

Jenni Rimpiläinen

Lounaspalvelu

Case Pirjon Pakari Nurmijärvi Ky

Opinnäytetyö

Kevät 2014

SeAMK Elintarvike ja maatalous

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: SeAMK Elintarvike ja maatalous

Koulutusohjelma: Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Tekijä: Jenni Rimpiläinen

Työn nimi: Lounaspalvelu. Case Pirjon Pakari Nurmijärvi Ky.

Ohjaaja: Kirta Nieminen

Vuosi: 2013 Sivumäärä: 38 Liitteiden lukumäärä: 9

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda uuteen, toukokuussa 2012 avattuun Pirjon Pakarin toimipisteeseen (leipomo-myymäla) Nurmijärvelle lounaspalvelu, joka toisi lisää tarjontaa lähiseudun asukkaille sekä työntekijöille. Potentiaalista asiakaskuntaa löytyy Nurmijärven seudulta paljon ja lähiympäristöön juuri valmistunut logistiikkakeskus, Ilvesvuori, luo vielä omalta osaltaan lisää kysyntää.

Työ aloitettiin jo syyskesällä 2012 toimeksiantajan eli Pirjon Pakarin toiveesta. Nopean aikataulun vuoksi reseptiikan työstäminen sekä sen etsiminen olivat ensisijaisena tehtävänä.

Lounaan suunnittelussa haluttiin huomioida työn helppous ja resurssien riittävyys. Rakennusvaiheessa ei otettu huomioon lounaspalvelun synnyn mahdollisuutta, joten laitteisto hankittiin jälkikäteen sekä tilaan tehtiin vaaditut muutokset. Resurssit lounaan valmistamiseen ovat pienet, joten päivittäinen potentiaalinen asiakasmäärä on 30–50 henkilöä. Jotta lounas olisi mahdollisimman helppo toteuttaa, päätettiin reseptiikka rajata pelkkiin keittoihin. Keittolounas tarjoaa asiakkaille mahdollisuuden kevyempään ateriaan työpäivän keskelle ja keinon hyödyntää olemassa olevia resursseja tehokkaasti. Listalle valittiin yhteensä 21 keittoa ja käytössä on viiden viikon kiertävä lista.

Lounaan hinnoittelu tehtiin kilpailuperusteisesti, joten tämänhetkinen kuuden euron hinta on hyvin edullinen verrattuna muihin ympäristön lounaan tarjoajiin. Näin lounas Pirjon Pakarilla on hyvin kilpailukykyinen hintansa kuin keveytensä puolesta.

Avainsanat: Pirjon Pakari, lounas, vakiointi, hinnoittelu

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Thesis abstract

Faculty: SeAMK, School of Food and Agriculture

Degree programme: Degree Programme of Hospitality Management

Author/s: Jenni Rimpiläinen

Title of thesis: Lunch service. Case Pirjon Pakari Nurmijärvi Ky.

Supervisor(s): Kirta Nieminen

Year: 2013 Number of pages: 38 Number of appendices:9

This thesis was concerned with creating a new lunch service concept to the Pirjon Pakari Nurmijärvi Ky (bakery). The new place of business of Pirjon Pakari was opened in May 2012. Nurmijärvi has a huge amount of potential customers, especially at the new logistics centre Ilvesvuori.

The work was started in the summer/fall 2012 of the client's wish. The schedule was really intense and it forced to create the recipes first. Working on new recipes was not difficult because of the old recipe basis. Because of the limited resources, only soup lunch recipes were developed. Soups are easy to prepare in the kitchen and the whole service process is more flexible.

The maximum number of potential lunch customers at Pirjon Pakari is about 30 – 50 per day. Soup lunch offers an opportunity to have a lighter meal during the work day and to use all the kitchen resources effectively as well. 21 different soup recipes were chosen on a five weeks rotating menu.

The pricing was done on a competitive basis. The soup lunch costs six euro, which is very affordable in comparison with other lunch restaurants in the area. Thus the lunch at Pirjon Pakari is very competitive both regarding to its price and its lightness.

Keywords: Pirjon Pakari, lunch, pricing

SISÄLTÖ

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	2
Thesis abstract.....	3
SISÄLTÖ.....	4
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	Virhe. Kirjanmerkkiä ei ole määritetty.
1 JOHDANTO.....	7
2 TYÖN TAVOITTEET JA YRITYKSEN ESITTELY.....	9
2.1 Työn tavoitteet ja rajaukset.....	9
2.2 Toimeksiantaja.....	9
3 LIIKETOIMINTA.....	11
3.1 Markkinointi.....	11
3.2 Hinnoittelu.....	12
3.2.1 Hinnoittelu asiakkaan näkökulmasta.....	12
3.2.2 Kilpailuperusteinen hinnoittelu.....	14
3.3 Asiakaspalvelu ja asiakkaat.....	14
4 TUOTTEISTAMINEN.....	16
4.1 Tuotteistamisen tarkoitus ja hyöty.....	16
4.2 Tuotteistaminen käytännössä.....	16
5 RUOKAOHJEEN VAKIOINTI.....	18
5.1 Ruokaohjeiden valinta ja vakiointi.....	18
5.2 Listan suunnittelu.....	19
5.3 Ruokatuotannon omavalvonta.....	20
6 SUUNNITTELUPROSESSI JA ETENEMINEN.....	22
6.1 Työn suunnittelu.....	22
6.2 Ympäristön ja kilpailijoiden kartoitus.....	24
6.3 Asiakkaat ja markkinat.....	25
6.4 Reseptien suunnittelu.....	26
7 TYÖN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	29
8 POHDINTA.....	31
LÄHTEET.....	34

HAASTATTELUT	36
LIITTEET.....	37

Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Kuluttajan kulutuspäätökseen vaikuttavat tekijät.....	13
Kuvio 2. Lounaspalvelun prosessikaavio	23

1 JOHDANTO

Nurmijärven kirkonkylän palveluihin tuli lisäystä toukokuussa 2012, kun Pirjon Pakari avasi uuden toimipisteensä. Keskeiselle paikalle nousi leipomo-myymäla ja myymälän yhteydessä toimivaan kahvilaan oli tarkoitus kehittää lisäpalveluita alueen potentiaalisille asiakkaille. Tämän pohjalta syntyi idea lounaspalvelusta, joka toimii tämän opinnäytetyön aiheena.

Aluksi lounaspalvelun suunnittelun kuului olla osana omaa erikoistumisharjoittelua niin sanottuna kehittämistyönä, mutta sillä hetkellä tuntui luontevammalta laajentaa aihe opinnäytetyöksi asti. Tällöin sain mahdollisuuden perehtyä aiheeseen syvemmin ja luoda yritykselle jotain konkreettista. Aivan yksin en työni kanssa ollut, vaan suunnitelmat ja reseptiikka luotiin osittain yhteistyössä myymäläpäällikön kanssa.

Opinnäytetyön tarkoituksena on luoda monipuolinen ja maistuva keittolounaspalvelu lähialueen asukkaille sekä työssäkäyville ihmisille. Lounaspalvelun avulla halutaan saada uudelle leipomolle lisää vetovoimaa, lisätä leipätuotteiden tunnettuutta ja luoda jalansijaa uudessa toimintaympäristössä. Pirjon Pakarin kahviloiden tarjontaan ei ole lounaspalvelua aiemmin kuulunut, joten työ on ollut siinä aivan omaa luokkaansa. Tässä työssä halutaan tuoda mahdollisimman selkeästi esiin lounaspalvelun suunnittelun eri prosessivaiheet sekä vastaan tulleet ongelmakohdat.

Työ lähti liikkeelle reseptien suunnittelusta, sekä käytettävissä olevien resurssien hyödyntämisestä mahdollisimman kattavasti. Kovin vaativia ruokalajeja ei pystytty myymälän tiloissa valmistamaan, joten helpoimmaksi vaihtoehdoksi nousi keittolounaan valmistaminen. Samalla pystyttiin myös tarjoamaan lähialueen työntekijöille päivän keskelle kevyt, mutta ravitseva lounas. Aikataulu on työssä tiukka, koska itse toteutus on määrä saada valmiiksi mahdollisimman nopeasti kesän kuluessa. Reseptisuunnittelun ohessa tehdään kartoitusta muista lähialueen yrityksistä, jotka tarjoavat lounaspalvelua. Yritysten tuotteita ja hintoja vertaillaan, ja niiden pohjalta sovimme toimeksiantajan kanssa kilpailukykyisen hinnan Pirjon Paka-

rin keittolounaalle. Jotta toiminta voitaisiin pitää kannattavana, ei itse lounaan hinta, eivätkä myöskään raaka-ainekustannukset saa olla liian korkeita. Kiinteä hinta antoi tilaa liikkua raaka-aineiden hankinnassa. Koska osassa ohjeista raaka-ainekustannukset ovat hyvinkin huokeita, pystytään viikolle lisäämään myös ruokalaji, jonka raaka-aineet ovat hieman tyyriimpiä.

Työ rajattiin reseptiikan suunnitteluun ja luomiseen sekä itse käytännön toteutukseen. Myös muita osa-alueita käsitellään, mutta ei niin laajalla mittakaavalla.

Opinnäytetyö on tarkoitettu hyödynnettäväksi Nurmijärven Pirjon Pakarilla, mutta sitä on myös mahdollista käyttää muissakin toimipisteissä.

2 TYÖN TAVOITTEET JA YRITYKSEN ESITTELY

2.1 Työn tavoitteet ja rajaukset

Työn tavoitteena on luoda toimeksiantajan yritykseen maistuva ja monipuolinen keittolounasvalikoima tarjottavaksi lähialueen työntekijöille sekä asukkaille. Sen avulla saadaan monipuolistettua jo olemassa olevaa tuotevalikoimaa sekä samalla tuodaan olemassa olevaa valikoimaa, eli leipiä, tutummaksi. Lounaspalvelu auttoi myös luomaan jalansijaa uudessa toimintaympäristössä sekä vakiinnuttamaan paikka muiden yritysten joukossa. Lounaspalvelun kulmakivi oli kuitenkin toimivan reseptiikan toteuttaminen, johon työssä keskitytään käsittelemällä palvelun tuoteistamisen hyötyjä niin yritykselle, kuin asiakkaalle sekä mitä toimivan ruokalistan ja reseptiikan luominen vaatii.

Työssä on esitelty prosessin eteneminen suunnittelusta käytännön toteutukseen, eli kuinka suunnitelmasta luotiin toimiva tuote, mitä haasteita kohdattiin ja kuinka ne ratkaistiin.

