: tuotteen elementtien tasolla ja asiakkaan kokemuksen tasolla. (Tarssanen 2005, 8–12.)



Kuvio 1. Elämuskolmio (Tarssanen 2005, 8)

Kokonaisvaltainen elämys koostuu viidestä eri ulottuvuudesta sekä viidestä elämysten tuottajasta eli keinoista, joilla elämyksiä luodaan. Elämys on kokonaisvaltainen, kun siinä yhdistyvät aistit, tunteet, ajatukset, toiminta sekä tunne yhdenmukaisuudesta. (Pitkäkoski 2007, 36.) Asenteet, mielikuvat ja kokemukset vaikuttavat elämysten tavoittelun suuntautumiseen, etsintään, kohteen valintaan, odotusten muotoutumiseen, paikan päällä nautintaan ja jälkikäteisarviointiin. (Pitkäkoski 2007, 75.)

Kokemus voi koostua tietyistä tuotteesta tai palvelusta, esimerkiksi teatteriesityksestä. Kokemus voi myös olla lisäys tiettyyn tuotteeseen, kuten ruokailu tietyssä ympäristössä. Jotta voitaisiin puhua elämyksestä, sen tulee olla kokonaisvaltaisempi, niin kutsuttu mielentila. Tämä saavutetaan, kun liitetään ydintuotteen ympärille erilaisia tukitoimia, jotka tuovat lisäarvoa yksittäiselle tuotteelle tai toiminnalle. Yksittäinen tuote voi jo sinänsä olla henkeäsalpaava kokemus, kuten täydellinen ruoka-annos. Mutta jotta se saisi elämyksen kaltaisia piirteitä, on siihen liityttävä muutakin esimerkiksi: missä ruoka tarjoillaan, miten paikka on sisustettu ja miten asiakasta palvellaan. (Darmer & Sundbo 2008, 1.)

Nykyään elämyksiä tuotetaan varta vasten rakennetuissa puitteissa. Silloin puhutaan elämystaloudesta. Elämystaloudelle on olennaisin inhimillisyys, erottautuminen, puoleensa vetäminen ja viehättävyys. (Eskelinen 2011, 5.)

3.2 Yksilön elämys

Elämys tapahtuu kokijan mielessä ja sen voima ja vahvuus on yksilöllisesti määriteltävissä. Elämyksen kokeminen perustuu hyvin suurena osana henkilökohtaiseen taustaan tai historiaan. Oleellista on millaisen merkityksen yksilö antaa sille omassa kokemusmaailmassaan. Elämyksen aikana ihminen voi hetkisen nauttia ihmisenä elämisen suurinta mahdollista varmuutta. (Pitkäkoski 2007, 16 – 17.)

Ihmiset kokevat elämykset eri tavoilla. Mietiskely ja hiljentyminen voivat olla elämystä yhdelle, toinen kokee elämyksen extreme – seikkailuista, ja joku kokee elämyksen näiden kahden välillä. (Raitala 2009, 6.) Elämyshakuisuus tarkoittaa yksilön tarvetta kokea vaihtelevia, uusia, moniulotteisia ja voimakkaita olemuksia sekä halua ottaa riskejä saavuttaakseen niitä (Aho ym. 2001, 16). Elämyshakuisille ihmisille uusien elämysten etsiminen tuottaa mielihyvää tuoden elämään samalla riskejä (Saarinen 2002, 35). Elämyksen syntymisen kannalta on oleellista että ihminen on kokemuksessa mukana tunnetasolla, hän kokee sen monilla aisteilla ja tiedostaa kokemuksen. Aktiivisuus on edellytys elämyksen syntymiseen (Pitkäkoski 2007, 27 – 34).

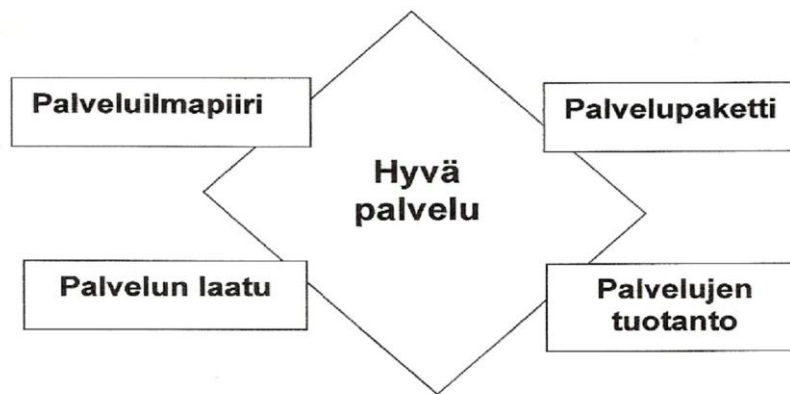
3.3 Asiakaspalvelu osana elämystä

Hyvällä asiakaspalvelulla yritys voi saavuttaa ainutlaatuisen kilpailuedun, jolla se erottuu kilpailijoistaan. Laadukas asiakaspalvelu luo asiakkaalle lisäarvoa, lujittaa asiakassuhdetta ja kehittää yrityksen lisäominaisuuksia. (Rissanen 2005, 16.)

Hyvä asiakaspalvelu vaikuttaa positiivisesti asiakasuskollisuuteen, ostopäätökseen ja ostomäärään. Negatiiviset palvelukokemukset, leviävät nopeasti et siis menetä vain yhtä asiakasta vaan useat potentiaaliset asiakkaat tulevat jotenkin tietoisiksi yrityksen heikosta palvelutasosta. Riittämätön asiakaspalveluosaaminen erilaisten asiakaskohtaamisten yhteydessä laskee koko asiakaspalvelun ta-

soa. (Mäki 2011, 1.) Asiakaspalvelutilanteessa tulisi kiinnittää huomiota sanattomaan viestintään, joka voidaan jakaa esimerkiksi seuraaviin osa-alueisiin: kehon asento, liikkuminen palvelutilanteessa, ilmeet, eleet, katsekontakti, äänenpainot ja sanat sekä oman innostuneisuuden näyttäminen. (Valvio 2010, 108.) Asiakaspalvelutilanteessa edustetaan aina omaa yritystä, ei ole siis samantekevää miten asiakaspalvelija käyttäytyy ja millainen on hänen ulkoinen olemus.

Lahtisen ja Isoviidan (2001, 55) mukaan hyvän asiakaspalvelun osa-alueet syntyvät neljästä osa-alueesta: palveluilmapiiri, palvelupaketti, palvelun laatu sekä palvelujen tuotanto, jotka vaikuttavat koko palvelun rakenteeseen. *Palveluilmapiiriin* kuuluu kaikki se, mitä asiakas kokee, näkee sekä aistii palveluympäristössä. Palveluilmapiiriä kutsutaan usein myös palvelukulttuuriksi, joka heijastaa koko yhteisön arvoja. Palveluilmapiiriin kehittymiseen tarvitaan asiakkaita sekä yrityksen työntekijöitä. (Lahtinen ym. 2001, 41.) Ravintolassa sekä kahvilassa hyvä ilmapiiri alkaa siitä kun asiakas otetaan vastaan hänen saapuessaan, tervehditään ja hänet huomioidaan mahdollisimman pian. Myös muu henkilökunta tervehtii asiakasta hänen saapuessaan ja osaa ohjata häntä, se on tärkeitä luotaessa hyvää palveluilmapiiriä. Palveluilmapiiriin kuuluu kaikki se, mitä asiakas kokee, näkee sekä aistii palveluympäristössä. Palveluilmapiiriä kutsutaan usein myös palvelukulttuuriksi, joka heijastaa koko yhteisön arvoja. (Lahtinen ym. 2001, 41.) Palveluilmapiiriin kehittymiseen tarvitaan asiakkaita sekä yrityksen työntekijöitä. *Palvelupaketti* koostuu erilaisista palveluista ja tuotteista, joita asiakas voi ostaa. Palvelupaketin tulee olla aina asiakaslähtöinen, jolloin palveluilla pyritään tyydyttämään asiakkaiden tarpeita. Palvelupaketin tulee kuitenkin olla myös taloudellisesti kannattavaa. Palvelupaketti koostuu usein peruspalveluista sekä lisäksi siihen liittyvistä lisä- ja tukipalveluista. (Pesonen, Lehtonen ja Toskala 2002, 32–37.) *Palvelulaadussa* palvelun tuottajan ja asiakkaan yhtäaikainen läsnäolo on tyypillistä useimmille palvelutilanteille. Vuorovaikutuksen merkitys on tämän vuoksi palvelun laadun kannalta merkittävässä osassa. Asiakas arvioi palvelun laatua koko palvelutuotantoprosessin kaikissa vaiheissa, asiakkaan laatumielikuva perustuu suureksi osaksi tunnuseikkoihin kun todelliseen tietoon. (Pesonen ym. 2002, 23 ja Lahtinen ym. 2001, 55–57.) *Palvelutuotanto* on vaiheittainen tapahtumasarja, jossa asiakas on yhteydessä palvelutuotantoprosessin muiden osa-alueiden kanssa (Lahtinen ym. 2001, 50–55).



Kuvio 2. Hyvän palvelun osa-alueet (Lahtinen ja Isoviita 2000, 54).

Asiakaspalvelu koetaan usein organisaation voimavarana. Asiakaspalvelu on aineetonta, henkistä osaamista, jota on vaikea kopioida. Asiakaspalvelutilanteessa on aina kysymys asiakkaan auttamisesta ja palvelemisesta. Asiakaspalvelu on asiakkaan ja henkilökunnan välistä vuorovaikutusta, jolla on suuri vaikutus siihen, kuinka asiakas kokee organisaation toiminnan. Asiakaspalvelijalla on vastuu siitä, millainen mielikuva yrityksestä asiakkaalle jää. (Eräsalo 2011, 12–13.) Asiakaspalvelutilanne voi olla haastava, sillä asiakkaat ovat erilaisia ja heillä on erilaisia odotuksia, näkemyksiä asiakaspalvelusta sekä yrityksestä. Osalle asiakkaista riittää tehokas ja asiallinen palvelu, toiset taas vaativat erityiskohtelua. Siksi onkin tärkeää, että asiakaspalvelu on yrityksen voimavara. (Pesonen ym. 2002, 22.)

Hyvässä asiakaspalvelussa asiakasta kuunnellaan ja hänen tarpeensa asetetaan tärkeimmäksi sekä pyritään täyttämään tai ylittämään asiakkaan odotukset palvelun toteutuksessa. Palvelun tulee olla myös luotettavaa sekä tasalaatuista, jolloin asiakas voi odottaa saavansa seuraavallakin kerralla laadukasta palvelua. (Kannisto, Kannisto 2008, 56, 104.)

Tunnetilat liittyvät asiakaspalveluun. Positiiviset tunnetilat henkilökunnasta tarttuvat asiakkaisiin ja luovat hyvää palveluilmapiiriä sekä parantavat palvelukokemuksia. Tämä toimii myös toisinpäin, asiakkaiden ja palveluhenkilöstön negatiiviset tunnetilat latistavat palvelukokemusta siten heijastuvat myös palveluilmapiiriin. (Mäki 2011, 1.)

Asiakaspalvelua ei voi tehdä ennakkoon, vaan se on aina yhdessä asiakkaan kanssa tehtyä toimintaa. Asiakaspalvelutyössä on mahdollista tavata erilaisia ih-

misiä ja toimia sen mukaisesti. (Rissanen 2006, 17.) Asiakaspalvelutilanteet vaihtelevat, jolloin elämyksellisyydellä on yksi huomion arvoinen asema palvelun tuottamisessa. Asiakas ei välttämättä osaa odottaa aina elämyksiä, mutta hän arvostaa sitä, että tilanne tai palvelu on räätälöity hänen tarpeitaan ja toiveitaan varten. (Korkman & Arantola 2009, 21- 25.) Valvio (2010, 108) muistuttaa, että asiakaspalvelijan rooli edellyttää myös esiintymistä esimerkiksi elämystapahtumassa. On tärkeää, että on oma itsensä, mutta asiakaspalvelutehtävissä joutuu esittämään omaa rooliaan elämykseen kuuluvalla tavalla. Esiintyminen on haastavaa ja se onnistuu toisilta paremmin kuin toisilta.

Elämysten tuottamiseen tarvitaan henkilöstö, jolla on uudenlainen ajatusmaailma eli mielikuvitusta ja seikkailumieltä. Elämystä rakennettaessa ei riitä, että osataan tehdä tavaroita tai asioita. On myös ymmärrettävä miten asiakas kokee palvelun ja mitä elämyksellisyys merkitsee. Olennaista on, että palveluntarjoajan on kehitettävä ne olosuhteet, joissa elämys voi syntyä. Palvelun ytimen muodostaa se elämys, jonka henkilö kokee. Muut elementit kuten kohde, ympäristö, henkilöstö ovat välineitä lopullisen tavoitteen eli elämyksen saavuttamiseksi. (Borg ym. 2002, 27–30.) Tänä päivänä kaikesta tekemisestä ja kokemasta haetaan elämystä, olivatpa ne sitten vaatteita, lomamatkoja tai hammaslääkäripalveluita (Varjonen 2001, 40).

3.4 Kahvilan tuotteet

Tuotteet vaikuttavat osaltaan elämyksen syntymiseen. Kun tuotteet ovat yhteydessä elämyksen muihin elementteihin, joita kahvilassa voi tuntea, elämys ja sen kokeminen ovat varmempia. Se näkyy myös asiakaspalvelussa ja joustavuudessa. Aitous tulee näkyviin tuotteen uskottavuudessa. Tuote on silloin aito, jos asiakas kokee sen uskottavana. Yksinkertaisimmillaan aitous on olemassa olevaa ja todellista alueen elämäntapaa ja kulttuuria. Aitouden määrittää viime kädessä asiakas itse. Tuotteeseen liittyvä tarina liittyy oleellisesti tuotteen aitouteen ja on tärkeää rakentaa kokonaisuuden eri elementit yhteen yhtenäisellä tarinalla. Kun tarina on uskottava ja aito se antaa tuotteen kokemukselle sosiaalisen merkityksen, sisällön sekä asiakkaalle syyn kokea kyseessä oleva tuote. Hyvässä tarinassa on faktan ja fiktion elementtejä ja se puhuttelee asiakkaita. Tarina on tuotteen juoni. Tuotteen

moninaisuudella haetaan sitä, että tuote on koettavissa mahdollisimman monin astein. Kaikkien aistiärsykkeiden pitäisi olla luonnollisesti harmoniassa keskenään. Kontrastilla tarkoitetaan erilaisuutta, asiakkaan pitää kokea jotakin uutta, eksoottista ja tavallisesta poikkeavaa. (Tarssanen 2005, 9-11.)

Tuotteen on oltava erilainen suhteessa asiakkaan arkeen. Asiakkaan on voitava kokea jotakin uutta, eksoottista ja tavallisesta poikkeavaa. Uuden sekä erilaisen kokeminen mahdollistaa oman itsen näkemisen toisesta näkökulmasta ja vapauttaa näkemään, kokemaan erilaisella tavalla vapaana arjen rajoituksista ja tottumuksista. Kontrastin tuottamisessa on huomioitava asiakkaan lähtökohdat. On erilaisia ihmisiä, jonka takia myös on erilaisia elämäntapoja; yhdelle eksoottinen on toiselle tuiki tavallista. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 217.) Tuotteen lisäksi elämyskokemukseen vaikuttaa muut asiakkaat, asiakaspalveluhenkilöstö ja ympäristö. Elämystilaa voidaan tarkastella myös laadun näkökulmasta. (Tarssanen 2005, 15.)

