

# CATERING-PALVELUJEN TUOTTEISTAMINEN

Case: Mustila Viini Oy

LAHDEN  
AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun ala  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutus-  
ohjelma  
Ravintolatoiminta  
Opinnäytetyö  
Kevät 2015  
Kirsi Kossila

Lahden ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

KOSSILA, KIRSI:

Catering-palvelujen tuotteistaminen  
case: Mustila Viini Oy

Ravintolatoiminnan opinnäytetyö, 67 sivua, 17 liitesivua

Syksy/Kevät 2015

TIIVISTELMÄ

---

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tuotteistaa Elimäellä toimivan Mustila Viini Oy:n catering-palveluja sekä kehittää yrityksen catering-palvelujen palveluprosessia asiakaslähtöisyys huomioiden. Opinnäytetyö on toiminnallinen kehittämistyö, jonka tarkoituksena on tuottaa yrityksen catering-palvelujen liiketoimintaa tukevia dokumentteja sekä lisätä catering-palvelujen asiakaslähtöisyyttä.

Kehittämistyön menetelminä opinnäytetyössä käytettiin työpajatyöskentelyä, osallistavia keskusteluja ja havainnointia, jotka toteutettiin yhteistyössä Mustila Viini Oy:n henkilöstön kanssa. Lisäksi yhtenä menetelmänä käytettiin prosessikaaviota eli mallinnusta, jonka avulla tuotteistettiin Mustila Viini Oy:n catering-palveluprosessi.

Toiminnallisen kehittämistyön tuotoksena syntyi catering-palvelujen palveluprosessin mallinnus, jota käytetään työvälineenä catering-palvelujen asiakaslähtöisessä kehittämisessä. Tuotokseen kuuluu myös tuotteistettu catering-palvelutuotekokonaisuus, Tirehtöörin Kestit, joka sisältää Mustila Viini Oy:n toteuttamia, tiettyjen teemojen mukaisia catering-tilaisuuksia eli Kestejä. Laadin Tirehtöörin Kesteistä myös tuotekortit, joista osa on suunnattu asiakkaille ja osa yrityksen henkilöstön käyttöön. Tuotekortteja käytetään myynnin ja markkinoinnin työkaluina Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen liiketoiminnassa.

Asiasanat: palvelujen tuotteistaminen, catering-palvelut, palveluprosessin mallintaminen, asiakaslähtöisyys, alkoholilainsäädäntö

Lahti University of Applied Sciences  
Degree Programme in Tourism and Hospitality

KOSSILA, KIRSI:

Productization of catering services  
Case: Mustila Viini Ltd

Bachelor's Thesis in Restaurant management, 67 pages, 17 pages of appendices

Spring 2015

ABSTRACT

---

The purpose of this thesis is to productize catering services and to develop a corporate catering service process with a customer oriented approach for Mustila Viini Ltd located in Elimäki. The thesis is a functional development thesis which aims to produce documents for supporting corporate catering services, as well as increase the customer orientation of services.

As development methods was used workshops, discussions and observation. Members of Mustila Viini Ltd staff was also present at these occasions. In addition, one method was used in process description, in other words blueprinting, enabled the productization of Mustila Viini Ltd catering service process.

The result of this functional development was a blueprint of the catering service process, which is used as a tool for developing customer oriented catering services. In addition, the output included a productized catering service package, Tirehtöörin Kestit, which consists of themed catering events called Kestit arranged by Mustila Viini Ltd. Some product cards of Tirehtöörin Kestit were also created which were made either for customers or for the staff of the company. Product cards are used as tools for sales and marketing of Mustila Viini Ltd catering service business.