2.2 Toimeksiantaja

Pirjon Pakari Nurmijärvi Ky:n omistaa Hannu Malmivaara, jonka omistuksessa ovat myös Seinäjoella ja Ylöjärvellä toimivat Pirjon Pakarit. Ensimmäinen Pirjon Pakari perustettiin Honkajoelle vuonna 1985, jonne rakennettiin myös vuonna 2006 oma gluteeniton leipomo. Seinäjoen piste avattiin vuonna 2004 ja vuonna 2009 Ylöjärven. Uusin Pirjon Pakari avattiin Keski-Uudenmaan Nurmijärvelle toukokuussa 2012. Yrityksessä toimii tällä hetkellä 20 henkilöä osa- tai kokoaikaisena, sekä muutamia harjoittelijoita. (Malmivaara 2012.)

Yrityksen toiminta-ajatuksena on tuottaa asiakkaille tuoretta ja lisäaineetonta leipää. Leipätuotteita kuljetetaan päivittäin Uudenmaan ja Kanta-Hämeen paikkakuntien kauppoihin, aina pääkaupunkiseudusta Porvooseen ja Lahteen. Pirjon Pakarin tuotteiden jälleenmyyjinä toimivat Uudenmaan ja Kanta-Hämeen K-kaupat sekä S-

ryhmä. Lisäksi Pirjon Pakarilla on Nurmijärvellä oma leipomomyymälä/kahvila, joka toimii Kauppahuone Malmivaara Ky:n alaisuudessa erillään Pirjon Pakari Nurmijärvi Ky:stä. Suurin osa tuotoista tulee oman myymälän sijaan kaupoista. Leipien lisäksi myymälässä on saatavana myös muita suolaisia ja makeita leipomuksia, salaatteja sekä uusimpana keittolounas, jota valmistetaan aina arkipäivisin poikkeuksia lukuun ottamatta. (Malmivaara 2012.)

Pirjon Pakarin Nurmijärven toimipisteessä leivotaan ainoastaan yrityksen leipätuotteet, lukuun ottamatta gluteenittomia tuotteita. Gluteenittomat tuotteet kuljetetaan Honkajoelta ja osa kahvituotteista, muun muassa pitkot ja pikkupullat tuodaan Ylöjärveltä. (Malmivaara 2012.)

3 LIIKETOIMINTA

3.1 Markkinointi

Yrityksen markkinoinnilla on erilaisia lähtökohtia sekä tavoitteita. Yleisesti ensimmäinen markkinoinnin tavoite käsittää tuotteiden myynnin lisäämistä, jonka jälkeen se kehittyy asiakastyytyvyyden lisäämiseen ja lopussa suurpiirteisesti jopa maailman parantamiseen. Tärkeää on tietää, millä tasolla yrityksen markkinoinnissa ollaan, jotta sillä saadaan aikaiseksi parhain haluttu tulos. Markkinoinnin näkökulmasta lähdetään liikkeelle tuotekehityksestä, jonka jälkeen pyritään erottautumaan kilpailijoista ja niiden kautta päädytään yrityksen omien, sekä asiakkaiden arvojen vaalimiseen. Tärkeää markkinoinnissa on myös huomioida kuinka suurelle ihmismäärälle tuotetta tai palvelua tarjotaan, eli ovatko kyseessä suuremmat massat vai yksilöllisemmät asiakkuussuhteet. (Kartajaya, Kotler & Setiawan 2011, 20; Grönroos & Järvinen 2001.)

Lahtinen ja Isoviita (2011, 11) kertovat, että aiemmin markkinoinnin tärkein tavoite oli taata yritykselle tietty markkina-asema, mutta nykyisin ajatellaan, että asiakas ohjaa yrityksen toimintaa eikä toisinpäin. Asiakasosuus on siis korvannut markkinaosuuden. Asiakassuhteiden luonnissa on tärkeää saada ihmiset kiinnostumaan yrityksestä ja sen tuotteista. Kuluttajavirasto kuitenkin muistuttaa, että on asiakkuuksien hankinnassa ei saa antaa totuudenvastaisia tai muuten harhaanjohtavia tietoja. Kun asiakas kiinnostuu yrityksestä itsestään ja sen tuotteista, sekä saa markkinoinnin kautta palveluista oikeaa tietoa, lisää se asiakkaan luottamusta yritystä kohtaan. Näin ollen asiakas luultavimmin käyttää yrityksen palveluita myös jatkossa sekä luo yritykselle hyvän maineen. (Yritykselle; säännökset linjaavat markkinoinnin sisältöä, 2011.)

3.2 Hinnoittelu

Hinta vaikuttaa voimakkaasti tunteisiin ja jättää aina mielikuvat, joita voi olla vaikea jälkikäteen muuttaa. Sipilä väittää, että joissain tapauksissa vuosien aikana saadulla huokealla hintamielikuvalla voi ratsastaa hyvin pitkään, vaikka hintoja nostettaisiinkin. Ongelmia kuitenkin tulee, kun halutaan ryhtyä tavoittelemaan laatumietoisempaa asiakasryhmää. Tällöin edullinen maine voi tehdä yritykselle hallaa. Hintamielikuva syntyy monista eri osista, kuten hintatietojen selkeydestä, palvelukäytön useudesta, käsityömäisyydestä, palvelujen leimautumisesta julkisessa keskustelussa sekä siitä, kuinka hyvin sama palvelu olisi itse voitu suorittaa. (Sipilä 2003, 30–34.)

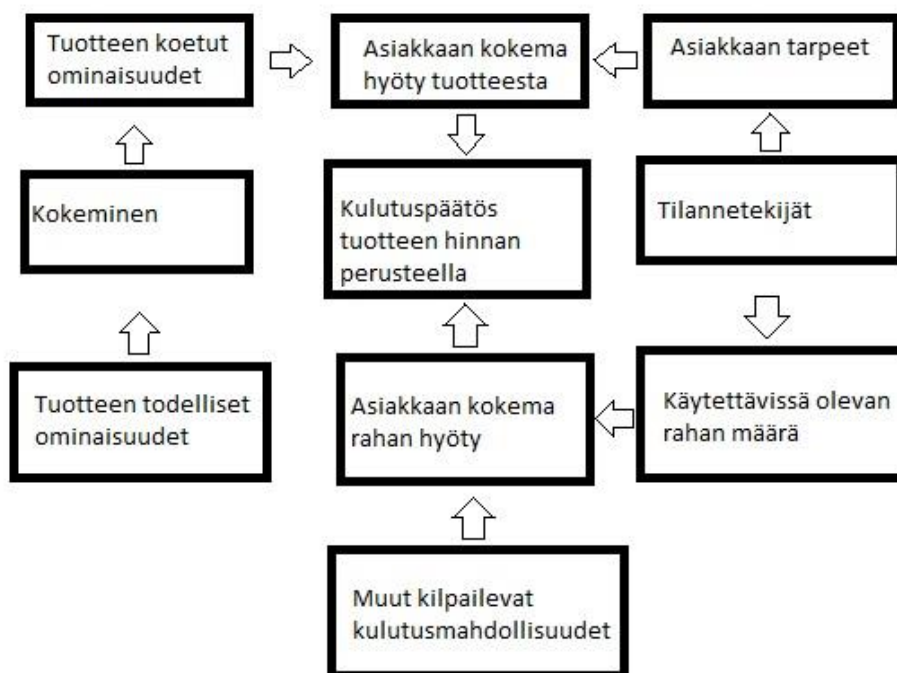
Ennen palvelujen hinnoittelua on mietittävä tarkasti millaista hyötyä sillä haetaan. Mahdollisuutena on hinnoitella asiakaslähtöisesti, eli halutaanko palvelulla tuottaa lisäarvoa asiakkaalle, vai hinnoitellaanko palvelut tai tuotteet esimerkiksi puhtaasti resurssiperusteisesti. Asiakkaiden käsitykset asiantuntijapalvelun tai tavaran ja siihen liittyvän palvelun arvosta muodostavat perustan, jonka mukaan yrityksen tulisi suunnitella palvelunsa taso sekä hinnoittelu. (Sipilä 2003, 42 – 44.)

3.2.1 Hinnoittelu asiakkaan näkökulmasta

Yrityksen näkökulmasta kustannukset ovat tärkeä tuotteen hintaan vaikuttava tekijä. Mitä enemmän kustannuksia tuotteen tuottaminen aiheuttaa yksikköä kohti, sitä korkeammaksi hintaa on nostettava, jotta kustannukset saadaan katettua. Asiakkaan näkökulmasta näillä kustannuksilla ei ole merkitystä ja tavallisesti asiakas ei edes tiedä tuotteen kustannuksia. Jos kustannuksilla on pystytty nostamaan tuotteen arvoa asiakkaan mielessä, on niillä epäsuora merkitys. Siksi tuotteen kustannusten ja asiakkaiden kokeman arvon välinen suhde on johdonmukainen. Tuotetta ostettaessa asiakas luultavasti punnitsee tuotteesta mahdollisesti saamaansa hyötyä, jonka hän joutuu maksamaan tuotteesta. Jokaisella asiakkaalla on omanlaisensa arvot, joiden pohjalta he tekevät ostopäätöksen. Toinen asiakas saattaa antaa suuren arvon tuotteen tekniselle kestävyydelle, kun taas toinen on valmis maksamaan pelkästään tuotteen ulkonäöstä. Olennaisesti ostopäätökseen myös

vaikuttaa rahan määrä ja sen tarve. Kuitenkin, tässäkin tapauksessa asiakkaat ovat erilaisia. Siksi asiakkaiden luokittelu eri ryhmiin, eli segmentteihin on hinnoittelussa tärkeää. (Laitinen 2007, 101–103.)

Kuluttajien käyttäytymisen arvioinnissa on hyötyfunktion muodolla olennainen merkitys. Suurin osa kuluttajista on riskin karttaji (risk averter). Tällainen asiakas karttaa riskejä myös ostopäätöksissään ja antaa arvoa niille tuotteille, joista hänellä on entuudestaan kokemusta sekä pystyy ennustamaan tuotteiden arvon tarkasti. Jos tuote ei ole tuttu, eikä ominaisuuksia pysty täsmällisesti arvioimaan, halukkuus hankkia tuotetta vähenee. Riskiä karttava ihminen suhtautuu tavallisesti hyvin passiivisesti markkinoille tulevien uusien tuotteiden hankintaan. Sen sijaan riskinottaja (risk taker) hakee epävarmuutta ja siinä pienintäkin onnistumisen mahdollisuutta. Tällainen asiakas kokeilee mielellään erilaisia tuotteita, etsii kokemuksia ja hankkii myös mielellään uusia markkinoille tulevia tuotteita, joiden käytöstä ei ole vielä kokemusta. (Laitinen 2007, 109–110.)