Tuotteen tärkeimmistä piirteistä on paikka, jossa tuotteen voi ostaa tai syödä. Myyntipaikka voi olla siis tärkeämpi kuin hankittava tuote. (Markkanen 2008, 98.) Elämys tuotteet ovat tuotteita, jotka tarjoavat mahdollisuuden asiakkaan elämyskokemuksiin, tuotteilla pystytään tarjoamaan mitä erikoisimpia makumatkoja (Karppinen ym. 2007, 109).

3.5 Kahvilan tunnelma

Markkasen (2008, 99) mukaan aistit, joiden avulla asiakas havaitsee myymälän ilmapiirin, ovat näkö-, kuulo-, hajua- ja tuntoaisti. Myymälän visuaalisuus hahmottuu värien, kirkkauden, koon ja muotojen avulla. Pitkäkoski (2007, 66–68) lisää, että se millä väreillä ja muodoilla huonetila on sisustettu, miten henkilökunta on pukeutunut ja tarjolla olevat tuotteet luovat tunnelman. Myös lämpötila, valaistus ja äänimaailma luovat tunnelmia.

Näön lisäksi myös kosketus auttaa muodostamaan mielipiteitä jotka voi muuttaa arvoiksi. Tuntoaistin välityksellä voi tuottaa viestejä tuotteen arvosta, oli se sitten kiinteästi tunnettavissa välittäen kestävyden tunteen tai ylellinen silkinen kangas

välittäen eleganssia kokemusta. Nämä ovat kaikki asiakkaiden tekemiä tulkintoja, jotka ovat lähtöisin materiaalin muodosta ja visuaalisesta ilmeestä. (La Salle & Britton 2003, 89–90.)

Markkasen (2008, 116–117) ja Pitkäkosken (2007, 67) mukaan iloinen musiikki vaikuttaa niin, että odotusaika koetaan lyhyemmäksi. Musiikin on koettu vaikuttavan positiivisesti mielialaan. Monet esineet ympäristössä tuottavat suoria tai epäsuoria signaaleja, jotka viestivät asiakkaalle paikasta. Tuotteet voi myös herättää eloon muistoja ja yhteisiä kokemuksia, erityisesti sellaiset tuotteet, jotka voidaan liittää lapsuuteen ja nuoruuteen.

Asiakkaat ostavat enemmän myös siinä tapauksessa, mikäli he suhtautuvat soitettavaan musiikkiin myönteisesti. Valaistuksen suuntaamisella on myös vaikutusta asiakkaiden turvallisuuden tunteen kokemiseen ja turvallisuuden tunne vaikuttaa heidän kulutushalukkuuteensa. (Williams 2002, 83–84.)

4 KAHVILATUOTTEIDEN KEHITTÄMINEN

4.1 Tuotekehityksen perusteet

Tuotekehityksen määritelmiä on monenlaisia, mutta se vaatii paljon työtä ja monen alan erikoistunutta osaamista. (LUC matkailu 16.10.2012.) Jokisen (2001, 14) ja Raatikaisen (2008, 59, 64) mukaan tuotekehitysprosessi tarkoittaa yksinkertaisuudessaan sitä, että jo olemassa olevia tuotteita kehitellään paremmiksi tai vanha tuote vedetään markkinoilta pois ja tilalle kehitetään aivan uusi tuote. Tuotekehitys on yksi yrityksen tärkeimmistä toiminnoista, vain sen avulla pysytään markkinoilla. Tuotekehityksen tavoitteena on taloudellisesti ja nopeasti kehittää uusia asiakkaiden tarpeita tyydyttäviä tuotteita. Tuotekehitysprosessi on monivaiheinen prosessi, joka alkaa aina ideoinnista uuden tuotteen laadusta ja luonteesta. Tuotekehitysprosessilla kerätään tietoa, jonka avulla tuote saadaan vastaamaan asiakkaan tarpeita ja tehtyä tuotantokelpoiseksi. Tuotekehittely voi olla kokonaan uuden tuotteen suunnittelua, se voi olla myös jo markkinoilla olevan tuotteen parantelua asiakkaan tarpeisiin perustuva.

Tuotekehitysideoiden syntymiselle on tyypillistä, että ne syntyvät yhtäkkiä. Ideoiden keksiminen saattaa vaikeutua jos työskentely on jatkunut vuosia, koska vuosien aikana ajatukset ovat urautuneet ja vanhat ideat tuntuvat ainoastaan mahdollisilta. Ideoiden kehittelyyn voidaan käyttää apuna erilaisia ideointimenetelmiä, esimerkiksi aivoriihi, muuntelumenetelmä, tuplatiimi ja tuumatalkoot. Mutta myös vanhaa tietoa voidaan tarkastella uudesta näkökulmasta (Jokinen 2001, 33). Ideoita karsitaan tuotekehityksen edetessä tavoitteiden mukaisesti. Valintakriteereinä voi olla esimerkiksi liikeidean sopivuus, markkinointinäköymät, tuotantomahdollisuus ja kannattavuus. Ideoiden hyväksyjien tulee osallistua idean kehittelyyn, tutustua eri vaihtoehtoihin ja osallistua päätöksentekoon. Päätöksentekoon osallistuminen on tärkeää, kun idean toteutus tulee alaisen tai työtoverin tehtäväksi. Sanelutyypiset päätökset eivät ole koskaan hyviä. Ideoiden hyväksyttäessä tulisi noudattaa edellä esitettyjen pääsääntöjen lisäksi seuraavia ohjeita: Idea esille keskeneräisenä, älä anna vain yhtä vaihtoehtoa, vältä kyllä - ei vaihtoehtoja. Kuuntele päättäjän mielipiteet ja ota niistä opiksi, tuo esiin tasapuolisesti ideasi

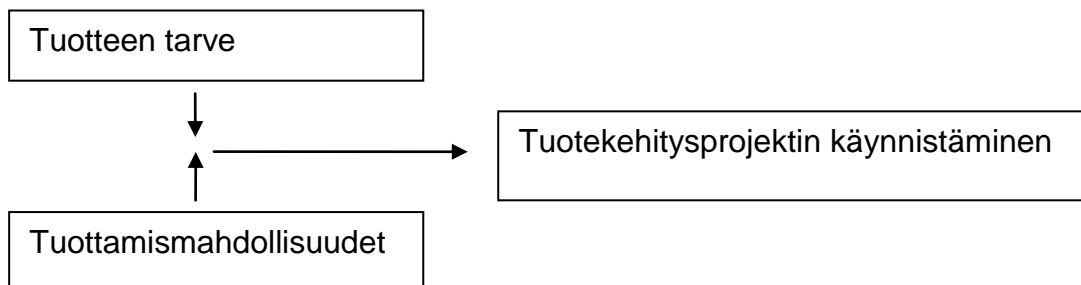
hyvät sekä huonot puolet, älä vähättele muiden havaintoja. Esitä asiasi selkeästi, vältä liian hienoja yksityiskohtia ja hienoja sanoja, äläkä ahnehdi kaikkea kunniaa itsellesi. (Jokinen 2001, 88.)

Uuden tuotekehitysprojektin käynnistämisen edellytyksenä on, että on olemassa tarve tuotteelle ja mielikuva sen toteuttamismahdollisuudesta. Tarve ei ole pelkästään riittävä syy. (Jokinen 2001, 17.) Tuotekehitystoiminnan yhteydessä sattuu yleensä yllättäviä tapahtumia, jotka muuttavat projektin kulkua. Näin lopputuloksesta saattaa tulla enemmän tai vähemmän toisenlainen kuin suunniteltaessa kuviteltiin. Tuotekehityksen tulee olla joustavaa, että jo asetettuja tavoitteita pystytään muuttamaan, jos ilmenee esimerkiksi uusia mahdollisuuksia. Vaikka myös sattumat saattavat luottaa kannattavia tuoteideoita, ei tuotekehitystä kannata perustaa yksinomaan sattumiin, vaan uusien tuotteiden löytäminen tulee olla organisoitua ja systemaattista. (Jokinen 2001, 18–19.)

Jokisen (2001, 9, 14–17) mukaan tuotekehityshanke jaetaan neljään työvaiheeseen: käynnistäminen, luonnostelu, kehittäminen ja viimeistely. *Käynnistämistä* ennen pitää selvittää uuden tuotteen kehittämiskustannukset, markkinointinäkyvät, saatavat tuotot sekä työterveydelliset ja ympäristönsuojelulliset kysymykset. Myönteisessä tapauksessa käynnistysvaihe etenee kehityspäätökseen. *Luonnosteluvaihe* aloitetaan ajoissa, koska vain osa kehityspäätöksessä olleista henkilöistä osallistuu varsinaiseen tuotekehitykseen. Luonnosteluvaihe aloitetaan analysoinnilla, kehityspäätöksestä lähtien laaditaan uudelle tuotteelle asetettavat vaatimukset ja tavoitteet. Tässä kohdassa saattaa tulla ilmi vielä seikkoja, joita ei ollut osattu ottaa huomioon kehityspäätös vaiheessa. *Kehittäminen* taas aloitetaan valitun ratkaisun kokoonpanoluonnoksen laatimisella mittakaavassa. Yleensä tässä työssä havaitaan suunnitelmissa teknisesti ja taloudellisesti heikkoja kohtia, jotka pyritään poistamaan. Kun saadaan kaikki asetetut vaatimukset täytetyksi konstruktio suunnitelmaksi, päättyy kehitysvaihe ja tuloksena on kehitetty konstruktioehdotus. Jos vaatimuksia ei ole pystytty tarpeeksi hyvin toteuttamaan, on kehitystyö aloitettava alusta ja valittava uusi ratkaisuluonto lähtökohdaksi. *Viimeistely* vaiheessa suoritetaan tuotekehitystapahtuman konstruktio viimeistely. Tällöin laaditaan osaluettelot, käyttö- ja huolto- ohjeet ja niin edelleen.

Kokonaisvaltainen tuotekehitys onnistuu vain tuotekehityksen valmistuksen ja markkinoinnin yhteistyönä. Tuotekehitystyössä myös asiakkaiden ja henkilöstön merkitys on avainasemassa, sillä he ovat ideoijia ja osajia. Tuotekehitysprojektin käynnistysedellytykset on tuotteen tarve, idea ja mielikuva sen toteuttamisesta. Pelkkä tarve tuotteelle ei ole riittävä syy kehitykseen. Tuotekehitystyö onnistuu vain tuotekehityksen, markkinoinnin ja valmistuksen yhteistyönä. Tuotekehitystyössä asiakkaiden ja henkilöstön merkitys on avainasemassa, sillä he ovat ideoijia ja osajia. Tuotekehitysprosessissa on monta eri vaihetta. Se käsittää tuotteiden etsimisen, kehitysnäkymien, markkinoiden sekä tuotekehityshankkeen käynnistämiseen tarvittavien tietojen selvittämisen, tuotteen luonnostelun, yksityiskohdallisen suunnittelun, optimoinnin, käyttöohjeiden laatimisen sekä tuotantomenetelmien kehittämisen. Tuotekehityksessä asetetut tavoitteet pyritään täyttämään niin hyvin kun taloudellisesti ja teknisesti on mahdollista. (Jokinen 2001, 9 ja Raatikainen 2008, 60.)

Jokinen (2001, 18) on kuvannut kuviossa 3 tuotekehitysprojektin käynnistämisen.

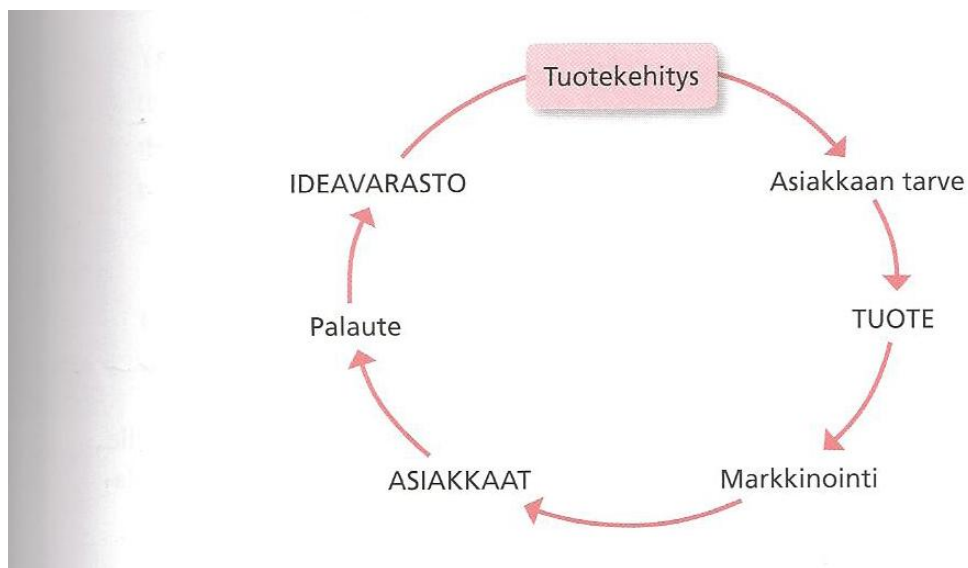


Kuvio 3. Tuotekehitysprosessin käynnistäminen (Jokinen 2001, 18)

Jokinen (2001,19–21) muistuttaa että tuoteideoiden syntymiseksi pitää olla tietoa yrityksen ulkopuolelta sekä yrityksestä itsestä. Tuoteideoita etsiessä on hyvä käyttää apuna ideointimenetelmiä. Tuoteideoita etsiessä kannattaa ensin huomioida myös yrityksen tuotealueet, joilla on potentiaalisesti suurimmat mahdollisuudet. Tuoteideasta laaditaan kehitysehdotus, joka sisältää mm. Kehitettävän tuotteen kuvauksen, tekniset vaatimukset, taloudelliset vaatimukset, käytettävissä olevan kehityspanoksen ja aikataulun. Tuotealueet arvostellaan käyttäen kriteerinä yrityksen toiminta-ajatusta ja yrityksen ulkoisesta ja sisäisestä tilasta kerättyjen tietoja.

Tuotekehitysprosessin luonnostelu- ja kehittelyvaihe ovat tuotteen luotettavuuden kannalta ratkaisevia, tällöin tehdään perusratkaisut, joiden kautta selviää miten korkeaan luotettavuuteen voidaan yleensä päästä. Jos valmistus ei ole huolellista, ei voida saavuttaa korkeaa luotettavuutta. Valmistuksella sekä valmistusmenetelmällä sekä sen valinnalla on suuri vaikutus tuotteen lopulliseen tulokseen. Tavoitteet tulee asettaa korkealle, jotta saavutettavat tulokset ovat hyviä. Ei riitä, että tavoitteeksi asetetaan yhtä hyvä tuote kun markkinoiden paras tuote jo on koska kilpailijatkin kehittävät jatkuvasti omia tuotteitaan. (Jokinen 2001, 27–28, 127.)

Tuotekehittely ja tuotteistaminen organisoidaan yleensä yrityksessä projektiksi. Projekti poikkeaa muista toiminnan organisointitavoista siten, että sen erityispiirteitä ovat väliaikaisuus, päämääräsuuntautuneisuus ja ainutkertaisuus. Usein projekteissa tarvitaan luovuutta ja monialaista osaamista. Monissa yrityksissä on tunnettu ideavarasto, josta otetaan heti seuraava idea työstämisen alle, kun tarvitaan uusia ajatuksia kehitystyössä. Tätä toimintoa kuvataan kuviossa 4.