Key words: service productization, catering services, service process blueprinting, customer orientation, alcohol legislation

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO	1
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet	2
1.2	Toimeksiantaja Mustila Viini Oy	3
2	CATERING-PALVELUT	5
2.1	Catering-palvelujen luokittelu	5
2.2	Kaupallisten catering-palvelujen erityispiirteet	7
2.3	Asiakaslähtöisyys catering-palveluissa	11
3	PALVELUJEN TUOTTEISTAMINEN	14
3.1	Tuotteistamisen lähtökohdat ja tavoitteet	15
3.2	Palveluprosessi	18
3.2.1	Palveluprosessin kuvaaminen	20
3.2.2	Palvelujen mallinnuksen hyötyjä	22
3.3	Tuotekortti ja varauslomake	23
4	ALKOHOLILAINSÄÄDÄNTÖ CATERING-PALVELUISSA	25
4.1	Alkoholi- ja anniskelulainsäädännön reunaehdot	25
4.2	Anniskelu eri paikoissa toteutetuissa catering-tilaisuuksissa	29
4.3	Tilaviinien vähittäismyyntiä koskeva lainsäädäntö	30
5	TOIMINNALLISEN OSUUDEN PROSESSI	32
5.1	Toiminnallinen opinnäytetyö	32
5.2	Tuotteistusprosessi	33
5.2.1	Menetelmät	34
5.2.2	Prosessin eteneminen	35
5.2.3	Tuotteistamisen lähtökohdat sekä visuaaliset ja verbaliset valinnat	41
6	TUOTOKSET MUSTILA VIINI OY:LLE	44
6.1	Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen nykytila	45
6.2	Alkoholilainsäädännön huomioiminen Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen tuotteistamisessa	46
6.3	Catering-palvelujen tuotteistamisen tulokset	48
6.3.1	Catering-toiminnan palveluprosessin mallinnus	48
6.3.2	Tirehtöörin Kestit eli teemalliset catering-tilaisuudet	49
6.3.3	Tuotekortit	52

6.3.4	Kestivaraus-lomake	53
6.4	Tuotoksen kytkeytyminen tietoperustaan	54
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	57
7.1	Luotettavuuden arviointi	58
7.2	Opinnäytetyöprosessi ja oppiminen sen aikana	60
7.3	Jatkotutkimusehdotuksia	62
	LÄHTEET	63
	LIITTEET	68

## 1 JOHDANTO

Viinitilamatkailu on Suomessa kapea ala maaseutumatkailua, ja sen liiketoiminta on suhteellisen pientä. Moni suomalainen tilaviiniyrittäjä tarjoaa valmistamiensa tuotteiden lisäksi myös erilaisia matkailu- ja catering-palveluja, jotka mahdollistavat yrityksen kannattavamman liiketoiminnan. (Suomen Viiniyrittäjät ry 2015.) Catering-palveluilla tarkoitetaan tässä opinnäytetyössä ruokailupalvelujen tuottamista erilaisille asiakasryhmille ja keskitytään erityisesti kaupallisiin catering-palveluihin, joiden tavoitteena on tuottaa voittoa palvelujen tarjoajalle (Shiring 2014, 5). Catering-palvelujen ja erilaisten tapahtumien avulla tilaviiniyrittäjä voi tutustuttaa asiakkaat syvemmin yrityksensä toimintaan ja tuotteisiin sekä kehittää liiketoimintaansa.

Opinnäytetyön tarkentavia tutkimuskysymyksiä ovat

- Miten Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen palveluprosessia voidaan kehittää?
- Miten alkoholilainsäädäntö tulisi huomioida catering-palvelutoiminnassa?

Opinnäytetyön tietoperustassa pohdin catering-palvelujen käsitteitä sekä niiden luokittelua, palvelujen tuotteistamista sekä palvelujen asiakaslähtöisyyttä ja asiakkaan kokeman arvon muodostumista. Lisäksi käsittelem alkoholinlainsäädännön asettamien lakien ja määräysten vaikutuksia eri kohteissa toteutettavissa catering-tilaisuuksissa.