Kuvio 1. Kuluttajan kulutuspäätökseen vaikuttavat tekijät (Laitinen 2007, 106.)

3.2.2 Kilpailuperusteinen hinnoittelu

Markkinoilla vallitseva kilpailutilanne vaikuttaa paljon yrityksen mahdollisuuksiin hinnoittelussa. Jos markkinoilla vallitsee täydellinen kilpailu, siellä on suuri määrä kuluttajia ja yrityksiä. Uusien yritysten pääsy markkinoille on esteetön, eikä millään yrityksellä ole määräävää markkinaosuutta. Monet yritykset valmistavat samanlaisia tuotteita ja tarjoavat sitä markkinoille kiinteään markkinahintaan, johon yksittäinen yritys ei voi vaikuttaa. Yksittäinen yritys on yleensä niin pieni, ettei se voi muuttaa markkinahintoja, vaan joutuu sopeutumaan niihin. Yritys siis ottaa hinnan markkinoilta ja sopeutuu siihen. Yrityksellä on kuitenkin valta päättää, kuinka paljon se tarjoaa tuotetta markkinoille kiinteään hintaan. Se riippuu täysin yrityksen tavoitteista ja mahdollisesta kustannusfunktioista. (Sipilä 2003, 121–122.)

3.3 Asiakaspalvelu ja asiakkaat

Palveluorganisaation toiminnan kulmakivinä ovat pitkäaikaiset ja kannattavat asiakassuhteet, jotka muodostuvat aina yksittäisistä palvelutapahtumista. Hyvää palvelua saaneet asiakkaat tulevat todennäköisemmin uudestaan asiakkaiksi, kuin huonoa palvelua saaneet ja parhaimmassa tapauksessa tyytyväiset asiakkaat ovat valmiita toimimaan yrityksen palveluiden suosittelijoina. Useimmiten asiakkaat suhtautuvat palveluun neutraalisti, eli tapahtuma ei herätä voimakkaampia tunteita – ihastusta tai vihastusta. Rautio (2012) kuitenkin väittää, että palvelukokemus on ikään kuin ”katsojan silmässä”. Joku voi ottaa saman palvelukokemuksen hyvin negatiivisena, kun joku taas piti kokemusta hyvänä. Pahimmassa tapauksessa palveluunsa tyytymättömät asiakkaat voivat ryhtyä mustamaalaamaan yritystä. Negatiiviset kokemukset jäävät kuluttajan muistiin helpommin kuin positiiviset ja ne vaikuttavat vahvasti asenteisiin. Huonoja kokemuksia myös jaetaan herkemmin kuin hyviä. Yleisesti mieleen jää ajatus ”kerran huono palvelu, aina huono palvelu”. Mutta ainoastaan harvat asiakkaat tekevät valituksen huonosta palvelusta. Kuusela (2003, 96–97) sekä Raatikainen (2008, 44; 106) toteavat, että kun asiakas valittaa, antaa hän yritykselle mahdollisuuden korjata virheensä. Asiakkuussuhteet eivät tule itsestään ja korjaamalla palveluvirhe hyvin, voi se ihanteellisesti jopa

vahvistaa suhdetta. Asiakassuhteisiin panostamalla saadaan tyytyväinen ja parhaimmassa tapauksessa hyvin uskollinen asiakas.

Negatiivisiin kuin positiivisiinkin kokemuksiin liittyy yleensä asiakkaan aiemmat kokemukset samankaltaisista tilanteista ja sen perustalta luodut henkilökohtaiset ennakoasenteet. Havunen esittää, että hyvä asiakaspalvelija pyrkii tunnistamaan nämä opitut asenteet ja muuttamaan lähestymistapaansa sekä palvelutaktiikkaansa jokaisen asiakkaan mukaisesti. Kuitenkaan aivan joka kerta lähestymistavan muokkaaminen asiakkaan mukaan ei toimi. Tällöin on muistettava, että jokaisen ihmisen asenteet vaikuttavat koettaviin asioihin ja jokainen ikään kuin suodattaa saamansa informaation itselleen sopivaan malliin. Näin ollen myyjä voi luulla olevansa asiakkaan kanssa samaa mieltä vaikkapa ostettavan palvelun tärkeimmistä ominaisuuksista, vaikka todellisuudessa asiakas itse olisikin eri mieltä. (Havunen 2000, 15–17 ; 24–26.)

4 TUOTTEISTAMINEN

4.1 Tuotteistamisen tarkoitus ja hyöty

Palvelujen kehittäminen ja toimintamallien muokkaaminen mahdollisimman täydellisiksi ovat osana menestyvää sekä kilpailukykyistä yritystä. Kullekin palvelualalle täytyy luoda omanlaisensa kehitysmallit, koska on haasteellista luoda samanlaista kehitysmallia esimerkiksi teollisuuden tuotantolinjastosta ravintolakeittiön tuotantopuolelle. Yleisesti ottaen tuotteistaminen tarkoittaa asiaa, jolloin tietystä palvelusta kehitetään selkeä palvelukokonaisuus, jotta asiakkaalle saadaan tuotantokelpoinen sekä tämän tarpeita vastaava tuote. Tuotteistamisprosessin aloittaminen vaatii kuitenkin aina tiedon keräämistä, minkä pohjalta halutunlainen kehitys aiotaan saada aikaiseksi. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 3.)

Hyvä tuotteistaminen tekee palvelun ostamisen helpommaksi ja on idealtaan kilpailijoihin nähden ylivoimainen. Palvelu on myös tehokkaammin myytävissä ja markkinoitavissa sekä helpommin monistettavissa. Nykyisin asiakkailla on hyvin paljon varaa valita eri palveluntarjoajien välillä, mutta ollessa itse palveluntarjoajana, on tärkeää erottua kilpailijoista sekä luoda asiakkaalle niin sanottu ”elämää helpottava paketti”. Usein tyydytään vain mainostamaan itseään luotettavana ja laadukkaana vaihtoehtona, eli asioina, joita myös monet muut kertovat olevansa. Kun palvelu on tuotteistettu helpoksi ostaa ja se on olennaisesti parempi kuin kilpailijoilla, saadaan palvelusta katetta. Palvelun tehokkaampi myynti, markkinointi sekä monistettavuus pienentävät myynnin kuluja ja tehostavat palvelutuotantoa. (Parantainen 2007, 38 -39.)

4.2 Tuotteistaminen käytännössä

Tuotteistaminen tarkoittaaakin yritykselle konkreettista tuotetta tai palvelua, joka saadaan aikaiseksi pitkän suunnittelun tuloksena. Tuotteistamisen avulla palvelulle saadaan nimi, aloitetaan markkinointi, esitellään tuote yleisölle, toimituksessa tai tuotannossa työskentelevät henkilöt saavat asianmukaisen koulutuksen ja viimei-

senä, myös tärkeimpänä, ryhdytään seuraamaan itse tuotteistamista. Varsinainen tuotteistaminen on sitä, jolloin palvelusta kehitetään selkeä kokonaisuus, joka voidaan esimerkiksi myydä eteenpäin sellaisenaan. Kun tietty palvelu on tarkasti prosessoitu, helpottaa se myös vaikkapa itse työntekijän työtä. Työn jälki on aina laadukasta, koska se on ennalta käsin mietitty (Tuotteistaminen [viitattu 14.3.2014].)

Tuotteistamisessa on siis ennen kaikkea kyse äärimmäisen tarkasti suunnitellun tuotteen monistamisesta. Tällöin kuka vain kykenee tuottamaan yhtä laadukasta palvelujälkeä kuin alansa paras henkilö. (Parantainen 2009, 6.)

5 RUOKAOHJEEN VAKIOINTI

5.1 Ruokaohjeiden valinta ja vakiointi

Hyvillä ruokaohjeilla ei saada ainoastaan lisää asiakkaita, vaan niistä on hyötyä myös keittiön omassa toiminnassa. Kun reseptit on laadittu tarkasti, on tehdyn ruoan laatu myös tasaista. Eri päivinä tehdyissä samoissa annoksissa ei siis ole poikkeavuuksia ulkonäössä tai maussa. Reseptien toimivuus auttaa toimimaan kustannustehokkaasti, hallitsemaan esikäsittely-, kypsennys- ja jakeluhävikkiä sekä menekin seurantaa. Raaka-aineiden hävikin seuraaminen helpottuu ajan kanssa, kun tilaukset tehdään aina ruokaohjeiden pohjalta ja opitaan arvioimaan palvelun menekkiä. Kun raaka-aineet saadaan hyödynnettyä mahdollisimman hyvin, laskee se kustannuksia eli toisin sanoen säästää rahaa. Lisäksi ohjeiden avulla voidaan määrittää ajankäyttöä sekä tarvittavan ruokapalveluhenkilöstön määrää. (Mauno & Lipre 2005, 49–56.)

Vakioruokaohjeilla, eli yhdenmukaistetuilla ruoanvalmistusohjeilla pyritään varmistamaan ruoan tasainen laatu ja oikea määrä valmistuskerrasta toiseen. Laatu tarkoittaa hyvää makua, ulkonäköä, ravitsemussuosituksen mukaista ravintosisältöä ja hygieenisyyttä. Jotta kaikki edellä mainitut kriteerit täyttyvät, on ruokalajiin käytettävä siihen soveltuvia raaka-aineita, täsmällisiä määriä, keittiöön soveltuvaa ruoanvalmistustapaa sekä ruoan asiallista tarjolle asettamista ja tarjoilua. (Lampi, Laurila & Pekkala 2009, 125–126.)

Uusia ruokaohjeita kehitettäessä voidaan käyttää lähteinä esimerkiksi keittokirjoja, lehtiä tai internetistä löydettyjä reseptejä. Useimmat ohjeista ovat tarkoitettu kotitalouksiin käytettäväksi, mutta reseptejä on helppo muokata ammattikeittiöön sopiviksi eri suurentamismenetelmien avulla, joka on osa ruokaohjeen vakiointia. (Lampi, Laurila & Pekkala 2009, 125.)