Kuvio 4. Tuotekehityksen logiikka (Raatikainen 2008, 73)

Tuotteistamisprojektissa on selkeästi laadittava tavoitteet eli se, mihin pyritään. Lisäksi pitää määritellä kehittämiskohteet, joita mahdollisesti on olemassa hinnoittelun, palveluprosessin ja palvelutarjonnan sekä viestinnän osalta.

Vetoavalla tuotteella on merkityksellinen tarina, jonka tuotekehittäjä haluaa kertoa, jonka kuluttajat haluavat kuulla ja johon he tahtovat osallistua. Kannattavuus, te-

hokkuus, laatu sekä turvallisuus ovat menestystuotteiden perusedellytyksiä, kilpailuetua tuovat kyky ennakoida muutoksia (LUC, 14.10.2012).

Tuotekehityksessä asetetut tavoitteet pyritään täyttämään niin hyvin kuin on teknisesti ja taloudellisesti tarkoituksenmukaista ja mahdollista. Tuotekehitystoiminnassa joudutaan lähes kaikkien ihmiselämän alueiden kanssa tekemisiin. Tarvitaan luonnontiedon hyvää tuntemusta ja kykyä luovaan käytännön työhön. (Jokinen 2001, 9.)

Tavoitteiden asettamisessa voidaan käyttää Nadlerin (1965) suosittamaa menetelmää: Ensin unohdetaan taloudelliset ja tekniset rajoitukset ja määritetään teoreettinen ratkaisu tapa. Toiseksi otetaan huomioon tekniset mahdollisuudet ja määritellään ratkaisu tavat. Kolmanneksi otetaan huomioon taloudelliset mahdollisuudet sekä määritetään tekniset ihanneratkaisu tavat. Neljänneksi muotoillaan lopulliset tavoitteet siten, että loppu tulos on mahdollisimman tasapainoinen. (Jokinen 2001, 29.)

4.2 Omavalvonta ulkotapahtumassa

Vuodesta 1995 laki on velvoittanut jokaista ravitsemistoimintaa harjoittavan henkilön noudattamaan itse tekemäänsä, kirjallista omavalvontasuunnitelmaa. (Omavalvonta, EVIRAN nettisivut. 15.10.2012). Ijäs ja Välimäki (2007, 72) kertovat, että omavalvonnalla tarkoitetaan yritysten itse tekemää, jatkuvaa ja järjestelmällistä hygienian valvontaa sekä tarkistusta tuotteiden laadun suhteen. Tavoitteena on estää virheet sekä ongelmat ennen kuin niitä syntyy. Omavalvonta on luonteva jokapäiväisessä toiminnassa, silloin valvonta ja vastuu ovat siellä missä työ tehdään. Omavalvonnan avulla pystytään myös kehittämään yrityksen toimintaa sekä samalla parantamaan taloudellista tulosta. Toimivassa omavalvontasuunnitelmassa on pohdittu käytännönläheisesti olennaiset elintarvikeriskien valvontakohdat.

Elintarvikehygienia on tärkeää jokaisessa tuotannon vaiheessa. Olipa kyseessä sitten raaka-aineen vastaanotto, ruoan valmistus, käsittely, pakkaus ja kuljetus, mikrobien määrä on saatava pidettyä mahdollisimman pienenä ja hygienian on pysyttävä riskirajojen alapuolella. Omavalvonnan toteutumista seurataan rapor-

toinneilla ja kirjallisilla seurantamerkinnoillä. On tärkeää, että jos huomautettavaa löytyy, tilanteet korjataan nopeasti omavalvonnan vaatimalla tavalla. (Välilylä 2009, 5.)

Syyrakki (2009, 6) muistuttaa, että omavalvontasuunnitelma laaditaan kirjallisesti ja siinä on esitettävä mm. toimintojen riskikohdat, menetelmät joilla valvotaan vaaratilanteita, toimenpiderajat riskikohtien valvonnassa ja miten toimitaan toimenpiderajojen ylittyessä. Omavalvontasuunnitelman kirjallisen osuuden ja kirjausten tulee olla näytettävissä viranomaisille pyydettyäessä.

Omavalvonnan toteutumista valvovat elintarvikeviranomaiset ja he neuvovat elintarvikealan toimijoita tarvittaessa. Elintarvikealan mukaan omavalvonta perustuu HACPP – periaatteeseen eli riskien arviointiin ja niiden kontrollointiin. Omavalvonnassa tärkeä osa on myös GHP eli hyvät hygieniakäytännöt. Kaikkia elintarvikealan toimijoita koskee lakisääteisen omavalvontasuunnitelman teko. Velvoite omavalvonnan teosta on määritelty elintarvikelaissa – ja asetuksessa. (Ijäs ym. 2007,72–73, 78.)

Ijäs ja Välimäki (2007, 73- 78) muistuttavat, että ennen kuin elintarviketila hyväksytään käyttöön, pitää omavalvontasuunnitelma esittää terveystoimistoille. Yritys laatii suunnitelman omiin tarpeisiinsa hyväksytyjä periaatteita noudattaen, ottaen huomioon myös omat riskiarvioinnit. Omavalvontasuunnitelmaan nimetään aina vastuhenkilöt mutta silti on tärkeää että koko työyhteisö sisäistää suunnitelman ja ymmärtää sen merkityksen ja sitoutuvat sitä toteuttamaan. Elintarvikkeiden laadun kannalta pitää huomioida jokaisen työntekijän henkilökohtaista hygieniaa ja työtapoja koskeva omavalvonta. Elintarvikealan toimijan on pidettävä kirjaa osana omavalvontaa työntekijöiden hygieniaosaamisesta ja pidettävä sitä ajan tasalla.

Elintarvikealan toimijan on tunnettava oman tuotantonsa kannalta tuotteen tärkeimmät riskitekijät sekä niiden merkitys, jotta hän pystyy luomaan toimivat omavalvontasuunnitelmat (Ijäs ym. 2007, 78).

Omavalvonnan kannalta tärkeitä kohteita, joissa on kriittisiä pisteitä: Lastauksessa kuormatila sekä sen lämpötila, elintarvikkeiden lämpötila lastausvaiheessa, tuhoeläimet sekä pakkaukset. Kuljetuksen aikana huomiota kiinnitetään kuljetuslämpötilaan ja kuljetuslämpötilan mittausjärjestelmään. Purkuvaiheessa kriittisiä pistei-

tä ovat elintarvikkeiden lämpötila sekä jos elintarvikkeet jätetään tilaan, jonka lämpötila poikkeaa huomattavasti elintarvikkeiden varastointi- ja kuljetuslämpötilasta. Siivouksessa kriittisiä pisteitä ovat pesu- ja puhdistustilat, pesu- ja puhdistusvälineet sekä – aineet ja niiden varastointi ja pesu ja puhdistustiheys. Kriittisiä pisteitä henkilökunnalla ovat henkilökunnan terveydentila, työhön opastus ja elintarvikkeiden käsittelyyn liittyvien hygieenisten vaarojen tuntemus sekä työasut (Front 2001, 7-8).

Tilapäisissä tapahtumissa ja ulkotapahtumissa omavalvontaan on kiinnitettävä tarkasti huomiota. On olemassa kolme erilaista ulkomyyntilannetta, joista pitää tehdä omavalvontailmoitus: *säännöllinen myynti ulkona, myynti suurissa yleisötilaisuuksissa ja tilapäinen myynti*. Kauhajoen Ruokamessut kuuluvat Myynti suurissa yleisötilaisuuksissa -ulkomyyntitilanteeseen. Suuri yleisötapahtuma on kyseessä, kun siihen arvioidaan osallistuvan yhtä aikaa yli 500 asiakasta. Ilmoitus pitää tehdä vähintään 15 vuorokautta ennen yleisötilaisuuden alkamista. Omavalvontasuunnitelman on oltava mukana tapahtumapaikalla. Väliaikaisen ruokapalvelun omavalvontasuunnitelman tulee sisältää seuraavia kohtia: toiminnan kuvaus, tavaran vastaanottotarkastus, elintarvikkeiden kuljetusolosuhteiden seuranta, elintarvikkeiden varastointiajan seuranta, kylmälaitteiden sekä kylmänä myytävien tuotteiden lämpötila seuranta. Lisäksi omavalvontasuunnitelmassa tulee olla ruoan tarjolla pitoajan seuranta, siivoussuunnitelma, jätehuollon selvitys, asiakaspalautteen kirjaaminen, asiakirjojen säilytys ja omavalvontasuunnitelman ajan tasalla pitäminen sekä seuranta. (Omavalvonta, EVIRAN nettisivut. 8.11.2012.)

Suur tapahtumien omavalvontaa seuraamaan ja valvomaan nimetään vastuuhenkilöt. Suur tapahtumissa omavalvontaan tulee kiinnittää erityistä huomiota, koska ruoan valmistus- ja myyntitilat ovat poikkeukselliset ja elintarvikkeiden turvallisuudesta on pidettävä huolta.

5 TALLIKAHVILAN SUUNNITTELU JA TOTEUTUS

5.1 Tallikahvilan tuotteet

Toimeksiantajamme toiveiden mukaan Tallikahvilaan tuli kehitellä sekä suolaisia, että makeita tuotteita, jotka vastaisivat ruokamessujen 2012 teemaa ja olisivat erilaisia kuin edellisinä vuosina. Tuotteiden tuli olla helposti valmistettavissa ja tuotteiden suunnittelussa tuli huomioida myös pakkausmateriaali, esille laitto sekä kuljetus.

Aloitimme tuotekehityksen 9.4.2012. Keräsimme aluksi vaihtoehtoja tuotteista ja yhteistyössä toimeksiantajan kanssa päädyimme testaamaan tiettyjä reseptejä. Testasimme tuotteita oman oppilaitoksemme opetuskeittiöllä kolme kertaa, jokaisella kerralla toimeksiantaja sekä ohjaava opettaja oli maistamassa ja kommentoimassa tuotteita. Saimme maistatuskerroilla vinkkejä tuotteiden laadun, rakenteen ja maun parantamiseen. Lopulta saimme päätettyä Tallikahvilaan myyntiin tulevat tuotteet. Tallikahvilassa oli tarjolla kolme suolaista vaihtoehtoa ja neljä makeaa. Olimme huomioineet yleisimmät erikoisruokavaliot tuotteissa. Teimme tuotteiden valmistusohjeet Jamix Ruoka – ohjelmalla mahdollisimman selkeiksi (LIITE 1). Ruokamessuilla oli teemana tänä vuonna ”Maista mummolan maut” joten käytimme teemaa hyödyksemme kehittäessämme tuotteita Tallikahvilaan. Tuotteiden suunnittelussa meidän piti ottaa huomioon se, että elokuussa tulevat uudet kokkiopiskelijat valmistavat suunnittelemamme tuotteet. Tuotteiden pitää olla mahdollisimman helppoja valmistaa sekä ohjeiden pitää olla selkeitä ja tarkasti laadittuja. Haasteen tuo myös se että tuotteiden pitää kestää kuljetusta.

Tallikahvilassa oli tarjolla voisilmäpullaa, kanelikierrepullaa, mustikkapiirasta, mansikkaleivosta, lohileipää, sienileipää ja karjalanpiirakkaa eli 3 suolaista ja 4 makeaa tuotetta erikoisruokavaihtoehtoineen. Kirjoitimme tuotteista tuoteselosteet vitriinin asiakkaiden nähtäväksi (LIITE 2). Teimme tuoteselosteet varmuuden vuoksi myös englanniksi (LIITE 3) ja ruotsiksi (LIITE 4) asiakaspalvelijoille. Loimme tuotteista myös hinnastot suomeksi, englanniksi ja ruotsiksi (LIITE 5), (LIITE6) ja (LIITE 7). Lisäksi teimme avatun version Tallikahvilan hinnastosta ulkovalle (LIITE 8).

5.2 Tallikahvilan tila ja elämyksellisyys

Myös Tallikahvilan tilan suunnittelussa pohjana oli messujen teema. Halusimme luoda tilasta vanhanaikaisen ja ajatuksenamme oli luoda asiakkaille muistoja omasta lapsuudestaan sekä nuoruudestaan ja täten luoda heille elämys. Elämystä luodessa pitää ensin ajatella miltä tilan pitää tuntua ja miten tilasta saa aidon. Asiakkaalle elämys on iso asia ja yksinkertaisilla asioilla saa jo paljon aikaan. Teke-mällä paikasta tunnistettava pienillä asioilla kokonaisuutta unohtamatta tuo asiakkaalle arvokkaan kokemuksen tuntua (Pekka Toivanen 21.5.2012).

Esittelimme toimeksiantajallemme erilaisia vaihtoehtoja muun muassa paikan värimaailmasta sekä erilaisista paperivaihtoehdoista, tekstin fontista sekä sen koosta. Perustelimme itse mielestämme hyvät vaihtoehdot ja painotimme yhdenmukaisuutta. Toimeksiantajamme teki viimekädessä päätöksen. Päädyimme punavalkopaperi-versioon sekä fonttiin monotype corsiva (LIITE 9).

Tallikahvila oli tilana haasteellinen. Kuvia Tallikahvilan tilasta ennen sisustusta (LIITE 10). Suuria muutoksia sisustuksessa ei voinut tehdä, koska tila oli rajallinen ja turvallisuus- ja kulkuyhteydet oli pidettävä avoimina. Linjasto ja vitriini tuli asetella samanlaisesti kuin aiempinakin vuosina, sillä muutokset olivat melko mahdottomia. Tilan pienuus ja hämäryys toivat oman mutkansa tilan suunnitteluun. Päätimme luoda tilaan muutoksia somisteiden ja koristeiden sekä värien avulla. Kahvilalinjaston takaseinä verhoiltiin vaaleilla pitsiverhoilla, kuten aiempinakin vuosina. Seinä oli peitettävä jotenkin, sillä se oli esteettisesti sopimaton kahvilatilaan. Kahvipöytä verhoiltiin punaisella kaitaliinalla ja vaalealla pitsiliinalla. Vitriiniin tuli kakkupaperit ja pihlaja- ja omenapuun oksia. Tuotteet asetettiin esille valkoisille Tee- ma-astioille. Salin sisustuksessa meillä oli vapaammat kädet. Asetimme saliin kolme suorakaiteen muotoista pöytää sekä nurkkaan yhden pyöreän pöydän. Pöytiin asetimme valkoiset, likaa hylkivät pöytäliinat sekä vanhanaikaisia Paavalin kukkia. Pieniin ikkunoihin laitoimme pitsiverhot punaisella nauhalla. Sivupöydän nurkkaan tuli vanhanaikainen radio, jonka takaa laitoimme musiikkia soimaan cd-soittimesta. Seinällä olevalle hyllylle laitoimme mummolasta ja tuttavilta lainaami-amme tavaroita: vanhoja limsapulloja, lasipurkkeja, kahvipurkkeja, keittiövaa’an, tarjottimia, maitotonkan, pärekorin, omenoita, pihlajanmarjoja, vanhan kellon sekä muuta ”mummolamaista” tavaraa. Tallikahvilan ovella oli olkipaaleja ja maitotonk-

kia, joissa oli omenapuun oksia. Lisäksi saimme hinnastolle ja muille kylteille heinäseipäistä tehdyt kehykset, jotka toivat oman lisänsä elämykselliseen tilaan. Kuvia Tallikahvilasta sisustuksen jälkeen (LIITE 11). Loimme tilaan myös Savuton tila – ja Vain käteinen kyltit, jotka jatkoivat samaa vanhanaikaista teemaa (LIITE 12 ja LIITE 13). Jatkoimme elämyksellisyyden hakua myös Tallikahvilan työntekijöiden vaatetuksessa, opiskelijoilla oli muun vaatetuksen lisäksi vanhanaikaiset huivit harteilla sekä hiukset nutturoilla ja opinnäytetyön tekijöillä oli vanhanaikaiset esut/hameet päällä luomassa tunnelmaa (LIITE 14). Valmistimme asiakkaiden elämyksen kokemisen lisäämiseksi vielä vanhanaikaisia kermatoffeita (LIITE 15). Asiakkaat kokivat toffeen positiiviseksi yllätykseksi. Jaoimme sellofaaniin käärittyä makeaa kyselyyn vastanneille henkilöille.