Yritystoiminnan ollessa pienimuotoista, korostuu hyvän ja yksilöllisen palvelun merkitys ja asiakaslähtöisyys entisestään. Tilaviiniyritykset tarjoavat asiakkailleen laadukkaita tuotteita sekä yksilöllistä palvelua, joka syntyy vuorovaikutuksessa asiakkaan ja palvelun tuottajan välillä. Huomioimalla palvelutilanteen erilaiset toiminnot sekä asiakkaan että palveluhenkilöstön näkökulmasta, voidaan palveluprosessia kehittää asiakaslähtöisemmäksi ja tarjota samalla asiakkaalle onnistuneita kokemuksia (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 15–16). Mielenkiintoisia ja asiakaslähtöisiä palvelutuotteita

kehittämällä tilaviiniyrittäjä tarjoaa asiakkaalle mahdollisuuden kokea uudenlaisia elämyksiä.

### 1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuotteistaa Mustila Viini Oy:n catering-palveluja sekä kehittää yrityksen catering-palvelujen palveluprosessia asiakaslähtöisyys huomioiden. Yritys on käyttänyt toiminnassaan muutamia catering-palvelutuotteita, joita ei kuitenkaan ole tuotteistettu, joten tuotteistaminen suoritetaan näille jo olemassa oleville ja toimiviksi osoittautuneille catering-palveluille. Suomen alkoholilainsäädäntö vaikuttaa tilaviiniyritysten toteuttamien catering-palvelujen toimintatapoihin erityisesti silloin, kun tilaisuus toteutetaan jossakin muualla kuin tilaviiniyrityksen omassa anniskeluravintolassa. Näin ollen on tärkeää huomioida lakien ja määräysten vaikutukset catering-tilaisuuksien toteutuksiin myös palvelujen tuotteistamisessa.

Tarkastelen opinnäytetyöni aihetta sekä yrityksen että asiakkaan näkökulmasta, mutta myös työntekijän näkökulmasta. Yrityksen näkökulmasta katsottuna koko tuotteistusprosessi on tärkeä, koska sen avulla pyritään kannattavampaan liiketoimintaan ja parempaan, asiakaslähtöisempään palveluun. Asiakasnäkökulma ilmenee asiakaslähtöisen palvelujen kehittämisen ja mallintamisen kautta. Lisäksi asiakkaan kokeman arvon muodostumista tuetaan palveluprosessin mallintamisen avulla. Työntekijän näkökulma korostuu yrityksen henkilökunnan käyttöön suunniteltavista ja toteutettavista tuotekorteista, jotka toimivat myynnin apuvälineinä.

Olen rajannut työn ulkopuolelle opinnäytetyön tuotoksen taloudelliset vaikutukset toimeksiantajan toimintaan, koska työn toimeksiantaja on esittänyt toiveensa, ettei taloudellisia ja kannattavuuteen liittyviä seikkoja käsitellä tässä opinnäytetyössä. Lisäksi kyseessä on olemassa olevia catering-palveluja koskeva materiaali, joka otetaan käyttöön kuluvan kevään tai kesän aikana. Näin ollen tietoa opinnäytetyön tuotoksen todellisista vaikutuksista yrityksen liiketoimintaan saadaan vasta myöhemmässä vaiheessa.

## 1.2 Toimeksiantaja Mustila Viini Oy

Opinnäytetyöni toimeksiantajana on Elimäellä sijaitseva Mustila Viini Oy, jonka yrittäjänä toimii viinitilan perustaja ja omistaja Tirstedt Maria Tigerstedt. Yritys on vuonna 1997 perustettu tilaviiniyritys ja se sijaitsee Mustilan kartanon mailla. Mustila Viini Oy:n toiminta-ajatuksena on tuottaa laadukkaita alkoholi- ja elintarviketuotteita vanhoja elimäkeläisiä kartanoperinteitä kunnioittaen. Yritys tuottaa tilaviinejä, siideriä, liköörejä sekä snapsia käyttäen tuotteiden valmistuksessa ainoastaan kotimaisia, lähellä tuotettuja ja lähimetsissä kasvaneita marjoja ja hedelmiä. (Mustila viini Oy 2015b.) Yritys painottaa korkeaa laatua kaikissa valmistamissaan tuotteissa. Mustila Viini Oy on tunnettu nimi tilaviinitoimialalla ja heidän viinejään on palkittu vuosien varrella useilla erilaisilla palkinnoilla. Tilalla on viinituotannon lisäksi tislauslupa. (Tigerstedt 2015.) Alkoholituuotteiden lisäksi yritys valmistaa muun muassa marjoista ja hedelmistä jatkojalostettuja elintarviketuotteita (Mustila viini Oy 2015a).