Kun on löydetty sopiva ohje, suurennetaan se käytettävän annoskoon sekä ruokailijamäärän mukaan ruokalajille sopivalla menetelmällä. Eli tässä tapauksessa ruokailijamäärä on kymmenen ja annoskoko on ruokalajista riippuen noin 350 gram-

maa. Seuraavaksi käydään läpi työmenetelmät, käytettävät välineet ja laitteet, tarpeen mukaan mainitaan myös käytettävien GN – astioiden koot ja määrät. Näiden jälkeen on aika kokeilla ohjetta käytännössä. Valmistuksen aikana tehdään tarpeelliset muutokset ja kirjataan ne ylös. Kokeilua jatketaan niin kauan, kunnes ohjeen mukaan saadaan haluttu määrä ruokaa sekä hyvä laatu. Lopullisesti ohje on hyväksyttävä, kun valmistaminen onnistuu henkilöltä, joka ei ole aiemmin ohjetta kokeillut. Vakioinnin vaiheiden läpikäynnin jälkeen ohje kirjoitetaan puhtaaksi ja liitetään mahdolliseen ohjekortistoon tai tallennetaan tietokoneelle. (Jokinen, Laine & Lampi 2002, 44; Lampi, Laurila & Pekkala 2009, 126–127.)

5.2 Listan suunnittelu

Toimivan listan pohjana on yleensä aina kustannustehokkuus. Oleellista on myös asiakaslähtöisyys ja asiakkaiden tarpeiden tunteminen, hyvät ja terveelliset raaka-aineet, oikeat ruoanvalmistustavat sekä ruokalistakierto. Ateriat pyritään suunnittelemaan niin, että lopputuloksena saadaan mahdollisimman houkutteleva kokonaisuus. Käytetään erilaisia valmistusmenetelmiä sekä raaka-aineita vaihtelevasti. Aluksi olisikin hyvä luoda runko, johon merkataan kullekin päivälle oma pääraaka-aine, esimerkiksi maanantaina kala, tiistaina jauheliha, keskiviikkona kasvis, torstaina makkara ja perjantaina kana tai muu siipikarja. Sen jälkeen valitaan valmistustavat ja lopuksi mahdolliset muut lisäkkeet, ruokalajista riippuen. Listan suunnittelussa on tärkeää myös huomioida listan riittävä pituus, jotta vaihtelevuus olisi hyvä asiakkaat huomioon ottaen. Useimmiten käytetty ruokalistakierto on kuusi viikkoa, mutta poikkeuksia löytyy. Ruokalistaa on tärkeää päivittää ja kehittää asiakkailta saaman palautteen perusteella. (Ruokalistan suunnittelu [viitattu 15.3.2014].)

Omalta osaltaan ruokalistasuunnittelussa voidaan huomioida myös ympäristö ja suunnittelun aikana tehtävillä valinnoilla voidaan osoittaa vastuullisuutta. Ravitsemussuosittelun mukaiset valinnat tekisivät ruokalistoista kasvis- ja kalapainotteisia, vähentäen eläinkunnan tuotteiden käyttöä, jotka sisältävät paljon kovaa rasvaa. Kuitenkaan aina ympäristölle edulliset valinnat eivät palvele yrityksen omaa näkemystä hyödyllisestä listasuunnitelmasta. Kuitenkin jokaisessa ammattikeitti-

össä voidaan ruokalistasuunnitelmassa huomioida sesonkituotteet. Näin voidaan listalle saada vuoden kierron mukaista kausiruokaa ja alentaa samalla myös hankintakustannuksia. (Kestävä ruokalistan suunnittelun periaatteet [viitattu 15.3.2014].)

Yleisesti monissa suurtalous- ja ravintolakeittiöissä on käytetty käsittelemättömiä elintarvikkeita, mutta nykyisin raaka-aineiden esikäsitteleminen on vähentynyt huomattavasti yleistyneiden puolivalmisteiden vuoksi. Puolivalmisteiden kirjo on hyvin laaja, joten keittiöön voi hankkia miltei mitä vain valmiiksi käsiteltynä. Niiden käyttö säästää aikaa sekä keventää keittiössä tehtävää työtä. Esimerkiksi perunat ja porkkanat voidaan nykyisin tilata pestyinä ja kuorittuina, jolloin keittiöllä ainoiksi tehtäviksi jää niiden paloittelu sekä mahdollinen haluttu kypsennystapa. (Jokinen, Laine & Lampi 2002, 21.)

5.3 Ruokatuotannon omavalvonta

Omavalvontaan kuuluvat kaikki keittiötyöskentelyn osa-alueet, joissa ollaan tekemisissä elintarvikkeiden kanssa, eli aina tuotantovälineiden puhtaudesta astianpesuun. On tärkeää huolehtia yleisestä siisteydestä ja hygieenisyydestä sekä etenkin lämpötiloista kypsennyksen, lämpö- ja kylmäsäilytyksen aikana. Myös astianpesukoneen veden lämpötilalla on oma vaikutuksensa hygieenisyydessä. Lämpötilanseuranta edellyttää omavalvonnan lainsäädäntöä. Lainsäädäntö määrittelee raja-arvot ruoan sisälämpötilalle ja ajalle lämpö- sekä kylmäsäilytyksessä. Ruoan jäähtytys tulee myös tapahtua tietyn ajan sisällä, eli + 60 asteesta + 4 asteeseen alle 4 tunnissa. (Jokinen, Laine & Lampi 2002, 123–125.)

Lämpötilalla on suuri vaikutus ruoan laatuun. Ruoan ulkonäkö, maittavuus ja ravintoarvo riippuvat esimerkiksi lihan ja kasvien kypsennyksessä käytetyistä lämpötiloista sekä ajasta. Lämpötilan hallinta on haastavaa, jos valmistetaan kerralla suuria määriä ruokaa tai jopa monta eri ruokalajia. Kuumennettavan ruoan tulee olla sisälämpötilaltaan vähintään + 75 asteista. Tällöin tuotteessa mahdollisesti elävät mikrobit kuolevat. Tarjoilulinjastossa olevan ruoan lämpötilan täytyy olla + 60–80

asteista, eikä linjastossa seisonutta ruokaa saa tarjoilla uudelleen. (Mauno, Lipre 2005, 42.)

Omavalvonnassa huolehditaan, ettei annettuja raja-arvoja ylitetä tai aliteta. Poikkeumat kirjataan omavalvontakansioon ja poikkeumat havaitessa tehdään korjaava toimenpide. Esimerkiksi liian alhaisessa lämpötilassa tuotetta joko kypsennetään uudelleen tarvittavaan lämpötilaan tai lämpösäilytyksessä lämpötilaa nostetaan. Omavalvontakansioon kerätty tieto ja niistä seurannut toiminta on tallennettava terveystarkastajien käyttöön sekä keittiön oman toiminnan kehittämistä varten. (Jokinen, Laine & Lampi 2002, 223–224.)

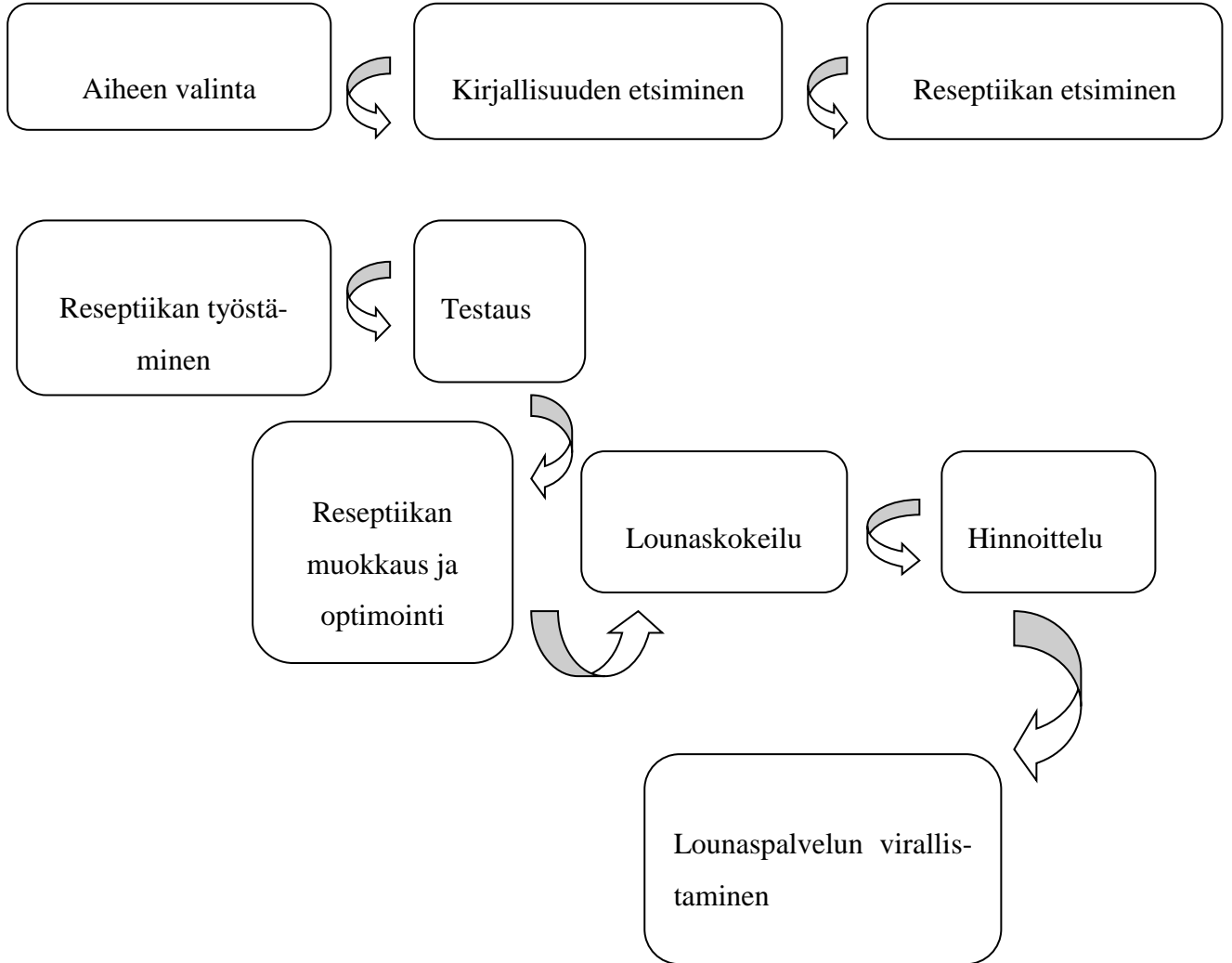
6 SUUNNITTELUPROSESSI JA ETENEMINEN

6.1 Työn suunnittelu

Opinnäytetyön suunnitteluprosessi alkoi määrittelemällä työn lähtökohdat ja asiakkaan tarpeiden selvittäminen. Aiheeksi valikoitui lounaspalvelun tuottaminen ja kehittäminen uudelle Pirjon Pakarin Nurmijärven toimipisteelle. Päätimme yhteisesti toimeksiantajan kanssa luoda osittain itse lounaalla käytettävän reseptiikan. Reseptit etsittiin, muokattiin ja testattiin suurimmaksi osin yhteistyössä. Haasteena työn aloituksessa oli nopea aikataulu, joten reseptien kokonaisvaltaiseen kehittämiseen ja luomiseen ei ollut aikaa. Tästä syystä valikoimme mahdollisimman simppeleitä ja helppoja ohjeita, joita oli helppo muokata kyseisen yrityksen palveluun sopivaksi. Tärkeimpiä huomioita olivat ohjeiden raaka-ainesuhdanteet, annoskoot ja makumaailma.