6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

6.1 Tutkimuksen tausta ja tavoitteet

Tallikahvilassa on vuosittainen kerätty palautetta asiakkailta kahvilan toiminnasta ja tuotteista. Tänä vuonna halusimme saada asiakkailta palautetta meidän opinäytetyöhömme liittyen. Suunnittelimme kyselylomakkeen mahdollisimman kevyeksi ja lyhyeksi, jolloin asiakkailta ei mene palautteen antamiseen liikaa aikaa (LII-TE 16). Halusimme saada tietoa tuotteista, tilasta ja koko kahvilan kokonaisuudesta. Tavoitteenamme oli kerätä henkilökohtaisesti mahdollisimman paljon palautetta asiakkailta.

Vilka (2005, 73–75, 81) muistuttaa, että nykyään kyselylomake voidaan lähettää joko sähköpostitse tai Internetin välityksellä mutta paikan päällä tehtynä kysely toimii parhaiten. Kyselylomake on tavallisin määrällisessä tutkimusmenetelmässä käytetty aineiston keräämisen tapa. Kyselylomakkeen on mitattava juuri sitä, mitä teoreettisilla käsitteillä väitetään mitattavan. Muuttujien valinta tutkimuksessa ja kyselylomakkeessa pitää aina perustella vasten tutkimukseen valittua teoreettista viitekehystä ja tutkimuksen tavoitteita. Kyselylomakkeessa ei siis kysytä asioita mielivaltaisesti tyyliin, mitä olisi ”kiva kysyä” tai ”kiva tietää”. Siksi ennen kyselylomakkeen suunnittelua tulee olla päätettynä teoreettinen viitekehys ja keskeiset käsitteet, koska niihin liittyvien yleisten käsitteiden avulla tutkimuksessa mitataan tutkittavaa asiaa. Kyselylomakkeen suunnittelussa on hyvä perehtyä myös laajemmin tutkimuksen aihepiiriä koskevaa teoriakirjallisuuteen ja aiempiin tutkimuksiin. Mittausvaiheeseen kannattaa panostaa, sillä siinä tehtyjä virheitä ei voi korjata millään analyysimenetelmillä (Vehkalahti 2008, 17).

6.2 Tutkimusmenetelmä

Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä tutkimusta ja tutkimusaineiston keruumenetelmänä oli vakioitu kyselylomake. Kyselylomake oli jokaiselle vastaajalle samanlainen. Päätimme jakaa kyselylomakkeita satunnaisesti valituille henkilöille, jotka asioivat kahvilassa.

6.3 Tutkimuksen toteuttaminen

Ajan hallinta on yksi tärkeimmistä elementeistä projektin ohjauksessa. Onnistuneella aikataulutuksella on suora yhteys projektin onnistumiseen ja se helpottaa myös projektin kustannusseurantaa. Vaikka tarkastikin laadittu aikataulu saattaa muuttua projektin edetessä, niin on kuitenkin tärkeää luoda projektille takaraja, jolloin projektille asetetut tavoitteet on oltava kunnossa. (Kauhanen, Juurakko & Kauhanen 2002, 99.)

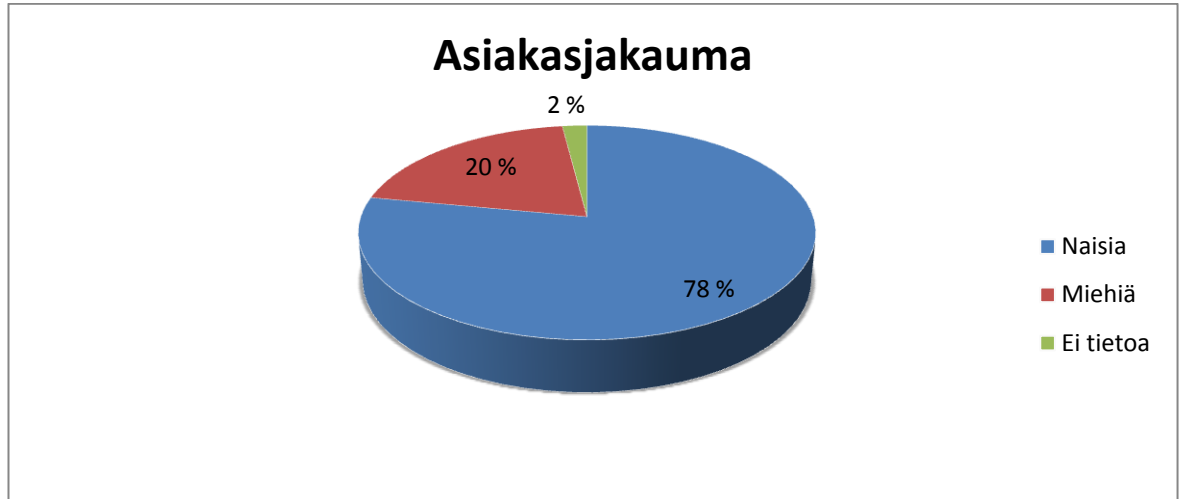
Tutkimuksen toteuttaminen tapahtui Ruokamessuilla paikan päällä 31.8–2.9.2012. Jaoimme asiakastyytyväisyyskyselyitä ihmisille henkilökohtaisesti. Uskoimme saavamme näin paremmin palautetta suuremmalta osalta asiakkaista kun olemme sosiaalisessa kanssakäymisessä asiakkaiden kanssa koko tapahtuman ajan. Tutkimukseen osallistuivat kaikki kyselyyn vastanneet henkilöt.

6.4 Tutkimuksen tulokset

Tallikahvilan noin 1400 asiakkaasta tutkimuskyselyyn vastasi 460 henkilöä. Vastuslomakkeet jaettiin asiakkaille ja messujen päätyttyä tutkimusaineistoa alettiin purkaa Exceliin.

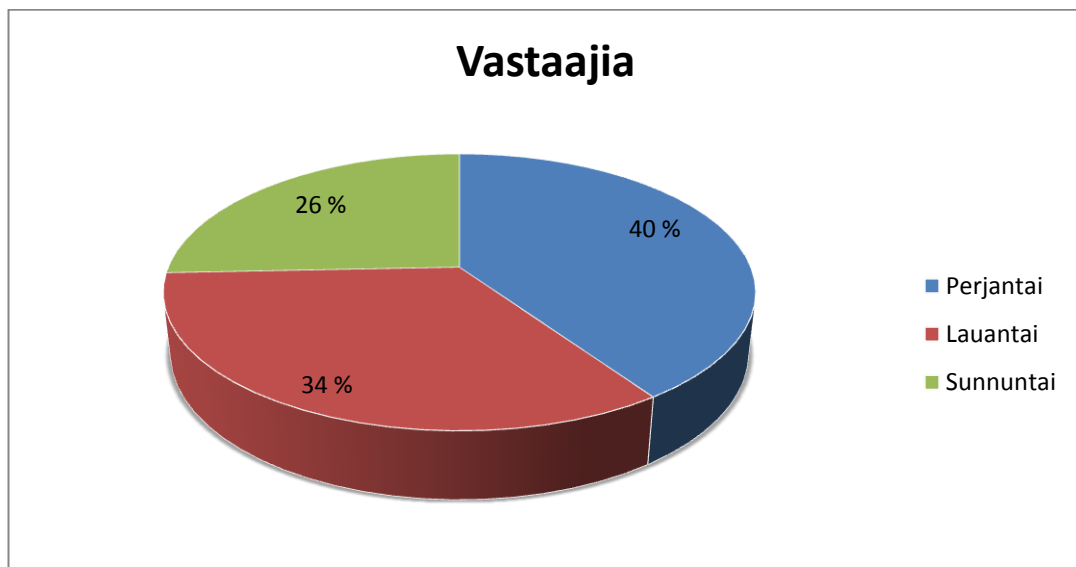
Tutkimusprojektin kautta saatiin paljon positiivista palautetta kahvilan toiminnasta ja tuotteista. Vaikka positiivista palautetta on aina mukava saada, myös kriittinen ja kehittävä palaute on tärkeää. Asiakkaan huomaamat puutteet tulee huomioida ja toimintaa tulee kehittää niin, ettei samoja virheitä pääse tulevaisuudessa tapahtumaan (Määttä, Nuutila & Saranpää, 2004, 120).

Kolmen päivän aikana vastaajista enemmistö oli selvästi naisia 361 ja 92 miehiä. 7 vastaajaa ei ollut ilmoittanut sukupuoltaan lainkaan.



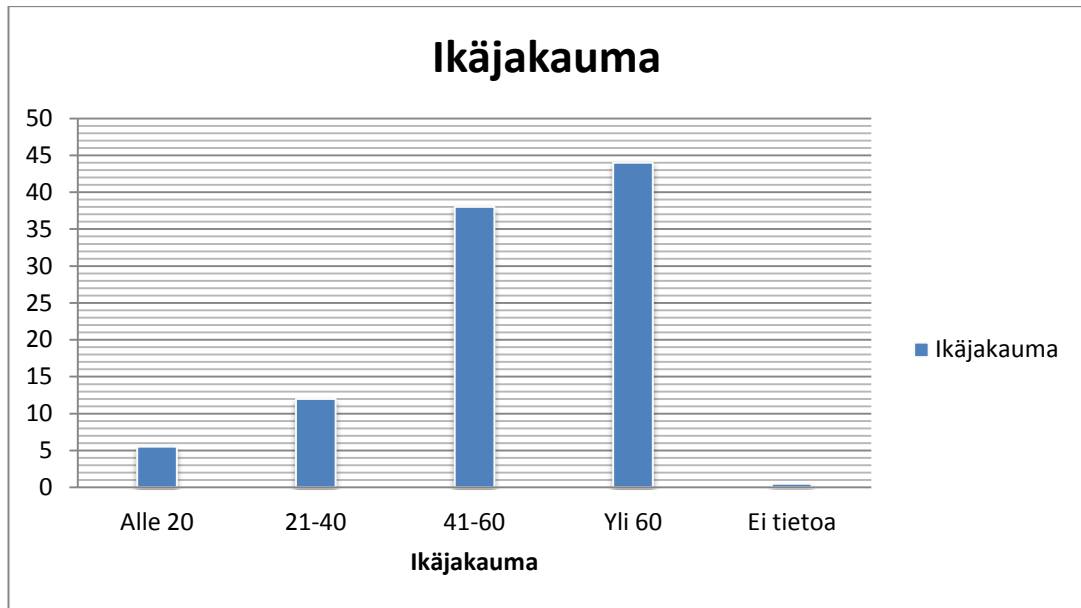
Kuvio 5. Tallikahvilan asiakasjakauma

Asiakaspalautteisiin Tallikahvilassa vastasi perjantaina 186 (40 %), lauantaina 156 (34 %) ja sunnuntaina 118 (26 %).



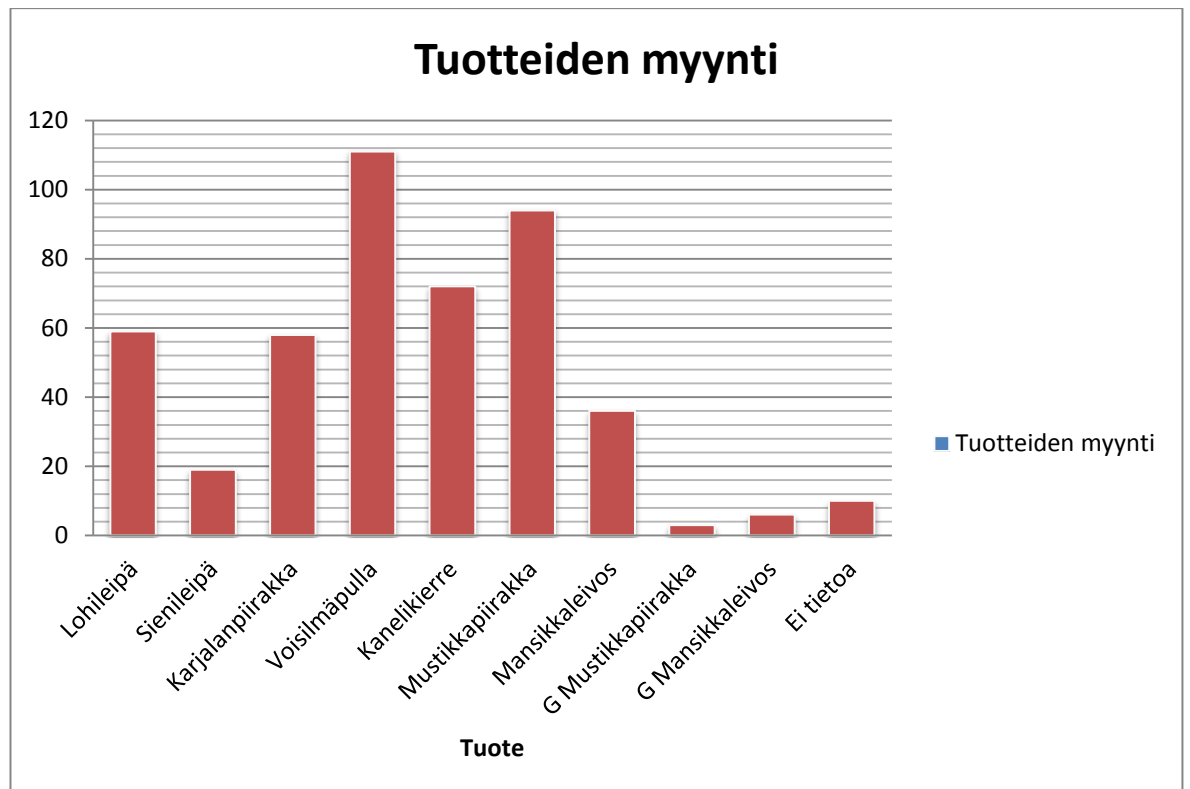
Kuvio 6. Tallikahvilan vastaaja - jakauma eri päivinä

Messujen aikana alle 20 – vuotiaita vastaajia oli yhteensä 24. Ikävälille 21–40 si-joittui 55 vastaajaa. 41–60 ikäisiä vastaajia oli 174 ja yli 60 –vuotiaita vastaajia oli 205. Vastaajista kaksi eivät ilmoittaneet ikäänsä.