Mustila Viini Oy tuottaa tällä hetkellä 13 erilaista marjaviiniä ja lisäksi sekä puolikuivaa että puolimakeaa kuohuviiniä ja makeaa, omenaviinipohjaista mansikkasiideriä. Viinituotanto koostuu sekä tummista ja vaaleista että kuivista ja makeista viineistä. Mustila Viini Oy arvostaa vanhoja perinteitä toiminnassaan ja siksi myös esimerkiksi viinit on nimetty kartanoperinteitä kunnioittaen. Mustila Viini Oy:n valmistamia liköörejä on tällä hetkellä saatavilla kahdeksaa erilaista, joiden lisäksi alkoholijuomavalikoimaan kuuluu kaksi snapsia. Elintarviketuotteina Mustila Viini Oy valmistaa muun muassa mehuja, limonadeja, hyytelöitä ja hilloja, jotka muodostavat MariaMamma -nimisen elintarviketuoteperheen. (Tigerstedt 2015.) Yritys valmistaa edellä mainittujen elintarviketuotteiden lisäksi sinappeja ja marinoituja valkosipulinkynsiä sekä erilaisia kausituotteita, kuten kurkku- ja punajuurisalaatteja ja glögitiivisteitä. Kaikki Mustila Viini Oy:n valmistamat tuotteet täyttävät Hyvää Suomesta -merkin elintarviketuotteille asettamat kriteerit ja siten yrityksellä on oikeus käyttää Hyvää Suomesta -merkkiä tuotteidensa etiketeissä. (Mustila viini Oy 2015b.)

Mustila Viini Oy:n Viinitupa sekä Viinipuoti sijaitsevat Elimäellä, aivan Valtatie 6:n varrella. Viinituvalla on täydet anniskeluoikeudet tilan omien tuotteiden anniskeluun, joten siellä on mahdollista nauttia niin viinejä, liköörejä kuin sponsejakin. Tilassa on mahdollisuus järjestää ennakkotilauksesta ruokailu- ja kahvitilaisuuksia ryhmille ympäri vuoden, jolloin käytössä on 22 asiakaspaikkaa. Kesäisin sisätilojen lisäksi asiakkaita palvelee 44 asiakaspaikan kesäterassi. Samassa pihapiirissä, Viinituvan vieressä sijaitsee Viinipuoti, josta asiakkailla on mahdollisuus ostaa mukaansa yrityksen valmistamia tilaviinejä, siideriä ja elintarviketuotteita sekä paikallisten tuottajien käsitöitä. Mustila Viini Oy tuottaa myös catering-palveluja tilauspalvelutoimintana erilaisissa tilaisuuksissa sekä tapahtumissa myös viinitilan ulkopuolella. Yritys työllistää tällä hetkellä omistajan lisäksi kaksi työntekijää ympärivuotisesti sekä muutaman kausityöntekijän. (Tigerstedt 2015.)

Mustila Viini Oy on osa Elimäellä sijaitsevaa maaseutumatkailukokonaisuutta. Yritys sijaitsee Arboretum Mustilan yhteydessä, joka on Suomen vanhin puulajipuisto ja maankuulu muun muassa jokakeväisestä alppiruusujen ja atsaleojen kukinnasta. Mustila Viini Oy:n kanssa samassa pihapiirissä toimii Mustilan taimitarhojen Taimimyymälä, joka palvelee asiakkaitaan kesäaikoina, kuten myös lähitöllä sijaitseva taidekahvila Piika ja Renki. Yritykset tekevät yhteistyötä keskenään ja niiden muodostama tunnettu Mustilan maaseutumatkailukokonaisuus houkuttelee asiakkaita läheltä ja kaukaa. (Tigerstedt 2015.)