Reseptiikan luominen sekä etsiminen lähtivät internetistä etsimällä. Internetin lisäksi hyödynnettiin myös kirjoista ja oppikursseilta saatuja ohjeita. Tavoitteena oli saada aikaiseksi viiden (5) viikon kiertävä ja mahdollisimman monipuolinen sekä vaihteleva ruokalista (liite 1). Kiertävässä ruokalistassa huomioitiin, ettei sama raaka-aine esiinny listalla useampaan otteeseen. Kuitenkaan tarkempaa kaa-viopohjaa ei pääraaka-aineiden käytölle tehty, vaikka näin aluksi suunniteltiin.

Reseptiikan luonnin pohjalle täytyi myös selvittää, millainen tarjonta seudun muilla ruoka-alan yrityksillä oli. Perehtymällä ympäristön potentiaaliseen asiakaskuntaan sekä kilpaileviin yrityksiin, saatiin luotua kilpailukykyinen hinta, mutta samalla myös muista erottuva tarjonta.



Kuvio 2. Lounaspalvelun prosessikaavio

6.2 Ympäristön ja kilpailijoiden kartoitus

Nurmijärvellä kilpailua on jonkin verran, leipomopuolella yksi kilpailija on Uudenmaan leipä, jonka toimipiste sijaitsee Klaukkalassa. Lounaspalvelua ajatellen kilpailua on enemmän, lähiympäristöstä löytyy parin kilometrin säteellä Myllykukko, joka on huoltoasema monipuolisine palveluineen. Sieltä löytyvät muun muassa Ilvesburger, Hesburger, Subway, Kotipizza ja Time Out Taverna, jossa tarjoillaan talon oma lounas. Time Out Tavernan lounasbuffet valikoima on laaja, tarjolla on pihvien ja uuniruokien lisäksi myös keitto. Lounaan hinta on 9,70 e, joka sisältää kaikki pöydän antimet. Muita ravintoloita ovat kiinalainen ravintola Long Wah, Pizzeria Capri ja uusimpana tulokkaana ravintola Victory. Edellämämainituista ravintoloista keittoja tarjoilevat Time Out Tavernan lisäksi ainoastaan kiinalainen ravintola Long Wah jonka lounaan hinta on 7,50. Kuitenkin ravintolan keittovalikoima on hyvin suppea, listalta löytyy vain kolme keittoa. Klaukkalassa sijaitseva Uudenmaan leipä tarjoilee myös lounasta, mutta sen sijainti houkuttelee tällöin enemmän Klaukkalassa asuvia tai työskenteleviä ihmisiä. Heidän valikoimiinsa kuuluu lounasbuffetti, jonka tarjoiltavat ovat kotiruokamaisia, hinta 9,20e, keittolounas, jonka hinta on 7,00 e sekä kevyin vaihtoehto, salaattipöytä, jonka hinta on 8,00 e. Matkaa Klaukkalan Uudenmaan leipään on noin 20 kilometriä. Vaikka välimatkaa Uudenmaan leipään on 20 kilometrin verran, on se silti alueen varteenotettavin kilpailija. Yleisesti kilpailevien yritysten hintahaarukka liikkuu 7-9,50 euron välillä.

Myllykukon alueelle on rakennettu vuoden 2012–2013 välisenä aikana Ilvesvuori nimistä logistiikkakeskusta, jossa työskentelee monia potentiaalisia asiakkaita. Pirjon Pakarin kahvilan tila on hyvin rajallinen lounaan tarjoiluun ja valmistukseen, koska siellä ei ole varsinaista keittiötä ollenkaan. Lounaan mahdollisuutta kahvilan palveluissa ei huomioitu rakennusvaiheessa ja näin ollen pieni lounaskapasiteetti voi viedä asiakkaita muihin yrityksiin.

6.3 Asiakkaat ja markkinat

Pirjon Pakarin asiakaskuntaan kuuluvat kaikenikäiset ihmiset, mutta pääpaino on enemmän aikuisissa, noin 30 – 50 – vuotiaissa työelämässä olevissa ihmisissä. Tarkoituksena ei ole ainoastaan houkutella lähiympäristössä kulkevia ihmisiä, vaan tarkoituksena on saada yleisesti asiakaskuntaa ympäri Uuttamaata. Puhuttaessa ainoastaan lounaspalvelun käyttäjistä, tavoitteena on saada lähiympäristön työntekijät tulemaan myymäläämme.

Asiakkaita tavoitellaan markkinoimalla tuotteita paikallisissa sanomalehdissä, esimerkiksi Nurmijärven uutisiin tulee mainos viikoittain. Tämän lisäksi on panostettu konsulentteihin, jotka kiertävät eri kaupoissa esittelemässä sekä maistattamassa Pirjon Pakarin tuotteita. Näin tavoitellaan uusia asiakkaita ja ollaan heihin kontaktissa henkilökohtaisella tasolla. Myös messuja hyödynnetään markkinoinnissa, sillä tavoitetaan paljon ihmisiä lyhyellä aikavälillä. Tavoitteena on lisätä kysyntää entisestään ja saada enemmän jalansijaa pääkaupunkiseudun leipämarkkinoilla ja vakiinnuttaa paikka Nurmijärvellä.

Yrityksen asiakkaat tulevat lähiympäristön asukkaista sekä työntekijöistä. Lounaspalvelu on ainoastaan yksi pieni osa muussa tuotannossa ja se on luonut yrityksen palveluille lisäarvoa, sekä näin ollen myös tarjontaa lähiseudulla liikkuville ihmisille. Lounaspalvelun avulla saadaan houkuteltua uusia asiakkaita samalla tutustuttaen heitä Pirjon Pakarin leipävalikoimaan. Kysyntää pyritään kasvattamaan entisestään ja laajentamaan asiakaskuntaa.

Markkinoille pääsy kuitenkin vaatii pitkäjänteisyyttä sekä hyvin kohdennettua markkinointia. Pirjon Pakarin tuotteet eivät sikäli sido tiettyä ikäryhmää kuluttajiksi, vaan leipää syövät kaikki ikäluokat, mutta lounaspalveluita kohdennetaan eritoten lähialueen yrityksiin ja heidän työntekijöilleen.

Pirjon Pakari Nurmijärvi Ky:n tavoitteena on valmistaa lähiympäristön asukkaille puhtaista ja lähellä tuotetuista raaka-aineista leipää, ilman lisäaineita. Nykypäivänä ihmiset haluavat yhä enemmän mahdollisimman vähän prosessoituja elintar-

vikkeita ja Pirjon Pakarin leivät vastaavat tähän kysyntään. Lisäksi leipää leivotaan päivittäin, jolloin asiakkaat saavat leipänsä täysin tuoreina.

6.4 Reseptien suunnittelu

Ruokaohjeiden valinnat tehtiin yhteistyössä toimeksiantajan kanssa sekä myös osa muokkauksista ja testauksista. Haasteena reseptien suunnittelussa oli ajan, sekä sopivien tilojen puute. Koska alusta alkaen emme voineet alkaa reseptiikkaa kehittämään, valitsimme reseptejä, joita oli mahdollisimman helppo muokata keittolounaspalveluun sopivaksi. Ainoastaan pari resepteistä oli kokonaan itse suunniteltuja. Tärkeimpiä huomioita olivat ohjeiden raaka-ainesuhdanteet, annoskoot, valmistuksen helppous ja makumaailma. Hyödynnettäviä reseptejä etsittiin niin kirjoista, entisiltä oppikursseilta kuin internetistä. Innoitus itse suunniteltuihin resepteihin lähtivät nekin kuitenkin aiemmin kokeilluista keittokirjojen ohjeista. Valmiit pohjat auttoivat ymmärtämään raaka-aineiden ja nesteen suhdannetta toisiinsa.

Vaikka useimmiten ravintoloissa on käytössä kuuden viikon kiertävä ruokalista, tähän työhön viiden viikon lista tuntui paremmalta vaihtoehdolta. Pyrkimyksenä oli luoda mahdollisimman monipuolinen sekä vaihteleva ruokalista (liite 1). Kiertävällä listalla huomioitiin, ettei sama pääraaka-aine esiinny listalla useampaan otteeseen. Kuitenkaan varsinaista kaaviopohjaa ei pääraaka-aineiden käytölle tehty, vaikka näin aluksi suunniteltiin.

Keitto-ohjeet suunniteltiin niin, että pääraaka-aineina käytetään joko lihaa, kalaa tai kanaa. Joinakin päivinä tarjolla on siis makkaraa, kalakuutioita, jauhelihaa, kanasuikaleita ja niin edelleen. Kuitenkin on pyritty välttämään, ettei peräkkäisinä päivinä olisi käytetty esimerkiksi punaista lihaa. Täysin kasviksista valmistettavia keittoja tuli kolme. Kasviksia haluttiin käyttää monipuolisesti, jotta saataisiin aikaiseksi mahdollisimman ruokahalua herättäviä keittoja. Tärkeää oli saada kiertävään ruokalistaan ruokia, jotka vaikuttavat aisteihin positiivisesti. Keittojen tulisi maistua hyvältä, mutta myös tuoksua, näyttää ja olla rakenteellisesti miellyttäviä. Kun jokin

osa-alue ei toimi, ei toimi myöskään kokonaisuus. Kun asiakkaat pitävät ruoista, tulevat he varmasti myös takaisin.