Kuvio 7. Vastaajien ikäjakautuma

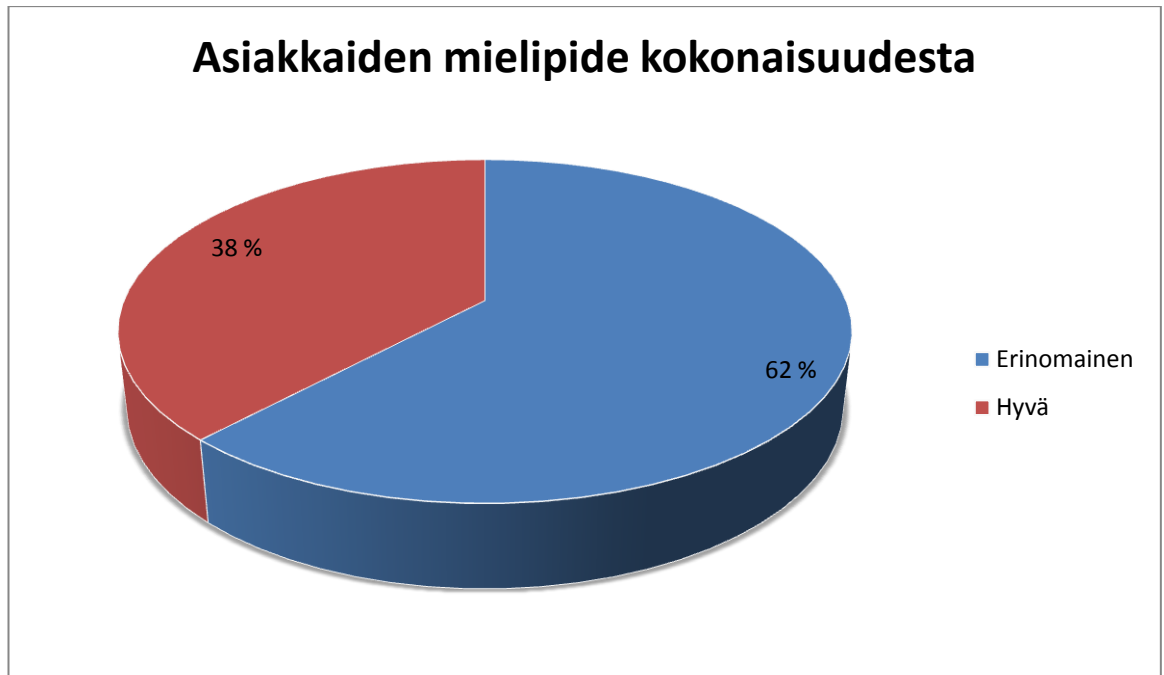
Kolmen päivän aikana sienileipää nautti 19 henkilöä ja lohileipää osti 58 henkilöä. Karjalanpiirakkaa osti 57 henkilöä vastanneista. Voisilmäpullaa otti 110 henkilöä ja kanelikierrepullaa 71 henkilöä. Vastanneista 93 osti mustikkapiirakkaa ja 34 asiakasta osti mansikkaleivoksen. Gluteenitonta mustikkapiirakkaa osti kolme vastanneista ja gluteenittoman mansikkaleivoksen otti viisi henkilöä. Vastaajista kymmenen jätti kertomatta, minkä tuotteen he valitsivat.



Kuvio 8. Tuotteiden myynti

Kaikki kyselyyn vastanneet henkilöt olivat tyytyväisiä tuotteiden makuun ja ulkonäköön.

Vastaajista 455 olivat sitä mieltä että salin sisustus, somistus ja musiikki vastasivat teemaa hyvin. Neljä vastaajista oli sitä mieltä, että kahvilan tila vastasi osittain teemaa. Yksi asiakas jätti vastaamatta kysymykseen. Kukaan vastaajista ei ollut tyytymätön tilan ulkonäköön.



Kuvio 9. Asiakkaiden mielipide kokonaisuudesta

Kyselyyn vastanneista henkilöistä 61,5 % (283 henkilöä) olivat sitä mieltä, että koko kahvilan kokonaisuus oli toteutettu erinomaisesti. Vastajista 38,5 % (177 henkilöä) kokivat kahvilan kokonaisuuden vastanneen odotuksia ja teemaa hyvin. Tallikahvilan tuotto vuonna 2012 oli noin 5786 euroa.

7 POHDINTA

Opinnäytetyön aihetta miettiessämme saimme erilaisia vaihtoehtoja ruokamessuihin liittyen. Päädyimme Tallikahvilan toiminnan ja tuotteiden kehittämiseen liittyvään aiheeseen toimeksiantajamme idean pohjalta. Meitä molempia yhdisti se, että tahdoimme tehdä haastavan ja erilaisen työn. Toiminnallinen opinnäytetyö oli meille molemmille sopiva ratkaisu, koska käytännönläheinen työ oli mielenkiintoisempi ja parempi vaihtoehto. Meillä molemmilla oli ollut kokemuksia tapahtumien järjestämisestä, joten se helpotti tämän tilaisuuden suunnittelua ja organisointia. Aihe oli mielenkiintoinen ja uusi meille molemmille. Koimme tämän eduksi, koska olimme valmiita ottamaan haasteen vastaan ja kokeilemaan erilaisia ratkaisuja. Parityön etuna oli myös saada toisen näkökulmaa työskentelyyn ja samalla koimme oppivamme enemmän.

Projektin alussa saimme melko vapaat kädet lähteä toteuttamaan projektia mutta päätimme heti alkumetreillä rajata aiheemme kolmeen osaan: Tallikahvilan tuotteiden kehittämiseen, kahvilan elämyksellisyyteen annetun teeman mukaisesti sekä koko kahvilan kokonaisuuteen. Halusimme myös toteuttaa asiakaspalautekyselyn, sillä koimme sen olevan paras vaihtoehto saada konkreettista ja selkeää palautetta kahvilan tuotteista ja toiminnasta.

Suunnittelimme heti aikataulun, jolla etenimme työtä tehdessä. Lähdimme aluksi muodostamaan teoriapohjaa alan kirjallisuuden, artikkelien sekä Internet-lähteiden avulla, joiden avulla pystyimme hahmottamaan tuotekehityksen ja elämyksen elementit. Tarkastelimme teoriaosiossa laajasti elämyksen eri näkökulmia ja kiinnitimme erityisesti huomiota elämyksen luomiseen. Käytimme näitä teorioita soveltuvien osien pohjana työllemme. Tuotteiden kehittämisen, testaamisen ja maistatukseen toteutimme viikoilla 17–19. Meillä oli neljä maistatuskertaa, joissa mukana olivat toimeksiantajamme sekä ohjaava opettajamme. Viimeisellä maistatuskerralla saimme päätettyä Tallikahvilaan myyntiin tulevat tuotteet. Kesän aikana kirjoitimme kirjallisuustaustaa ja saimme sen pohjalta arvokasta tietoa suunnitelmiamme pohjaksi. Palatessamme kouluun projektin pariin syksyllä petyimme hieman siihen, millaisia muutoksia työhön oli tullut, aivan kuin emme olisi tehneetkään mitään tuotekehitystä ja paljon asioita oli päätetty meidän puolestamme. Kaikki muutokset

eivät olleet mieleemme, sillä olimme keväällä tehneet paljon töitä projektin eteen. Siitä huolimatta yhteistyö toimeksiantajamme kanssa onnistui hyvin ja olisimmekin toivoneet yhtä hyvää yhteistyötä kaikilta ihmisiltä, jotka työskentelivät kanssamme opinnäytetyön aikana. Saimme kuitenkin jatkettua projektia eteenpäin aikataulun mukaisesti.

Opinnäytetyömme keskeisenä tavoitteena oli siis suunnitella Tallikahvilaan tarjottavia tuotteita sekä luoda kahvilaan elämys annetun teeman mukaisesti. Opinnäytetyömme teoreettinen osio tarjosi hyvän perustan itse tapahtuman tekoon. Lisäksi se helpotti huomattavasti kirjoittamista tapahtuman jälkeen. Teoriapohjan kautta saimme paljon ideoita tapahtuman suunnitteluun ja vastauksia tutkimuskysymyksiimme. Toimeksiantajan ja Seinäjoen Ammattikorkeakoulun antama budjetti työllemme oli hyvin pieni mutta saimme luotua Tallikahvila-konseptiin uusia ja erilaisia näkemyksiä tästäkin huolimatta.

Saavutimme mielestämme työn tavoitteet hyvin, sillä toimeksiantajamme oli erittäin tyytyväinen tilaisuuden somistukseen sekä siellä tarjoiltaviin tuotteisiin. Myös asiakkaat kokivat kahvilan kokonaisuuden onnistuneeksi. Emme olisi itse tehneet mitään toisin lopputulosta ajatellen. Mielestämme toimeksiantajamme Koulutuskeskus Sedu sai paljon tärkeää tietoa seuraavia vuosia ajatellen suunnitellessaan tuotteita, teemaa, sisustusta ja Tallikahvilan kokonaisuutta.

Päivät Kauhajoen Ruokamessuilla Tallikahvilassa menivät mielestämme todella hyvin. Tietenkin aina pieni jännitys kuuluu olla. Olimme itse paikan päällä kaikkina kolmena päivänä. Mielestämme se oli hyväksi, koska näin saimme kaiken toimimaan niin kuin itse olimme suunnitelleet. Saimme näin parhaiten säilytettyä kokonaisuuden elämyksessä.

Kuten työssämme on tullut esille, toteutimme Tallikahvilan yhteistyössä koulutuskeskus Sedun kokkiopiskelijoiden kanssa. Olimme positiivisesti yllättyneet heidän työpanokseensa, kaikki olivat ensimmäisestä päivästä viimeiseen päivään hymyssä suin ja opiskelijat olivat todella oma-aloitteisia. Ainoa asia, johon olisimme toivoneet parannusta, oli asiakaspalvelu. Asiakaspalveluun voidaan kouluttautua, mutta paljon on kiinni myös se omasta asenteesta. Toivomme, että tämä oli heidän mielestä upea kokemus josta heille jäi muistoja mieleen.

Tulosten ja kokemusten kirjoittaminen raportin muotoon oli ehkä vaikeinta. Se, että miten ne saisi järkevästi kasattua, oli haastavaa. Saimme silti mielestämme luotua oikeista tuloksista selkeästi luettavat kuviot, sekä pystyimme luomaan kuvion alle selkeän ja ymmärrettävän tekstin. Selkeän lopputuotoksen luominen vaati paljon aikaa ja työtä ja välillä olikin hetkiä, jolloin into ja kiinnostus työn suunnitteluun ja raportointiin oli alhaista eikä työ edennyt täysin aikataulun mukaisesti. Saimme kuitenkin aina itseämme niskasta kiinni ja motivaatio kirjoitustyöhön löytyi.

Lopputuloksena voitaneen sanoa, että toiminnallinen opinnäytetyömme keräsi yhteen ammattikorkeakoulussa oppimiamme asioita monilta eri osa-alueilta, saimme toteutettua sekä omat että toimeksiantajan tavoitteet ja lopputulos työstä on mieleisemme.

LÄHTEET

- Aho, S, Honkanen, A & Saarinen Jarkko. 2001. Matkailuelämykset tutkimuskoh- teina: suomalaisen matkailututkijaverkoston 10- vuotisjulkaisu. Rovaniemi: La- pin yliopisto.
- Alapiha, R. 2012. messupäällikkö. Kauhajoen Ruokamessut. haastattelu. 28.9.2012.
- Anttila, P. 2012. messusihteeri. Kauhajoen Ruokamessut. haastattelu. 28.9.2012.
- Borg, P, Kivi, E & Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi: matkailusuunnittelun periaatteet ja käytäntö. Helsinki: WSOY.
- Darmer, P. & Sundbo, J. 2008. Creating Experiences in the Experience Economy. Cheltenham: Edward Elgar Publishing Limited.
- Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.
- Eskelinen, M-L. 2011. Älykkään elämyssysteemin johtaminen. 12. uud. p. Mikkeli: Mikkelin Ammattikorkeakoulu.
- Eskelinen, M-L. 2011. Elämysteemisen liiketoiminnan luominen. 13. uud. p. Mikke- li: Mikkelin Ammattikorkeakoulu.
- Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. Päivitetty 30.10.2012. Elintarvikeläinsäädäntö. [Verkkolähde]. Helsinki: Elintarviketurvallisuusvirasto Evira. [Viitattu 15.10.2012]. Saatavana: http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/valmistus_ja_myynti/elintarvikelainsaa_danto/
- Front, M. 2001. Elintarvikekuljetukset ja hygienia. Vammala. Elintarvike- ja terve- yslehti.
- Marko, M. 2011. Asiakaspalvelu ja palvelujohtaminen vaikeissa asiakastilanteissa. [Verkkojulkaisu] Helsinki: Haaga - Helian Ammattikorkeakoulu. [Viitattu 16.10.2012]. Saatavana: http://www.henryorg.fi/data/dokumentit/UU_2011/Asiakaspalvelu%20erilaisissa%20asiakastilanteissa.pdf
- Heikkinen, V. A. 2003. Palvelutuottajasta elämysten ja mielihyvän tuottajaksi: kar- toitus majoitus- ja ravitsemisalan yritysten kilpailukykytekijöistä. Helsinki: Haa- ga Instituutin Ammattikorkeakoulu.
- Ijäs, T & Välimäki, M-L. 2007. Tunne hygieniaosaaminen. Helsinki: Otava.

- Jokinen, T. 2001. Tuotekehitys. Helsinki: Hakapaino Oy.
- Kannisto, P & Kannisto, S. 2008, Asiakaspalvelu, tiedettä, taikuutta vai talonpoikaisjärkeä. Jyväskylä: Gummerus.
- Karppinen, S. J. A & Latomaa, T. 2007. Seikkaillen elämyksiä. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Kauhajoen Ruokamessut. Media-arkisto 1997-2011. [Verkkosivut] Kauhajoki: Kauhajoen Ruokamessut. [Viitattu 17.10.2012]. Saatavana: <http://www.ruokamessut.fi/2012/media.asp>
- Kauhanen, J, Juurakko, A & Kauhanen, V. 2002. Yleisötapahtumien suunnittelu ja toteutus. Helsinki: WSOY.
- Kiviranta, R. 2010. Onnistu eri-ikäisten johtamisessa. Juva: WS Bookwell Oy.
- Kokkola, R & Boxberg, M. 2005. Matkailuyrityksen tuotekehitys. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Korkman, O & Arantola, H. 2009, Arki, Eväitä uuteen asiakaslähtöisyyteen. Juva: WSOYpro.
- Koulutuskeskus Sedu. Päivitetty 2.11.2011. Tietoa koulutuskeskus Sedusta. [Verkkosivu]. Seinäjoki: Koulutuskeskus Sedu. [Viitattu 29.10.2012]. Saatavana: http://www.sedu.fi/Koulutuskeskus_Sedu/Tietoa_Koulutuskeskus_Sedusta.iw3
- Kulmala, K. 2012. tuntiopettaja. Koulutuskeskus Sedu Kauhajoki. haastattelu. 9.4.2012 ja 3.5.2012
- Lahtinen, J & Isoviita, A. 1998. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lahtinen, J & Isoviita, A. 2001, Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Gummerus.
- LaSalle, Dianna & Britton Terry A. 2003. Priceless: Turning ordinary products into extraordinary experiences. Boston. Harvard Business School Press.
- Markkanen, D. 2008. Myymäläympäristö elämysten tuottaja: myymäläsuunnittelun työkalupakki. Helsinki: Talentum.