Erytisruokavaliot otettiin huomioon niin, että kaikki keitot pyritään tekemään laktoosittomina tai vähälaktoosisina. Osa keitoista sopii myös gluteenittomaan ruokavaliioon.

Reseptejä oli alussa useampi, lähemmäs 30, joita testattiin ja muokattiin kotioloissa. Muutamia reseptejä jätettiin kokonaan pois, koska niiden ei koettu sopivan toteutettavaksi suuremmalle asiakasmäärälle. Muihin valmiisiin resepteihin muutettiin ainoastaan annosmäärät, eli kaikki reseptit muokattiin riittämään 10 hengelle. Kun annosmäärät ovat automaattisesti tehty 10 hengelle, on annosmääriä tarpeen tullen helppo nostaa. Näin raaka-ainemäärien suhteet toisiinsa saadaan pysymään samoina. Tässä opinnäytetyössä on esitelty ainoastaan 8 lounaalla käytettävää ruokaohjetta (liite 2). Loput ohjeet päätettiin pitää yrityksen omana tietona.

Reseptit kirjattiin Excel – taulukko-ohjelmaan, johon oli helppo syöttää valmiit laskukaavat. Tällöin reseptien muokkaaminen on helpompaa. Raaka-ainemäärien muuttuessa ohjelma laskee automaattisesti uudet käyttömäärät hävikin mukaan. Reseptin laadinnassa otettiin huomioon kypsennyshävikit. Keittoruoista haihtuu neste helposti, joten nesteen lisäys tuli ottaa huomioon niin, että kokonaismäärä ruoassa säilyy oikeana. Kuitenkin tarjoilussakin usein tulee hieman hävikkiä, joten noin 3 % tarjoiluhävikki on myös reseptikassa huomioitu.

Reseptien työstämisen ja optimoinnin jälkeen oli aika testata ohjeita. Resepteihin tehtiin vielä viimeisiä muutoksia ennen niiden toteamista käyttökelpoisiksi oikeassa tilanteessa. Kun suurin osa resepteistä oli saatu muokattua haluttuun muotoon, oli seuraavana vaiheena testata keittolounaan toimivuutta käytännössä. Tässä tilanteessa pyrittiin näkemään tarvitseeko lounaan valmistuksessa huomioida joitain erityisiä asioita, kuinka ruoan valmistuksen ajoittaminen toimii ja kuinka astiahuolto pelaa lounaan päättymisen jälkeen. Tarkoituksena on, että lounasta pystyy valmistamaan yksi henkilö isommalle asiakasmäärälle.

Keittolounaan testaamisen ja siihen kuuluvien osa-alueiden hyväksymisen jälkeen oli aika hinnoitella palvelu. Jo testauskerralle hinta oli päätetty ja samassa hinnassa aiottiin pysyä myös jatkossa. Lounaan hinnaksi valikoitui 6 euroa. Alun perin lounaan hinnoittelussa oli tarkoitus käyttää kustannusperäistä hinnoittelua, mutta lopulta päädyttiin tarkastelemaan kilpailijoita sekä heidän lounashintojaan joiden pohjalta hintapäätökset tehtiin.

Vaikka lopulliset hintapäätökset tehtiin kilpailuperusteisesti, otettiin huomioon myös raaka-aineiden valinta niin, että ulosmyyntihinta kattaa aiheutuneet kustannukset. Osalla reseptejä ovat korkeammat katekustannukset kuin toisilla, joten tämä antoi myös hieman liikkumavaraa reseptien suunnitteluun. Lounasta ei olisi kannattava pitää jos raaka-ainekustannukset olisivat aina hyvin korkeat, tällöin lounaan hintaa täytyisi nostaa jolloin riskinä olisi asiakkaiden menettäminen.

Keittolounaan tarjoilussa on huomioitu yrityksen arvoja jonkin verran. Annokset pyritään valmistamaan alusta asti itse käyttäen tuoreita raaka-aineita, mutta esimerkiksi erikoisempien raaka-aineiden saatavuus lähialueelta, etenkin kotimaisena, on lähes mahdotonta.

Omavalvonnan osalta ylijääneen ruoan jäähdytystä tietyn ajan sisällä ei huomioida yhtä tarkasti kuten omavalvontasuunnitelmassa vaaditaan, koska lounastarjoilun jälkeen ruoka laitetaan suoraan biojätteeseen. Vanhoja keittoja ei siis tarjoilla enää uudestaan asiakkaille eikä henkilökunnalle. Kuitenkin lounastarjoilun aikaan ruoan lämpötila mitataan tarjolle asetettaessa sisälämpömittarilla ja mittaustulokset merkitään ylös omavalvontakansioon lämpötilojen seuraamiseksi. Lisäksi keitoista otetaan ruokanäytteet mahdollisten ruokamyrkytystapausten selvittämiseksi.

7 TYÖN TULOKSET JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda monipuolinen ja ravitseva lounaspalvelu lähialueen asukkaille sekä työssäkäyville ihmisille. Nopeasta alusta huolimatta lounas saatiin toimivaksi kokonaisuudeksi jo heti ensimmäisestä kerrasta lähtien. Eräänlainen testauskerta pidettiin kesällä ulkopuolisen tahon kokouksen puitteissa. Kokoustarjoiluksi valikoitui bataatti-porkkanasosekeitto sekä alkuruokasalaatti. Bataatti-porkkanasosekeiton ohje löytyi Valion sivuilta, mutta ohjetta muokattiin hieman niin raaka-aineiltaan, kuin myös raaka-aineiden määrältä. Resepti laskettiin riittämään 10 hengelle muiden reseptien tapaan. Näin haluttiin varmistaa, että tarpeen vaatiessa ohjetta on helppo suurentaa isommalle henkilömäärälle ilman, että raaka-aineiden suhteisiin tarvitsee tehdä muutoksia. Tässä tapauksessa siis varmistettiin, että sosetta ei ole liikaa suhteessa nesteen määrään tai toisinpäin. Ruoka sai paljon positiivista palautetta, joten siitä oli hyvä jatkaa suunnittelua.

Suurin osa resepteistä löytyi internetistä, mutta lisäksi uusien reseptien pohjana käytettiin myös vanhoja koulusta saatuja reseptejä. Niiden avulla oli helpompi hahmottaa esimerkiksi nesteen ja vihannesten suhdetta toisiinsa. Vanhojen koulureseptien pohjalta suunniteltiin työn lopusta liitteinä löytyvät kalakeitto ja punajuuri-nakkikeitto. Muut liitteet ovat enemmän tai vähemmän muokattuja internetistä löytyneitä ohjeita. Kaikkia ohjeita ei työssä esitellä toimeksiantajan toiveesta.

Koska tarkoituksena oli saada mahdollisimman monipuolinen viiden viikon kiertävä lista, valittiin kullekin viikolle tasaisesti kalaa, kanaa, kasvista ja punaista lihaa. Reseptien suunnittelun helpottamiseksi sovittiin, että joka torstai pidetään hernekeittopäivä. Itse en kuitenkaan kiertävää listaa tehnyt, vaan sen laati Pirjon Pakarin myymäläpäällikkö. Minun tehtäväkseni jäi reseptien suunnittelu ja vakiointi, eli testasin ja muokkasin ohjeita niin, että kuka vain myymälän työntekijöistä voi valmistaa lounaan ilman, että ruoan laatu kärsii tai muuttuu viikosta toiseen.

Lounaspalvelun tarkoituksena oli tuoda yritykselle lisää vetovoimaa, eli saada tunnettuutta ja uusia asiakkaita ja näin ollen lisätä päätuotteen, eli leivän myyntiä. Kuitenkaan yksittäisenä osana lounas ei tuo yhtä merkittävää osuutta kassavirtaan

kuin leivän myynti. Tämä ei kuitenkaan tarkoita sitä, että lounaspalvelun ylläpito ei olisi kannattavaa. Tärkeää on, että raaka-ainekustannukset saadaan katettua päivittäisellä myynnillä.

Hinnoittelun pohjalle oli tarkoituksena tehdä tarkempaa analyysia kilpailevista yrityksistä, mutta lopulta tyydyttiin kuitenkin tekemään ainoastaan pintapuolista vertailua, jonka perusteella päätettiin lounaalle laittaa kiinteä kuuden euron hinta. Yleinen hintahaarukka lähiseudun yrityksillä oli 7-8,50 euroa. Kuuden euron hinta on hyvin kilpailukykyinen muihin yrityksiin verrattuna, mutta on kuitenkin hyvä muistaa, että keittojen raaka-aineisiin käytettävä rahamäärä ei ole yhtä suuri kuin esimerkiksi useampien ruokalajien tai salaattipöydän koostamiseen käytetty raha.

8 POHDINTA

Opinnäytetyössä oli kyse toimivan lounaspalvelun kehittamisestä uudelle Pirjon Pakarin toimipisteelle, joka valmistui Nurmijärvelle keväällä 2012. Kehittämistyön pääpaino oli suurimmaksi osin itse käytännön toteutuksessa, joten käytännön seikkojen yhdistäminen teoreettiseen pohjaan vaati luovuutta. Osittain oli myös helpompaa välittää teoreettisesti asiat, joita ei käytännön osuudessa tullut niin hyvin esiin, esimerkkinä markkinointi ja asiakaspalvelu.

Reseptiikan koostaminen kävi kuin itsestään, osittain juuri sen takia, että osa resepteistä oli täysin valmiita ja osaan tehtiin pieniä muutoksia. Muutoksia tehtiin etenkin annoskokoihin sekä raaka-aineiden suhteisiin. Joissakin ohjeissa esimerkiksi perunaa oli nesteeseen suhteutettuna aivan liian vähän ja joissain ohjeissa nesteen suhde muihin raaka-aineisiin oli huomattavan vähäinen. Eli ohjeita suurennettiin pääosin raaka-aineosia tai pääainesuhteita käyttäen. Muutokset reseptiikkaan tehtiin testauskertojen yhteydessä ja kaikki reseptit testattiin joko omassa kotikeittiössä tai Pirjon Pakarilla. Välillä ohjeiden muuttaminen käyttöön sopiviksi ei käynyt aivan helposti, vaan jo valmiiksi ajateltu ohje saattoi paljastua vielä käytäntöön sopimattomaksi. Keskimäärin keittojen testaukseen ja vakiointiin meni noin 2-4 kertaa. Suurimpaan osaan riitti kaksi testauskertaa valmiin, pätevän pohjan vuoksi.

Haasteena oli koostaa mahdollisimman monipuolinen lista ja etenkin se, että kaikki ruoat ovat keittoja lisäsi haasteen määrää. Pieni listaa helpottava ratkaisu tuli ylemmältä taholta ja lopputuloksena joka torstai päätettiin pitää hernekeittopäivä. Kiertävästä listasta ei haluttu tehdä liian suurta, joten tämän hetkinen listan laajuus on 5 viikkoinen, eli yhteensä eri keittoja on 21.

Keittolounas valikoitui uudeksi ”tuotteeksi” siksi, että keittiön varustelu oli hyvin puutteellinen. Varsinaista keittiötilaa ei kahvilassa ole, joten ratkaisuna oli järjestää vapaaseen nurkkaukseen pöytätaaso, jonka päälle hankittiin kaksi induktioliettä. Tilaa ei ole edelleenkään paljon, mutta se on tarpeeksi riittävä pienten keittomäärien valmistamiseen. Valmistuskapasiteetti on resurssien ja asiakaspaikkojen vä-

hyyden vuoksi hyvin pieni, eli noin 30 – 50. Keiton menekki päivittäin on noin 15–30 annosta. Tarpeen vaatiessa varastosta löytyy valmiskeittoja, joihin on mahdollista lisätä eri raaka-aineita ja tarjota asiakkaille, jos aiempi päivän keitto sattuu loppumaan kesken eikä raaka-aineita siihen enää ole.

Työstä Pirjon Pakari sai lisää pontta laajentaa tuotevalikoimaa ja näin ollen saada lisää asiakaskuntaa lisäten päätuotteen, eli leivän myyntiä. Olemassa olevaan tilanvuokraukseen voidaan nyt myös lisätä mahdollinen ruokailu jos näin asiakas haluaa. Tällä tavoin saadaan lisää tunnettuutta ja myös lisätä intoa käyttää Pirjon Pakarin tiloja kokouksien tai vaikkapa juhlien järjestämistä varten. Tämän työn tuottamat käyttövalmiit reseptit voidaan jakaa käytettäväksi myös muiden toimipisteiden kesken sekä käyttää pohjana uusien reseptien ja aivan uuden ruokalistan suunnittelua varten. Lounaspalvelu kasvaa ja kehittyy koko ajan ja on aivan toimeksiantajasta itsestään kiinni mihin suuntaan halutaan lähteä tätä palvelua jatkossa viemään. Asiakkailta saatu palaute otetaan aina huomioon ja se on myös osana entistä paremman palvelun tarjoamista. Tavoitteena on karsia huonommin myyvät keitot pois ja luoda tilalle uusia, tai vaihtoehtoisesti jatkojalostaa vanhaa reseptiä niin, että voitaisiin tarjota asiakkaille heidän mieltymystensä mukaista, ravitsevaa ruokaa. Asiakkaiden palaute on hyvin tärkeää ja jotta saavutetaan vankka jalansija Nurmijärven palvelutarjonnassa, on lounaspalveluun paneuduttava entistä tehokkaammin. Työ ei kuitenkaan aina edennyt halutussa aikataulussa, osittain juuri tilojen muokkaamisen vuoksi. Mutta lounaspalvelu saatiin lopulta loppukesän kuluessa käyntiin.

Työtä ajatellen omalla kohdallani oppimista tapahtui etenkin siinä, kun ymmärsin mitä kaikkea uuden palvelun lanseeraus vaatii. Jos aikaa ja resursseja olisi ollut enemmän, olisi työn tuloskin luultavasti ollut aivan toisenlainen. Yli kahdenkymmenen ruokaohjeen kehittäminen alusta loppuun olisi vaatinut huomattavan paljon aikaa, mutta samalla olisi päässyt syventymään entistä paremmin ruokaohjeiden optimointiin, valmistusmenetelmiin ja välineisiin. Arvostan suuresti tämän työn tuomaa kokemusta ja ymmärrystä liiketoiminnasta. Nyt tiedän, ettei uuden tuotteen kehittämisessä ole kyseessä ainoastaan uuden tuotteen kehittäminen itsessään, vaan tarkoituksena on luoda jotain merkittävää yritykselle itselleen, asiakkailleen, sekä luoda jotain, mitä kilpailevilla yrityksillä ei ole. Myös tiiviillä yhteistyöllä toi-

meksiantajan kanssa saadaan aikaiseksi paras mahdollinen lopputulos, joka miellyttää molempia osapuolia. Tällainen työ vaatii hyvin paljon pohjatyötä, liiketoimintaympäristön ja asiakaskunnan analysointia sekä kilpailijoiden vahvuuksien ja heikkouksien selvittämistä. Uuden tuotteen tai palvelun tulee myös vastata yrityksen identiteettiä, eli luodaan uusi versio siitä, mitä tällä hetkellä jo tarjotaan tai mikä sopii yhteen muiden tuotteiden kanssa. Tässä tapauksessa leipä ja keitto ovat äärimmäisen hyvä pari.

LÄHTEET

- Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero T. 2003. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Restamark Oy.
- Grönroos, C. & Järvinen, R. 2001. Palvelut ja asiakassuhteet markkinoinnin polttopisteessä. Vantaa: Kauppakaari.
- Havunen, R. 2000. Uusi näkökulma asiakkaaseen: oivaltamisen kautta tuloksiin. Helsinki: Edita.
- Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen, V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua: opas yrityksille. [Verkojulkaisu]. Helsinki: Tekes. [Viitattu: 19.6.2012]. Saatavana: www.tekes.fi/fi/.../palvelujen_tuotteistamisesta_kilpailuetua_pdf
- Jokinen, P., Laine, H. & Lampi, R. 2002. Ammattikeittiön laitteet ja työvälineet. Helsinki: WSOY.
- Kartajaya, H., Kotler, P. & Setiawan I. 2011. Markkinointi 3.0: Tuotteista asiakkaisiin ja ihmiskeskeisyyteen. Helsinki: Talentum.
- Kestävän ruokalistan suunnittelun periaatteet. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Ympäristöosaava. [Viitattu 15.3.2014].
<http://www.ymparistoosaava.fi/ruokapalveluala/index.php?k=22439>
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Jyväskylä: Avaintulos Oy.
- Laitinen, Erkki K. 2007. Kilpailukykyä hinnoittelulla. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Lampi, R., Laurila, A. & Pekkala, M. 2009. Ruokapalvelut työnä. Helsinki: WSOY.
- Mauno, S. & Lipre, E. 2005. Älykäs kokki ammattikeittiössä. Helsinki: WSOY.
- Mauno, S. & Lipre, E. 2008. Taitava kokki ammattikeittiössä. Helsinki: WSOY.
- Parantainen, J. 2007. Tuotteistaminen: rakenna palvelusta tuote 10 päivässä. Helsinki. Talentum Media Oy.
- Parantainen, J. 2008. Tuotteistajan pikaopas 3.0. [Verkojulkaisu]. Espoo. Noste. [Viitattu 15.3.2014]. Saatavana:
http://tiimiakatemia.files.wordpress.com/2009/10/tuotteistajan_pikaopas3.pdf
- Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita.

Rautio, S. 18.9.2012. Kokemusta rikkaampi. [Verkkosivu]. Tuplaamo. [Viitattu 12.3.2014]. Saatavana: <http://www.tuplaamo.fi/2012/09/kokemusta-riikkaampi>

Ruokalistan suunnittelu. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Ravitsemuspassi. [Viitattu 15.3.2014]. Saatavana: <http://www.ravitsemuspassi.fi/valmennus.php?k=219822>

Sipilä, J. 2003. Palvelujen hinnoittelu. Helsinki: WSOY.

Tuotteistaminen. Ei päiväystä. [Verkkosivu]. Kajaanin ammattikorkeakoulu. [Viitattu 14.3.2014]. Saatavana: <http://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Tuotteistaminen/Tuotteistaminen>

Yritykselle: Säännökset linjaavat markkinoinnin sisältöä. Päivitetty 4.4.2011. [Verkkosivu]. Kilpailu- ja kuluttajavirasto. [Viitattu 14.3.2014]. Saatavana: <http://www.kuluttajavirasto.fi/fi-FI/yritykselle/markkinointi/>

HAASTATTELUT

Malmivaara, H. 2012. Toimitusjohtaja, Pirjon Pakari Nurmijärvi Ky. Haastattelu 23.7.2012.

LIITTEET

Liite 1 Kiertävä lounaslista

Liite 2 Reseptiikka

Liite 1 Kiertävä lounaslista**PIRJON PAKARIN
LOUNAAT 2013****Viikot 1, 6, 11, 16, 21, 26, 31, 36, 41, 46, 51**

maanantai	Pekoni-tomaattikeitto
tiistai	Keltainen kanakeitto
keskiviikko	Thai-kasviskeitto
torstai	Hernekeitto
perjantai	Punajuuri-nakkikeitto

Viikot 2, 7, 12, 17, 22, 27, 32, 37, 42, 47, 52

maanantai	Jauhelihakeitto
tiistai	Lohikeitto
keskiviikko	Pinaattikeitto
torstai	Hernekeitto
perjantai	Nakkikeitto

Viikot 3, 8, 13, 18, 23, 28, 33, 38, 43, 48

maanantai	Kermanen kevätsipuli-purjokeitto
tiistai	Siskonmakkarakeitto
keskiviikko	Lapinäjänkeitto
torstai	Hernekeitto
perjantai	Broileri-nuudeliteitto

Viikot 4, 9, 14, 19, 24, 29, 34, 39, 44, 49

maanantai	Savulohikeitto
tiistai	Punainen jauhelihakeitto
keskiviikko	Tomaatti-fetakeitto
torstai	Hernekeitto
perjantai	Makkarasoppa

Viikot 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 45

maanantai	Minestronekeitto
tiistai	Broileri-maissikeitto
keskiviikko	Kookos-katkarapukeitto
torstai	Hernekeitto
perjantai	Kalakeitto

Raaka-aineiden saatavuuden vuoksi lista saattaa ajoittain muuttua.