- Matkailualan tutkimus ja koulutusinstituutti. 2010. Tuotekehitys arjessa. [Verkkolähde] Lappi: LUC matkailu, Lapin korkeakoulukonserni. [Viitattu 16.10.2012]. Saatavana: http://matkailu.luc.fi/Tuotekehitys/Tuotekehitys_arjessa.iw3
- Moisalo, V-P. 2010. Arjen johtaminen. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.
- Mossberg, L. 2003. Att skapa upplevelser – Från OK till WOW!, Studentlitteratur: Lund.
- Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää, T. 2004. Juhlal palvelu: suunnittele ja toteuta. Helsinki: WSOY
- Nissinen, V, Anttalainen, J & Kauppinen, R. 2007. Sovella syväjohtamista: huipputuloksiin vuorovaikutusta oppimalla. Helsinki: Tammi.
- Pentikäinen, M. 2009. Ensiaskleet esimiehenä. Helsinki: WSOYpro.
- Pesonen, H-L. Lehtonen, J. & Toskala, A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Pitkäkoski, T. 2007. Elämyksen alkulähteillä: erilaisiin ruokamatkailuelämyksiin liittyvien kuluttajakokemusten vertaileva analyysi. Vaasan yliopisto, kauppatieteellinen tiedekunta, markkinoinnin laitos, markkinointi. Lisensiaatintyö.
- Puustinen, A. & Rouhiainen, U.-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Helsinki: Edita.
- Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita.
- Raitala, M. 2009. Kokemuksia elämyksellisestä ravintolapalvelusta. [Verkköjulkaisu] Seinäjoki: Seinäjoen Ammattikorkeakoulu. Liiketalouden, yrittäjyyden ja ravitsemisalalan yksikkö, palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Opinnäytetyö. [Viitattuna 6.8.2012]. Saatavana: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-200911306454>
- Rissanen, T. 2005. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa: Fram.
- Saarinen, J. 2002. Elämys teollisuutta, taloutta vai jotakin muuta. Rovaniemi: Lapin yliopistokeskus.
- Syyrakki, S. 2009. Elintarvikehygienian perusteet. 11.uud.p. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.
- Tarssanen, S. 2005. Elämystuottajan käsikirja. 2.uud. p. Rovaniemi: Lapin elämys-teollisuuden osaamiskeskus.

- Toivanen, P (muotoilija, toimitusjohtaja, Muotohiomo). 2012. Vaikuttaako design makuelämykseen? Helsinki: Atria 100 Nuorta kokkia Atrian koulutus.
- Valvio, T & Helsingin seudun kauppakamari. 2010. Palvelutapahtuma ja asiakkaan kohtaaminen. Hämeenlinna: Kirjapaino Oy.
- Varjonen, J. 2001. Elämyksiä, terveyttä, vaihtelua: 2000- luvun ruokailutottumukset. Helsinki: Kuluttajatutkimuskeskus.
- Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: TAMMI.
- Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: TAMMI.
- Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.
- Välkylä, T. 2009. Yleisötilaisuuden järjestämisopas. Pori: Suomen ympäristö - ja terveysalan kustannus.
- Williams, A. 2002. Understanding the Hospitality Consumer. Butterworth Heinemann. Rochester, Kent

LIITE 1 Ohjeet

Vanhanajan voisilmäpulla

annoskoko 77 g annoksia 50 kpl tarkennus TK

ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino	paino-häviö	ostopaino	Hinnat verollisia	
					a-hinta €/kg	rivihinta €
1 Vesi	1,0 l	1,000 kg		1,000 kg		
Hiiva	2,5 kpl	0,125 kg		0,125 kg	2,53	0,32
Kananmuna	2,0 kpl	0,120 kg		0,120 kg	1,24	0,15
Sokeri	4 dl	0,340 kg		0,340 kg	0,72	0,24
Voi, laktositon		0,300 kg		0,300 kg	3,78	1,13
Suola	1 rkl	0,021 kg		0,021 kg	0,52	0,01
Kardemumma	½ dl	0,020 kg		0,020 kg	36,63	0,73
Vehnäjauho puolikarkea	2,9 l	1,900 kg		1,900 kg	0,38	0,72

1. Varaa raaka-aineet ja välineet (valmistetaan yleiskoneen kulhossa)

2. Laita voi sulamaan ja lämmitä vesi kädenlämpöiseksi. Lisää lämmitettyyn veteen hiiva, sokeri, suola, kananmunat, kardemumma sekä sulatettu voi ja jauhot

3. Vaivaa taikinaa hetken ja kohota leiviniinan alla taikinaa n. 20min

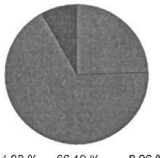
4. Jaa taikina kahteen osaan, pyöritä yhdestä osasta käsin pitkä pötkö ja leikkaa siitä n. 70g pullia. (punnitse ensimmäiset pullat vaa-alla) muista tasakokoisuus. Laita pyörityt pullat leivinpaperin päälle pellille, muista jättää kohoamisvaraa n, 3cm ja kohota liinan alla n. 5min

5. Leikkaa kohoamisen jälkeen saksilla pullan pintaan viillot ja täytä voi nokareella sekä sokerilla. Voitele kananmunalla, ripottele voitelon jälkeen pullan päälle raesokeria ja paista 200 asteessa n, 5-10min

PAINOT	Raaka	kypsymishäviö	Kypsä	jakeluhäviö	Lopullinen
kokonaispaino	3,826 kg	0 %	3,826 kg	0 %	3,826 kg
annoskoko	77 g		77 g		77 g

KUSTANNUKSET	Raaka-aineet	Muut kustannukset	Yhteensä
kokonaishinta	3,30 €	0,00 €	3,30 €
kilohinta	0,86 €	0,00 €	0,86 €
annoshinta	0,07 €	0,00 €	0,07 €

RAVINTOSISÄLTÖ Saanti 100 g kohden

Energiaravintoaineet			Energia 269,24 kcal 1126,52 kJ 1,13 MJ	Kivennäisaineet		Vitamiinit	
Rasva	7,14 g	24,08 %			Natrium	247,67 mg	A-vitamiini
Tyydyttyneet	3,56 g	12,01 %	Kalium		98,76 mg	D-vitamiini	0,11 ug
Monoeenit	1,40 g	4,72 %	Kalsium		10,01 mg	Tiamiini (b1)	0,06 mg
Monitydytt.	0,27 g	0,91 %	Magnesium	11,88 mg	Riboflaviini (b2)	0,09 mg	
Hiilihydraatti	43,86 g	66,19 %	Fosfori	64,07 mg	Niasiiniekv.	2,08 mg	
Proteiini	5,94 g	8,96 %	Rauta	0,74 mg	Pyridoksiini (b6)	0,07 mg	
Laktoosi	0,00 g		Sinkki	0,58 mg	B12-vitamiini	0,07 ug	
Kolesteroli	9,87 mg		Suola	0,61 g	Foolihappo	50,57 ug	
Ravintokuitu	1,95 g		Suola-%	0,61 %	C-vitamiini	0,00 mg	
Linolihapo	0,25 g	0,84 %	Vesi	37,34 g	E-vitamiini	0,24 mg	
Sokeri	8,95 g	8,95 %					
Sokerit yht.	9,03 g						

Kaneli-kierrepulla

annoskoko 79 g annoksia 50 kpl tarkennus TK

ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino	paino- häviö	ostopaino	Hinnat verollisia	
					a-hinta €/kg	rivihinta €
1 Vesi	1,0 l	1,000 kg		1,000 kg		
Hiiva	2,5 kpl	0,125 kg		0,125 kg	2,53	0,32
Kananmuna	2,0 kpl	0,120 kg		0,120 kg	1,24	0,15
Sokeri	4 dl	0,340 kg		0,340 kg	0,72	0,24
Voi, laktoositon				0,300 kg	3,78	1,13
Suola	1 rkl	0,021 kg		0,021 kg	0,52	0,01
Kardemumma	½ dl	0,020 kg		0,020 kg	36,63	0,73
Vehnäjauho puolikarkea	2,9 l	1,900 kg		1,900 kg	0,38	0,72

1. Varaa raaka-aineet ja välineet (valmistetaan yleiskoneen kulhossa)

0 kaneli-sokeriseos

1 Sokeri	1 dl	0,100 kg		0,100 kg	0,72	0,07
Kaneli jauhettu	½ dl	0,025 kg		0,025 kg	8,31	0,21

1. Varaa raaka-aineet ja välineet (valmistetaan yleiskoneen kulhossa)

2. Sulata voi, lämmitä vesi kädenlämpöiseksi. Lisää lämmitettyyn veteen hiiva, sokeri, suola, kananmunat, kardemumma sekä sulatettu voi ja jauhot

3. Vaivaa taikinaa hetken ja kohota leivinliinan alla taikinana n. 20 min

4. Kauli 1L taikina neljään osaan. Kauli yhdestä osasta levy ja levitä sen pintaan sulatettua voita ja ripottele pintaan kaneli-sokeriseos. (yhteen levyyn, voita: 50g ja kaneli-sokeriseosta 0,5dl) Kierrä täytetty taikina rullalle, leikkaa n. 70g paloja (punnitse ensimmäiset pullat vaa-alla, muista tasakokoisuus) ja laita puollavuokaan, voitele kananmunalla sekä ripottele pinnalle raesokeria. Paista 200 asteessa, n. 10-15min



PAINOT	Raaka	kypsymishävikki	Kypsä	jaketuhävikki	Lopullinen
kokonaispaino	3,951 kg	0 %	3,951 kg	0 %	3,951 kg
annoskoko	79 g		79 g		79 g

Mummun mustikkapiirakka

annoskoko 124 g annoksia 10 kpl tarkennus TK

ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino	paino- häviö	ostopaino	Hinnat verollisia	
					a-hinta €/kg	rivihinta €
1 Voi, laktoositon		0,150 kg		0,150 kg	3,78	0,57
Sokeri	1 ¾ dl	0,150 kg		0,150 kg	0,72	0,11
Kananmuna	1,0 kpl	0,060 kg		0,060 kg	1,24	0,07
Vehnäjauho puolikarkea	2 ½ dl	0,170 kg		0,170 kg	0,38	0,06
Sokeri tomu	5 rkl	0,050 kg		0,050 kg	1,77	0,09
Vaniljasokeri	1 tl	0,004 kg		0,004 kg	10,15	0,04
Leivinjauhe	¾ tl	0,005 kg		0,005 kg	4,57	0,02
Mustikka	6 ½ dl	0,400 kg		0,400 kg	11,00	4,40

1. Sekoita hieman pehmennyt rasva ja sokeri (yleiskoneessa).

0 Tarjoiuun

1 Vaniljakastike vaahtoutuva, Isomitta	25,0 l	0,250 kg		0,250 kg	4,68	1,17
--	--------	----------	--	----------	------	------

1. Sekoita hieman pehmennyt rasva ja sokeri (yleiskoneessa).

2. Sekoita voi-sokeri-seokseen kananmuna ja vaahtoda. Sekoita keskenään kuivat aineet ja sekoita ne taikinaan.

3. Levitä taikina voideltuun pyöreään irtopohjavuokaan. Ripottele taikinan päälle mustikat.

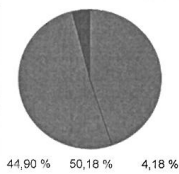
4. Paista piirakkaa 200-asteisessa uunissa n. 30min. Jos paistat piirakkaa kiertoilmauunissa niin, 175-astetta ja n.20-25min. Tarjoile jäähtynyt piirakka vaniljavaahdon kera.

PAINOT	Raaka	kypsymishävikki	Kypsä	jakeiluhävikki	Lopullinen
kokonaispaino	1,239 kg	0 %	1,239 kg	0 %	1,239 kg
annoskoko	124 g		124 g		124 g

KUSTANNUKSET	Raaka-aineet	Muut kustannukset	Yhteensä
kokonaishintaa	6,53 €	0,00 €	6,53 €
kilohintaa	5,27 €	0,00 €	5,27 €
annoshintaa	0,65 €	0,00 €	0,65 €

RAVINTOSISÄLTÖ Saanti 100 g kohden

Energiaravintoaineet		Energia	Kivennäisaineet		Vitamiinit	
Rasva	12,89 g 44,90 %		260,74 kcal 1090,96 kJ 1,09 MJ	Natrium	122,24 mg	A-vitamiini
Tyydyttyneet	6,85 g 23,86 %	Kalium		102,43 mg	D-vitamiini	0,17 ug
Monoeenit	2,64 g 9,20 %	Kalsium		73,68 mg	Tiamiini (b1)	0,02 mg
Monitydytt.	0,28 g 0,98 %	Magnesium	8,12 mg	Riboflaviini (b2)	0,08 mg	
Hiihihydraatti	32,20 g 50,18 %	Fosfori	84,47 mg	Niasiiniekv.	0,88 mg	
Proteiini	2,68 g 4,18 %	Rauta	0,48 mg	Pyridoksiini (b6)	0,05 mg	
Laktoosi	1,21 g	Sinkki	0,28 mg	B12-vitamiini	0,17 ug	
Kolesteroli	15,33 mg	Suola	0,28 g	Foolihappo	9,14 ug	
Ravintokuitu	1,54 g	Suola-%	0,28 %	C-vitamiini	5,02 mg	
Linolihapo	0,21 g 0,73 %	Vesi	47,15 g	E-vitamiini	0,73 mg	
Sokeri	19,34 g 19,34 %					
Sokerit yht.	22,38 g					



Gluteeniton mustikkapiirakka

annoskoko 122 g annoksia 10 kpl tarkennus TK

	ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino	paino- häviö	ostopaino	Hinnat verollisia	
						a-hinta €/kg	rivihinta €
1	Voi, laktoositon		0,150 kg		0,150 kg	3,78	0,57
	Sokeri	1 ¾ dl	0,150 kg		0,150 kg	0,72	0,11
	Kananmuna	1,0 kpl	0,060 kg		0,060 kg	1,24	0,07
	Gluteeniton jauhoseos karkea		0,200 kg		0,200 kg	3,52	0,70
	Vaniljasokeri	1 tl	0,004 kg		0,004 kg	10,15	0,04
	Leivinjauhe	¾ tl	0,005 kg		0,005 kg	4,57	0,02
	Mustikka	6 ½ dl	0,400 kg		0,400 kg	11,00	4,40

1. Sekoita yhteen hieman pehmennyt rasva ja sokeri, yleiskoneella

0 Tarjoiluun

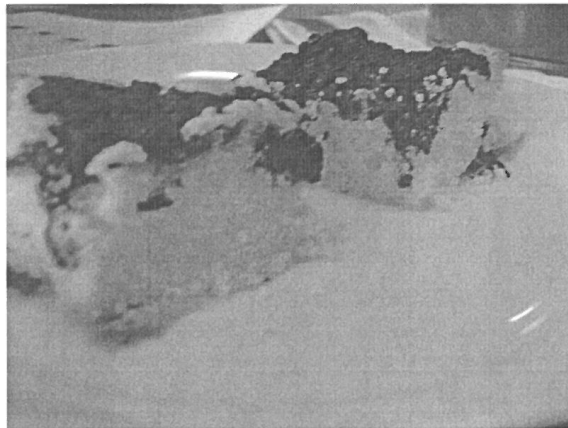
1	Vaniljakastike vaahtoutuva, Isomitta	25,0 l	0,250 kg		0,250 kg	4,68	1,17
---	--------------------------------------	--------	----------	--	----------	------	------

1. Sekoita yhteen hieman pehmennyt rasva ja sokeri, yleiskoneella

2. Sekoita voi-sokeri-seokseen kananmuna ja vaahtota. Sekoita keskenään kuivat aineet ja sekoita ne taikinaan

3. Levitä taikina voideltuun pyöreään irtopohjavuokaan. Ripottele taikinan päälle mustikat.

4. Paista piirakka 200-asteisessa uunissa n. 30min, Jos paistat kiertoilmuunissa, niin aste on 175 ja 20-25min. Tarjoile jäähtynyt piirakka vaniljvaahtodon kera.



PAINOT	Raaka	kypsymishäviö	Kypsä	jakeluhäviö	Lopullinen
kokonaispaino	1,219 kg	0 %	1,219 kg	0 %	1,219 kg
annoskoko	122 g		122 g		122 g
KUSTANNUKSET	Raaka-aineet	Muut kustannukset	Yhteensä		
kokonaishinta	7,08 €	0,00 €	7,08 €		
kilohinta	5,81 €	0,00 €	5,81 €		
annoshinta	0,71 €	0,00 €	0,71 €		

TK - Täytetty lohileipä laktoositon

annoskoko
124 gannoksia
5 kpltarkennus
Tallikahvila 2012

ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino	paino- häviö	ostopaino	Hinnat verollisia	
					a-hinta €/kg	rivihinta €
1 Kirjolohti kylmäsavu		0,300 kg		0,300 kg	14,67	4,40
Tuorejuusto kevyt maustamaton vähälaktoosinen		0,200 kg		0,200 kg	8,17	1,63
Punasipuli		0,060 kg		0,060 kg	1,11	0,07
Ranskankerma 28 %	1 ½ dl	0,150 kg		0,150 kg		
Tilli	5 ¼ rkl	0,015 kg	15 %	0,018 kg	13,20	0,23
Suola	¼ tl	0,003 kg		0,003 kg	0,52	
Sitruunapippuri jauhettu	1 tl	0,003 kg		0,003 kg	7,45	0,02
Ruisruutu pieni					4,26	
Jääsalaatti					7,06	
Voi, laktoositon					3,78	

Hienonna lohifileet pieneksi kuutioksi. Hienonna tilli. Kuori ja kuutioi punasipuli pieneksi kuutioksi. Sekoita yhteen tuorejuusto, ranskankerma, lohikuutiot, hienonnettu tilli, punasipuli ja mausteet. Sekoita tahnaksi. Tarkista maku. Ota ruisleipä. Voitele. Laita leivälle jääsalaattiviipale. Lisää leivälle lohimassaa ja koristele leipä. Ota ruokanäyte. Pakkaa leivät kuljetuslaatikoihin ja siirrä kylmään. Säilytys alle + 8 astetta.



PAINOT	Raaka	kypsymishävikki	Kypsä	jakeluhävikki	Lopullinen
kokonaispaino	0,731 kg	15 %	0,621 kg	0 %	0,621 kg
annoskoko	146 g		124 g		124 g

KUSTANNUKSET	Raaka-aineet	Muut kustannukset	Yhteensä
kokonaishintaa	6,35 €	0,00 €	6,35 €
kilohinta	10,22 €	0,00 €	10,22 €
annoshinta	1,27 €	0,00 €	1,27 €

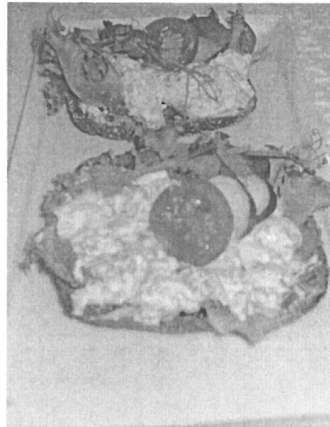
HINTALASKELMA	annoskoko	hinnat	raaka-aineet	muut	yhteensä	kate-%	kate €	alv-osuus	myyntihinta alv-%
Lohileipä	124 g	veroton	1,13 €		1,13 €	65,00	2,56	0,48 €	4,17 € 13,0

TK - Täytetty sienileipä

annoskoko
112 gannoksia
5 kpltarkennus
Tallikahvila 2012

ruoka-aineen nimi	vetomitta	käyttöpaino	paino- häviö	ostopaino	Hinnat verollisia	
					a-hinta €/kg	rivihinta €
1 Tuorejuusto kevyt maustamaton laktoositon		0,200 kg		0,200 kg	10,07	2,01
Ranskankerma 28 %	2 dl	0,200 kg		0,200 kg		
Punasipuli		0,060 kg		0,060 kg	1,11	0,07
Metsäsieni		0,100 kg		0,100 kg	5,34	0,53
Herkkusieni viipale	1 ½ dl	0,100 kg		0,100 kg	3,46	0,35
Ruisleipä viipale						
Jääsalaatti					7,06	
Retiisi					7,26	

Kuori ja hiennona sipuli. Kuutioi sienet. Sekoita yhteen tuorejuusto, ranskankerma, sipuli ja sienet. Sekoita tahnaksi ja mausta. Tarkista maku.
Voitele ruisleipä. Laita leivälle jääsalaattisiivu. Lisää leivälle sienimassaa ja koristele.
Ota ruokanäyte. Pakkaa leivät kuljetusta varten ja laita kylmään. Säilytys alle +8 astetta.



PAINOT	Raaka	kypsymishävikki	Kypsä	jakeluhävikki	Lopullinen
kokonaispaino	0,660 kg	15 %	0,561 kg	0 %	0,561 kg
annoskoko	132 g		112 g		112 g

KUSTANNUKSET	Raaka-aineet	Muut kustannukset	Yhteensä
kokonaishinta	2,96 €	0,00 €	2,96 €
kilohinta	5,28 €	0,00 €	5,28 €
annoshinta	0,59 €	0,00 €	0,59 €

HINTALASKELMA	annoskoko	hinnat	raaka-aineet	muut	yhteensä	kate-%	kate €	alv-osuus	myyntihinta alv-%
Sienileipä	112 g	veroton	0,52 €		0,52 €	65,00	1,59	0,27 €	2,38 € 13,0

KESPROEtusivu » Tuotteet » Menu-
tuotteet » Tuoteryhmät » Leipä » Paistotuotteet » Menu Paistovalmis

English Svenska

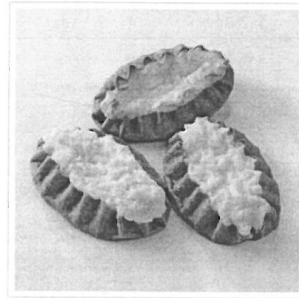
Kirjautu sisään

riisipiirakka n. 60 x 90 g = 5,4...

ETUSIVU TIETOA KESPROSTA YHTEYSTIEDOT JA AUKIOLOAJAT TUOTTEET PALVELUT AJANKOHTAISTA

Tuoteryhmät Menu-tuotteet Vain Kesprosta Viinit ja miedot alkoholijuomat

Menu-tuotteet
- Tuoteryhmät
+ Hedelmät ja marjat
+ Jogurtti, vanukas ja muut välipalat
+ Juusto
+ Jäätelöt
+ Kala
+ Kattaus
+ Keitot, kastikkeet ja kuivaruoka-aineokset
+ Keksit
+ Kuumat juomat
- Leipä
Konditoriatuotteet
Paistotuotteet
Taikinapakasteet
+ Liha, tuore ja pakastettu
+ Lihajaloste
+ Maailman ateriakokonaisuudet
+ Maitovalmisteet
+ Makeiset
+ Makeutusaineet
+ Maustaminen ja säilöntä
+ Mehut
+ Munat ja munavalmisteet
+ Ravintorasvat
+ Ruoanvalmistus- ja säilöntämateriaalit
+ Ruokapakasteet
+ Siiderit, lonkerot ja muut alkoholijuomat
+ Säilykkeet
+ Texmex
+ Valmisruoka
+ Vihannekset ja juurekset
+ Viljatuotteet
Uutuudet

Menu Paistovalmis riisipiirakka n. 60 x 90 g = 5,4 kg, pakaste**Tuotenumero**

6410405087935

Ainekset

vesi, riisi 19 %, ruisjauho, kasviöljy ja -rasva, vehnäjauho, täysjyväruisjauho, porkkana, sokeri, suola, glukoosi, vehnäjälteeni, maitoproteiini, ruismallas, emulgointiaineet (E471, E472c), happamuudensäätöaineet (E500, E330), aromit. Suolapitoisuus 1 %

Käyttöohjeet

Lado jäiset piirakat pellille leivinpaperin päälle ja paista 230 °C:ssa kiertoilmauunissa n. 20 min. Voitele laktoositomalla kasvirasvalla. Tuote säilyy pakastelämpötilassa (-18 °C tai kylmempi) pakkauksessa merkittyyn päiväkseen saakka. Säilytys kylmässä tai jääkaapissa ei suositella. Sulanutta tuotetta ei saa jäädyttää uudelleen.

Säilyvyys

6 kk

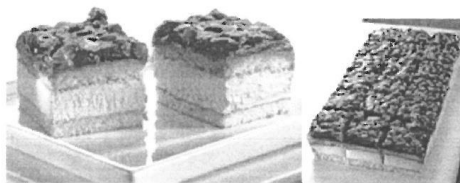
Ravintoarvot

Energiaa 100 g:ssa	700 kJ (170 kcal)
Proteiinia	3,7 g
Hiihihydraatteja / sokereita	27 g/1,9 g
Rasvaa	5,4 g
Tyydyttyneitä rasvahappoja	1,4 g
Ravintokuituja	1,7 g
Suolaa	0,01
Natriumia	0,3 g

Muuta

laktoositon. Kypsä paino n. 65 g.

Mansikkainen Levykakku



Myllyn Paras Mansikkainen Levykakku on mansikkamoussetäytteinen levykakku, jonka päällä on rouhittuja mansikoita. Kakku on leikattu valmiiksi 18 palaan.

Mitat: Kypsan kokonaisen piirakkalevyn mitat n. (P x L x K) 455 x 205 x 75 mm.

Käyttö: Sulatetaan kylmiössä n. vuorokauden ajan tai huoneenlämmössä 2 tuntia.

Tuotteen ominaisuudet: laktoositon

Ainekset: Pohja: vehnä jauho, sokeri, kananmuna, vesi, vehnätärkkelys, emulgointiaineet (E475, E471, E433), nostatusaineet (E450a, E500), maitoproteiini. Täyte: mansikkatäyte (mm. mansikka 13 %, muunnettu maissitärkkelys, sakeuttamisaine (E440), säilöntäaineet (E202, E211), väri (E120)), kasvirasva valmiste (vesi, kovetettu karvirasva, sokeri, stabilointiaineet (E420ii, E463), maitoproteiini, emulgointiaineet (E472e, E322, E472b), suola, aromi, väri (E160a)). Päällinen: mansikka, pintahyytelö (vesi, sokeri, glukoosi-fruktoosiirappi, hyytelöimisaineet (E440, E407), happamuudensäätöaineet (E330, E332, E333), aromi, säilöntäaine (E202).

Tuotenumero	Pakkaustiedot (ME)	EAN-koodi	Lavatiedot
6275	1 x 2000 g (2,0 kg)	6417700062759	108 kpl / lava 108 ME / lava (216,0 kg)

Keskusliikenumerot					
Heinon tukku	Kespro	Leipurin Oy	Meira Nova	Patu-tukkurit	Wihuri

http://www.myllynparas.fi/portal/suomi/horeca/horeca-tuotteet/piirakkalevyt_kakut_ja... 21.8.2012

Gluteeniton Mansikka-Mandariini-leivoslajitelma, LTON 12 x n. 163 ... <http://www.rollfoods.fi/gluteenittomat/gluteeniton-mansikka-mandari...>

Yritys Tuotteet Uutuudet Reseptit / vinkit Uutiset Materiaalit Kampanjat Messut 2012 Yhteystiedot

Etusivu Tuotteet Erityisruokavaliotuotteet Gluteenittomat Gluteeniton Mansikka-Mandariini-leivoslajitelma, LTON 12 x n. 163 g

GLUTEENITON MANSIKKA-MANDARIINI-LEIVOSLAJITELMA, LTON 12 X N. 163 G

Tulosta PDF



Myyntierä: 4 kpl x 1950 g = 7,8 kg

<p>Tilausnumerot</p> <p>RF: 8105278 Kespro: 20713880 Wihuri: 963397 Heinon tukku: 963397 Meira Nova: 1074173 PATU: 8105278</p> <p>EAN/me: 6416661052786 EAN/1-p: 4004311152782</p>	<p>Ravintosisältö (100g):</p> <p>Energiaa 915 kJ/219 kcal Proteiinia 4,3 g Hiilihydraattia 24,10 g -josta laktoosia alle 0,001 g Rasvaa 11,6 g</p>
---	---

Keliaakikoille ja laktoosi-intoleranteille sallittu leivosherkku, jossa laktoositon rahkapohjainen täyte ja paljon mansikkaa/mandariinia päällä! Leivosrasiassa 6 mansikka- ja 6 mandariinileivosta, myyntierässä 4 rasiaa.

Ainekset:	Sokeri, laktoositon vispikerma, vesi, laktoositon matorahka, mandariinit (10%), mansikat(10%), kananmuna, riisijauho, kasviöljy, liivate (nauta), laktoositon jogurtti, muunneltu tärkkelys (maissitärkkelys), nostatusaineet E450, E500, emulgointiaine E471, sakeuttamisaineet (E412, E410, E415), aromi, happamuudensäätöaineet (E332, E327), värit (E120, E160a.) kurkumauute.			
Sulatus:	Sulata mieluiten jääkaapissa, koko levy n. 20h, yksittäiset leivokset n. 4 h. Muista peittää leivokset ja sulkea avattu pakkaus huolellisesti välttääksesi kosketuksen gluteeniä sisältäviin tuotteisiin/pintoihin.			
Valmistusmaa:	Saksa			

Allergeeni	Kyllä	Ei	Huom*
Gluteeni	-	x	-
Vehnä	-	-	x
Äyriäiset	-	x	-
Kananmuna	x	-	-
Kala	-	x	-
Soija	-	-	x
Maapähkinä	-	-	x
Maito	x	-	-
Laktoosi	-	x	-
Pähkinä ja manteli	-	-	x
Selleri	-	x	-
Sinappi	-	x	-
Seesami	-	x	-
Rikkiäidioksidi ja sulfitti	-	x	-
Lupini	-	-	x
Niiväiset	-	x	-

* Valmistetu biotissa, jossa käsitellään myös ko allergeenia.