Liite 2 Reseptiikka

Ruokalaji: Jauheliuhakeitto		Kypsennyslaite: kattila		
Annoskoko:	0,437			
Annosmäärä:	10			
		Valmistusaika: n.45min		
Raaka-aineet	osto-paino	yksikkö	Kypsä-paino	Valmistusvaiheet
Paistorasva	1,5	rkl	0,0225	Ruskista jauheliha kattilassa (jos kypsä jauheliha, niin vain lämmitys)
Jauheliha (paisti)	416	g	0,416	
Pakastesipuli	340	g	0,34	Lisää sipuli ja pakastekasvissuikaleet
Pakastekasvissuikaleet	833	g	0,833	
Vesi	21	dl	2,1	Lisää vesi, paprikajauhe, tomaattipyree, liemikuutio ja suola.
Paprikajauhe	1,5	tl	0,0075	
Tomaattipyree	210	g	0,21	
Lihaliemikuutio	1,5	kpl	0,008	
Suola	9	g	0,009	
				Anna kiehua noin 15 min.
Pätkäspagetti	135	g	0,135	Lisää pasta
				Keitä noin 10 min.
3 juuston ruokakerma	4,25	dl	0,425	Lisää ruokakerma
				Anna hautua vielä 5 min.
Hienonnettu persilja (tai kuivattu persilja 3 rkl, lisää tään aiemmin)	1,5	dl		Ripottele keiton päälle persiljaa ennen tarjoilua
Kypsäpaino			4,506	
Tarjoiluhävikki 3%			0,135	
Paino			4,371	

Ruokalaji: Keltainen kanakeitto		Kypsennyslaite: kattila			
Annoskoko:	0,441				
Annosmäärä:	10				
		Valmistusaika: n.30min			
Raaka-aineet	osto-paino	yksikkö	Kypsa-paino		Valmistusvaiheet
Paistorasva (Oivariini)	0,045	g	0,045		Kuullota sipulit ja kurkuma rasvassa kattilassa
Pakastesipulikuutio	0,5	g	0,5		
Kurkuma	1,2	tl	0,006		
Kypsa broilerin filekuutio	500	g	0,5		Lisää broilerikuutiot. Paista hetkisen.
Vihannes-riisisekoitus	750	g	0,75		Lisää vihannes-riisisekoitus.
Vesi	20	dl	2		Lisää vesi ja liemikuutio
Kanaliemikuutio	2,5	kpl	0,02		
					Anna kiehua n. 5 min.
Sitruunamehu	5	tl	0,025		Mausta sitruunamehulla ja chilikastikkeella.
Makea, mieto chilikastike	38	g	0,038		
Mustapekka, maustettu ruokakerma	6,25	dl	0,625		Lisää ruokakerma. Kuumenna kiehuvaaksi.
Vaalea suurustejauhe (maize-na)	2,5	rkl	0,038		Lisää lopussa suurustejauhe. Anna kiehua 1 min.
Kypsapaino			4,547		
Tarjoiluhävikki 3%			0,136		
Paino			4,411		

Ruokalaji: Bataattikeitto		Kypsennyslaite: kattila		
Annoskoko:	0,405			
Annosmäärä:	10			
		Valmistusaika: n.20 min		
Raaka-aineet	osto- paino	yksikkö	Kypsä- paino	Valmistusvaiheet
Vesi	1,7	l	1,7	Laita vesi kiehumaan kattilaan, lisää liemikuutio
Kasvisliemikuutio	1,7	kpl	0,014	
Sipuli (jauhe tai tuore)	255	g	0,255	
Bataatti	1190	g	1,19	Lisää kasvissoseet
Porkkana	500	g	0,5	
Ruokakerma	4,25	dl	0,425	Lisää ruokakerma. Sekoittele ja kuumenna kiehuvaaksi.
Suola	1,2	tl	0,006	Mausta.
Makea, mieto chilikastike	83	g	0,083	
Paahdettuja kurpitsansiemeniä				Paahdetut kurpitsansiemenet (ja mahdollinen turkkilainen jogurtti)
Turkkilainen jogurtti				laitetaan tarjolle erillisiin kulhoihin keittopadan viereen.
Kypsäpaino			4,173	
Tarjoiluhävikki 3%			0,125	
Paino			4,048	

Ruokalaji: Hernekeitto		Kypsennyslaite: kattila		
Annoskoko:	0,571			
Annosmäärä:	10			
		Valmistusaika: 2 h+ (plus 12h luotus)		
Raaka-aineet	osto- paino	yksikkö	Kypsä- paino	Valmistusvaiheet
Kuivatut herneet	10	dl	0,85	Huuhdo herneet ja laita kattilaan. Kaada vesi päälle. Anna liota yön yli.
Vesi	4	l	4	
Sianliha, kypsä kuutio tai suikale	500	g	0,5	Nosta kattila liedelle kiehumään. Lisää liha ja suola kattilaan
Suola	2	tl	0,002	(tarkista suolan määrä vielä loppuvaiheessa). Anna kiehua hiljalleen
				kypsäksi, n. 2 tuntia. Sekoita välillä, ettei pala pohjaan.
Ruokakerma (esim. savujuusto)	5	dl	0,5	Lisää keittoon ruokakerma. Kuumenna kiehuvaaksi. Mausta.
Meirami	2	rkl	0,03	
				Tarkista maku ja sakeus, lisää tarvittaessa vettä.
Kypsäpaino			5,882	
Tarjoiluhävikki 3%			0,176	
Paino			5,706	

Ruokalaji: Punajuuri-nakkikeitto		Kypsennyslaite: kattila		
Annoskoko:	0,516			
Annosmäärä:	10			
		Valmistusaika: 40 min		
Raaka-aineet	osto-paino	yksikkö	Kypsä-paino	Valmistusvaiheet
Punajuuri	1,5	kg	1,5	Kuori punajuuret, perunat ja sipulit. Viipaloi perunat ja sipulit, raasta
Vesi	2,4	l	2,4	punajuuret karkeaksi raasteeksi. Sulata voi kattilassa ja lisää
Peruna	6	kpl	0,42	sipuliviipaleet. Älä ruskista. Lisää perunaviipaleet ja anna kiehua
Porkkana	4	kpl	0,26	hetken. Lisää vesi ja liemikuutiot, kuumenna kiehu-
Sipuli	2	kpl	0,15	vaksi. Lisää punajuuriraaste joukkoon ja keitä, kunnes perunat ovat
Voi	4	rkl	0,05	pehmenneet.
Nakki	600	g	0,6	Tässä vaiheessa lisää paloitellut nakit. Kuumenna.
Lihaliemikuutio	2	kpl	0,016	Tarkista maku ja lisää mausteita tarvittaessa.
Ranskankerma				Voit halutessasi lisätä keittoon ranskankerman.
Kypsäpaino			5,396	
Tarjoiluhävikki 3%			5,234	
Paino			5,162	

Ruokalaji: Punainen jauheliha-keitto		Kypsennyslaite: kattila		
Annoskoko:	372g			
Annosmäärä:	10			
		Valmistusaika: 30-40 min		
Raaka-aineet	osto-paino	yksikkö	Kypsä-paino	Valmistusvaiheet
Sipuli	150	g	150 g	Suikaloi tai silppua sipuli ja kuullota sitä hetken aikaa öljyssä
Rypsiöljy	2	rkl	25 g	paksupohjaisessa kattilassa.
Tomaattipyree	4	rkl	50 g	Lisää tomaattisose ja anna porista n. 2 min. Paloittele sillä välin
Tomaattimehu	2	l	2 kg	kesäkurpitsa. Kaada tomaattimehu kasariin, kuumenna kiehuvaaksi ja
Kesäkurpitsa	450	g	450 g	lisää joukkoon pasta.
Täysjyvämakaroni	5	dl	275 g	
Naudan jauheliha	750	g	750 g	Lisää jauheliha nokareina lusikalla tai sormin suoraan paketista.
Ruokasuola	1	tl	6,5 g	Kuumenna kiehuvaaksi ja anna kiehua hiljalleen 3-4 min ennen kesä-
Mustapippuri	1	tl	3 g	kurpitsapalojen lisäämistä. Keitä kypsäksi, mausta mustapippurilla
Tuore persilja/basilika	1	dl	~15 g	ja suolalla. Tarkista maku ja sekoita joukkoon persilja/basilika.
Kypsäpaino			0	
Tarjoiluhävikki 3%			0,000	
Paino			0,000	

Ruokalaji: Pinaattikeitto		Kypsennyslaite: kattila		
Annoskoko:	0,312			
Annosmäärä:	10			
		Valmistusaika: n.30 min		
Raaka-aineet	osto-paino	yksikkö	Kypsä-paino	Valmistusvaiheet
Pakaste pinaatti	600	g	0,6	Sulata pinaattia tarvittaessa kattilassa.
Maito	2,5	l	2,5	Lisää joukkoon maito. Kuumenna.
Suola/Yrttisuola	2	tl	0,02	Mausta keitto suolalla tai yrttisuolalla.
Maizena	2	rkl		Suurusta keitto maizenalla. Voit sekoittaa maizenan tilkkaan vettä.
				Kuumenna, älä keitä.
				Halutessasi voit sekoittaa joukkoon nokareen voita ja muskottipähkinää.
Kananmuna				Tarjoa lisäksi keitetyjä, kuorittuja kananmunanpuolikkaita
Kypsäpaino			3,12	
Tarjoiluhävikki 3%			0,094	
Paino			3,026	

Ruokalaji: Pekoni-tomaattikeitto		Kypsennyslaite: kattila		
Annoskoko:	0,357			
Annosmäärä:	10			
		Valmistusaika: 20 min		
Raaka-aineet	osto-paino	yksikkö	Kypsä-paino	Valmistusvaiheet
Kypsä pekonikuutio	204	g	0,204	Kuumenna pekoni pannulla.
Pakastesipuli	340	g	0,34	Lisää joukkoon sipuli ja valkosipulijauhe
Valkosipulijauhe	3	tl	0,015	
Vesi	16,7	dl	1,67	Lisää vesi ja kuumenna kiehuvaiksi.
Kasvisliemikuutio	3,3	kpl	0,0264	Lisää liemikuutiot ja lävikössä juoksevalla vedellä huuhdottut linssit.
Punaiset linssit	3,3	dl	0,25	
Tomaattimurska	750	g	0,75	Lisää tomaattimurska. Keitä kannen alla miedolla lämmöllä n. 30 min.
Valkosipulituorejuusto	340	g	0,34	Lisää tuorejuusto. Kuumenna sekoittaen ja tarkista maku.
				Kuumenna sekoittaen ja tarkista maku.
Kypsäpaino			3,6754	
Tarjoiluhävikki 3%			0,110	
Paino			3,565	