Muita saman kategorian tuotteita: « Gluteeniton Marja- ja Hedelmäpullalajitelma

Gluteeniton Suklaa-pähkinä -leivoslajitelma LTON 12x125 g »

Takaisin ylös

LIITE 2 Tuotteiden tuoteseloste

Makiat

Mummolan voisilmäpulla Laktoositon /1,50 €

vehnä jauho, vesi, sokeri, voi, hiiva, kananmuna, suola, kardemumma

Mummolan kaneli-kierrepulla Laktoositon / 1,50 €

vehnä jauho, vesi, sokeri, voi, hiiva, kananmuna, suola, kardemumma, kaneli

Mummun mustikkapiirakka + vaniljakastike Vähälaktoosinen / 2,50 €

mustikka, vehnä jauho, sokeri, voi, hilliosokeri, kananmuna, perunajauho, ruisjauho, leivinjauhe, vaniljasokeri, rasvaton maito, sokeri, aromit

Gluteeniton mustikkapiirakka Maidoton / 2,50 €

mustikka, gluteeniton jauhoseos, sokeri, voi, hilliosokeri, kananmuna, leivinjauhe, vaniljasokeri

Vanhanajan mansikkaleivos Laktoositon / 3,00 €

vehnä jauho, sokeri, kananmuna, vesi, vehnätärkkelys, mansikkatäyte, kasvirasvavalmiste, mansikka, kreemitäyte

Gluteeniton mansikkaleivos Laktoositon/ 3,00€

sokeri, vispikerma, vesi, maitorahka, mansikka, kananmuna, riisijauho, kasviöljy, liivate, jogurtti, maissitärkkelys, kreemitäyte

Suolaaset

Vaarin rukijainen lohileipä Laktoositon / 3,00€

ruisleipä, kylmäsavukirjolohi, tuorejuusto, punasipuli, ranskankerma, tilli, suola, sitruunapippuri

Gluteeniton lohileipä Laktoositon / 3,00€

kylmäsavukirjolohi, tuorejuusto, ranskankerma, tilli, suola, sitruunapippuri

Mummon metsäsienileipä Laktoositon/ 3,00€

ruisleipä, herkkusieni, tuorejuusto, sipuli, ranskankerma, suola, margariini, jääsalaatti

Lämmin karjalanpiirakka + munavoi Laktoositon / 2,00€

vesi, riisi, ruisjauho, kasvisöljy ja – rasva, vehnä jauho, täysjyväruisjauho, porkkana, sokeri, suola, glukoosi, vehnägluteeni, maitoproteiini, ruismallas, emulgointiaineet, happamuudensäätöaineet, aromit, kananmuna, voi

Gluteeniton karjalanpiirakka + munavoi Vähälaktoosinen / 2,00€

Vesi, riisi, maitojauhe, tattarijauho, kasvismargariini, kasvisöljy, emulgointiaine, suola, aromit, riisijauho, tapiotärkkelys, psyllium, sakeuttamisaine

LIITE 3 Tuotteiden tuoteselosteet englanniksi

Tallikahvilas product contents

Salmon sandwich of rye, Lactose free

Rye bread, cold-smoked salmon, mascarpone-cheese, red onion, French cream, dill, salt, citron pepper

Salmon sandwich, Gluten free

Gluten-free rye bread, cold-smoked salmon, mascarpone-cheese, red onion, French cream, dill, salt, citron pepper

Mushroom sandwich, Lactose free

Rye bread, mushroom, mascarpone-cheese, onion, French cream, salt, icesalad, margarin

Karelian pastry with egg butter, Lactose free

Water, rice, ryeflourvegetarianoil and –butter, wheat flour, carrot, sugar, salt, glucose, wheatglutein, , milkprotein, rye malt, preserve matters; egg, butter, salt

Karelian pastry, Gluten free

Water, rice, milk flour, tatarflour, vegetarian margarine, vegetarian oil, salt, preserve matters

Sweet delicacies

Traditional butter eye bun, Lactose free

Wheat flour, water, sugar, butter, yeast, egg, salt, cardemom

Cinnamon bun, Lactose free

Wheat flour, water, sugar, butter, yeast, egg, salt, cardamom, cinnamon

Blueberry pie with vanilla sauce, Low lactose

Blueberry, wheat flour, sugar, butter, jamsugar, egg, potatoflour, ryeflour, bakeflour, vanilla sugar

Blueberry pie, Gluten & Lactose free

Blueberry, gluten free flourmix, sugar, butter, jamsugar, egg, baking flour, vanilla sugar

Strawberry cake, Lactose free

Wheat flour, sugar, egg, water, wheat starch, strawberry filling, vegetarian butter, strawberry, cream flour

Strawberry cake, Gluten free

sugar, cream, water, sour cream, strawberry, egg, rice flour, vegetarian oil, gelatin, yoghurt, corn starch, cream flour

LIITE 4 Tuotteiden tuoteselosteet ruotsiksi

Tallikahvilas product innehåll

Farfars laxsmörgås av rågbröd, laktosfri

Rågbröd, kall-rökt lax, färskost, rödlök, creme fraiche, dill, salt, citron pepper

Glutenfri laxsmörgås, laktosfri

Gluten fri bröd, kall-rökt lax, färskost, creme fraiche, rödlök, dill, dslt, citron pepper

Mormors svampsmörgås, laktosfri

Rågbröd, svamps, färskost, lök, creme fraiche, salt, margarin, sallad

Varm karelsk pirog med äggsmör, laktosfri

Vatten, ris, rågmjöl, vegetarianoil och –margarin, vetemjöl, full-korn rågmjöl, morot, socker, salt, glukos, veteglutein, mjölkprotein, rågmalt, konserverning uppsats, aromen, ägg, smör

Glutenfri karels pirog, låglaktos

Vatten ris, mjölkstoft, bovetemjöl, vegetarianmargarin och –oil, konserverning uppsats, salt, aromen

Gammaldags bulle med smörklick, laktosfri

Vetemjöl, vatten, socker, smör, jäst, ägg, salt, kardemumma

Kannelsnurra, laktosfri

Vetemjöl, vatten, socker, jäst, ägg, salt, kardemumma, kanel

Mormors blåbärspaj med vaniljsås, låglaktos

Blåbär, vetemjöl, socker, smör, syltsocker, ägg, potatismjöl, rågmjöl, bakpulver, vaniljsocker

Glutenfri blåbärspaj, laktosfri, mjölkfri

Blåbär, glutenfri mjölmix, socker, smör, syltsocker, ägg, bakpulver, vaniljsocker

Farmors jordgubbsbakelse, laktosfri

Vetemjöl, socker, ägg, smör, jordgubbfilling, vegetarian margarin, jordgubb, gräddeskumpulver

Glutenfri jordgubbsbakelse, laktosfri

Socker, grädde, vatten, kvark, jordgubb, ägg, rismjöl, vegetarian oil, gelatin, yoghurt, majsmjöl, gräddeskumpulver

LIITE 5 Tallikahvilan hinnasto suomeksi

Tallikahvilan hinnasto

Juomat:

<i>Iso kahvi</i>	1,50 €
<i>Tee</i>	1,00 €
<i>Kaakao</i>	1,50 €
<i>Marjamehu</i>	0,50 €

Suolaaset herkut:

<i>Vaarin ruukiinen lohileipä, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Gluteeniton lohileipä, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Mummon metsäsienileipä, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Lämmin karjalanpiirakka + munavoi, Laktoositon</i>	2,00 €
<i>Gluteeniton karjalanpiirakka, Vähälaktoosinen</i>	2,00 €
<i>(Maidotonta voileipää teemme tilauksesta</i>	3,00 €)

Makiat herkut:

<i>Vanhanajan voisilmäpulla, Laktoositon</i>	1,50 €
<i>Kaneli-kierrepulla, Laktoositon</i>	1,50 €
<i>Mummun mustikkapiirakka + vaniljakastike, Vähälaktoosinen</i>	2,50 €
<i>Gluteeniton mustikkapiirakka, Laktoositon/maidoton</i>	2,50 €
<i>Mummolan mansikkaleivos, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Gluteeniton mansikkaleivos, Laktoositon</i>	3,00 €

LIITE 6 Tallikahvilan hinnasto englanniksi

Tallikahvilas price list

Beverages:

<i>Big coffee</i>	1,50 €
<i>Tea</i>	1,00 €
<i>Hot chocolate</i>	1,50 €
<i>Berry juice</i>	0,50 €

Salty delicacies:

<i>Salmon sandwich of rye, Lactose free</i>	3,00 €
<i>Salmon sandwich gluten free, Lactose free</i>	3,00 €
<i>Mushroom sandwich, Lactose free</i>	3, 00 €
<i>Karelian pastry with egg butter, Lactose free</i>	2,00 €
<i>Karelian pastry, Gluten free, Low lactose</i>	2,00 €
<i>(Milk free sandwiches on order</i>	3,00 €)

Sweet delicacies:

<i>Traditional butter eye bun, Lactose free</i>	1,50 €
<i>Cinnamon bun, Lactose free</i>	1,50 €
<i>Blueberry pie with vanilla sauce, Low lactose</i>	2,50 €
<i>Blueberry pie, Gluten free, Lactose free, Milk free</i>	2,50 €
<i>Strawberry cake, Lactose free</i>	3,00 €
<i>Strawberry cake, Gluten free</i>	3,00 €

LIITE 7 Tallikahvilan hinnasto ruotsiksi

*Tallikahvilas Prislista**Drycker:*

<i>Stor kaffe</i>	1,50 €
<i>Te</i>	1,00 €
<i>Kakao</i>	1,50 €
<i>Bärsaft</i>	0,50 €

Salta läckerheter:

<i>Farfars laxsmörgås av rågbröd, laktosfri</i>	3,00 €
<i>Glutenfri laxsmörgås, laktosfri</i>	3,00 €
<i>Mormors svampsmörgås, laktosfri</i>	3,00 €
<i>Varm karelsk pirog med äggsmör, laktosfri</i>	2,00 €
<i>Glutenfri karelsk pirog, låglaktos</i>	2,00 €
<i>(Fråga även efter mjölkfria smörgåsar!!)</i>	3,00 €

Söta bakverk:

<i>Gammaldags bulle med smörklick, laktosfri</i>	1,50 €
<i>Kanelnurra, laktosfri</i>	1,50 €
<i>Mormors blåbärspaj med vaniljsås, låglaktos</i>	2,50 €
<i>Glutenfri blåbärspaj, laktosfri, mjölkfri</i>	2,50 €
<i>Farmors jordgubbsbakelse, laktosfri</i>	3,00 €
<i>Glutenfri jordgubbsbakelse, laktosfri</i>	3,00 €

LIITE 8 Tallikahvilan avattu hinnasto

Tallikahvilan hinnasto

Juomat:

<i>Iso kahvi</i>	1,50 €
<i>Tee</i>	1,00 €
<i>Kaakao</i>	1,50 €
<i>Marjamehu</i>	0,50 €

Suolaaset herkut:

<i>Vaarin rukiinen loficleipä, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Ruisleipä, kylmäsavukirjolohi, tuorejuusto, punasipuli, ranskanankerma, tilli, suola, sitruunapippuri</i>	
<i>Gluteeniton loficleipä, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Gluteeniton leipä, kylmäsavukirjolohi, tuorejuusto, punasipuli, ranskanankerma, tilli, suola, sitruunapippuri</i>	
<i>Mummon metsäsienileipä, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Ruisleipä, herkkusieni, tuorejuusto, sipuli, ranskanankerma, suola, margariini, jääsalaatti</i>	
<i>Lämmin karjalanpiirakka + munavoi, Laktoositon</i>	2,00 €
<i>Vesi, riisi, ruisjauho, kasvisöljy ja – rasva, vehnä jauho, täysjyväruisjauho, porkkana, sokeri, suola, glukoosi, vehnägluteeni, maitoproteiini, ruismallas, emulgointiaineet, happamuudensäätöaineet, aromit, kananmuna, voi</i>	
<i>Gluteeniton karjalanpiirakka, Vähälaktoosinen</i>	2,00€
<i>Vesi, riisi, maitojauhe, tattarijauho, kasvismargariini, kasvisöljy, emulgointiaine, suola, aromit, riisijauho, tapiotärkkelys, psyllium, sakeuttamisaine</i>	

(Maidotonta voileipää teemme tilauksesta 3,00 €)

Makiat herkut:

<i>Vanhanajan voisilmäpulla, Laktoositon</i>	1,50 €
<i>Vehnäjauho, vesi, sokeri, voi, hiiva, kananmuna, suola, kardemumma</i>	
<i>Kaneli-kjerrepulla, Laktoositon</i>	1,50 €
<i>Vehnäjauho, vesi, sokeri, voi, hiiva, kananmuna, suola, kardemumma, kaneli</i>	
<i>Mummun mustikkapiirakka + vaniljakastike, Vähälaktoosinen</i>	2,50 €
<i>Mustikka, vehnä jauho, sokeri, voi, hilliosokeri, kananmuna, perunajauho, ruisjauho, leivinjauhe, vaniljasokeri</i>	
<i>Gluteeniton mustikkapiirakka, Laktoositon/maidoton</i>	2,50 €
<i>Mustikka, gluteeniton jauhoseos, sokeri, voi, hilliosokeri, kananmuna, leivinjauhe, vaniljasokeri</i>	
<i>Mummolan mansikkaleivos, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Vehnäjauho, sokeri, kananmuna, vesi, vehnätärkkelys, mansikkatäyte, kasvirasvavalmiste, mansikka, kreamijauhe</i>	
<i>Gluteeniton mansikkaleivos, Laktoositon</i>	3,00 €
<i>Sokeri, vispikerma, vesi, maitorahka, mansikka, kananmuna, riisijauho, kasviöljy, liivate, jogurtti, maisitärkkelys, kreamijauhe</i>	

LIITE 6 Projektin alku vaiheita





LIITE 7 Kuvia Tallikahvilan tilasta





LIITE 9 Kuvia Tallikahvilasta sisustuksen jälkeen



















LIITE 11 Savuton tila kyltti



No smoking / Rökning förbjudet

LIITE 12 Vain käteinen kyltti

*Tallikahvilassa käy
vain käteinen raha.*



Cash only

Bara kontant

LIITE 13 Työtekijöiden työvaatteet





LIITE 14 Vanhanajan kermatoffee karkit

Vanhanajan kermatoffee

annoskoko 11 g annoksia 40 kpl tarkennus TK

ruoka-aineen nimi	velomitta	käyttöpaino	paino- häviö	ostopaino	Hinnat verollisia	
					a-hinta €/kg	rivihinta €
1 Kerma kuuhu	2 dl	0,200 kg		0,200 kg	4,25	0,85
Sokeri	1 ½ dl	0,130 kg		0,130 kg	0,72	0,09
Siirappi	½ dl	0,075 kg		0,075 kg	1,59	0,12
Voi, laktoositon		0,025 kg		0,025 kg	3,78	0,09

1. Sekoita ainekset paksupohjaisessa kattilassa. Anna seoksen kiehua voimakkaasti poreillen 15 - 25 min. Sekoita välillä, ettei seos tartu pohjaan.

2. Kun toffee alkaa saostua, voit kokeilla tipauttamalla seosta kylmään veteen n. 1/2 tl. Anna jäähtyä hetken. Mikäli seos jähmettyy vedessä niin, että voit muotoilla sen palloksi, on toffeeseos valmista.

3. Kaada seos n. 17 x 17 cm:n vuokaan, jossa on leivinpaperi. Anna kovettua. Leikkaa paloiksi. Toffee leikkautuu parhaiten täysin jäähtyneenä.

4. Pakkaa palat sellofaaniin, sulje päät nauhalla.



PAINOT	Raaka	kypsymishävikki	Kypsä	jakeluhävikki	Lopullinen
kokonaispaino	0,430 kg	0 %	0,430 kg	0 %	0,430 kg
annoskoko	11 g		11 g		11 g

KUSTANNUKSET	Raaka-aineet	Muut kustannukset	Yhteensä
kokonaishinta	1,15 €	0,00 €	1,15 €
kilohinta	2,67 €	0,00 €	2,67 €
annoshinta	0,03 €	0,00 €	0,03 €

LIITE 15 Tallikahvilan asiakaspalaute

Tallikahvilan asiakaspalaute

Olemme Seinäjoen Ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijöitä. Olemme suunnitelleet Tallikahvilaan tarjottavat tuotteet ja luoneet tilaelämyksen opinnäytetyönämme yhdessä Koulutuskeskus Sedun kokkiopiskelijöiden kanssa. Kehittääksemme toimintaamme, pyydämme teitä ystävällisesti vastaamaan alla oleviin kysymyksiin.

Vastaajan sukupuoli nainen mies

Vastaajan ikä alle 20 21–40 41–60 yli 60

1. Minkä tuotteen valitsitte ja miksi?

2. Olitteko tyytyväinen tuotteen makuun?

- Kyllä
 En. Miksi ette?

3. Toteutiko mielestänne kahvilassa teema ”Maista mummolan maut”?

- Kyllä
 Osittain. Mitä mahdollisesti jätitte kaipaamaan?

- Ei toteutunut.

4. Minkälaisen yleisarvosanan annatte Tallikahvilan kokonaisuudesta (tuotteet, somistus, palvelu)?

- Erinomainen
 Hyvä
 Välttävä

Vapaa sana:

Kiitos palautteestanne ja tervetuloa uudelleen!

SeAMK:n restonomiopiskelijät Mariika Mäenpää & Saija Peltomäki