Mustila Viini Oy:n asiakaskunta koostuu yksittäisistä matkailijoista sekä ryhmämatkailijoista. Mustilan maaseutumatkailukokonaisuus tarjoaa ryhmäasiakkaille heidän tarpeidensa ja toiveidensa mukaan räätälöityjä palvelutuotteita, joihin voidaan sisällyttää kaikki Mustilan alueen nähtävyydet. Yksi tunnetuimmista palvelutuotteista on Arboretum-kiertokävely yhdistettynä ruokailuun ja viinitilaesittelyyn Mustila Viini Oy:ssä. (Tigerstedt 2015.)

## 2 CATERING-PALVELUT

Catering-palvelut ovat osa matkailun toimialaan kuuluvia majoitus- ja ravitsemispalveluja (Shiring 2014, 5; Jänkälä 2014, 10). Catering-palvelujen toiminta-alue on laaja ja kattaa niin kaupallisen kuin suoranaisesti voittoa tavoittelemattoman toiminnan (Shiring 2014, 5). Catering-palvelut voivat olla päivittäistä ateriapalvelua tai ennalta tehdyn tilauksen mukaista, kokonaisvaltaista tilauksen toteuttamista. Kaupallisten catering-palvelujen tuottamisessa korostuu erityisesti toiminnan asiakaslähtöisyys, jolloin asiakkaan tarpeet ja toiveet huomioidaan parhaalla mahdollisella tavalla onnistuneen ja asiakkaan odotukset täyttävän tilaisuuden toteuttamiseksi. Catering-tilaisuudet ovat asiakkaille usein ainutkertaisia tapahtumia, joten niiden suunnittelu ja toteutus tulee hoitaa huolellisesti ja asiakaslähtöisesti. Jokainen catering-tilaisuus on erilainen, eikä se toistu täysin samanlaisena enää uudelleen. (Thomas & Hansen 2013, 3.)

Tässä luvussa perehdyn catering-palveluihin käsitteenä sekä erityisesti kaupallisessa tarkoituksessa tuotettuihin catering-palveluihin. Lisäksi pohdin catering-palvelutoiminnan eroja tavanomaiseen, päivittäiseen kaupalliseen ravintolatoimintaan verrattuna sekä catering-palvelujen asiakaslähtöisyyttä ja asiakkaan kokeman arvon muodostumista.

### 2.1 Catering-palvelujen luokittelu

Catering-palvelut tarkoittavat käsitteenä ateriapalvelua ja ruokailun järjestämistä. Käsite on hyvin laaja-alainen sisältäen monenlaisia ruokapalveluja eri tavoin tuotettuina ja erilaisille asiakkaille. Catering-palveluja ovat niin päivittäiset henkilöstöravintolapalvelut kuin tilauksesta toteutettavat juhlatilaisuudetkin. Catering-palveluyritys voi järjestää catering-tilaisuuksia joko kokonaisvaltaisesti tai yhtenä osapuolena yhteistyössä muiden toimijoiden kanssa. Catering-palveluihin kuuluu olennaisena osana ruoka- ja juomatuotteiden valmistaminen ja niiden saattaminen asiakkaan saataville sekä erilaisten, tilaisuuksiin liittyvien lisätoimintojen tuottaminen tai järjestäminen korvausta vastaan (Shiring 2014, 5).

Kuviossa 1 esittelen *cater-* ja *caterer-*käsitteitä. Englannin kielessä käsite *cater* tarkoittaa ruokatarjoilua tai mahdollisuutta ruokailuun (Harper 2015). Määttälä, Nuutila ja Saranpää (2004, 8) määrittelevät englanninkielisen *catering-*käsitteen suomeksi muun muassa muonittamiseksi, ravintolan hoitamiseksi sekä pitopalvelutoiminnaksi.

<i>cater</i>	= <i>provide food for</i> (engl.) = <i>muonittaa, hoitaa ravintolaa, huolehtia juhlien pitopalvelusta</i> (suom.)
<i>caterer</i>	= <i>food provider</i> (engl.) = <i>muonittaja, ruokapalveluyrittäjä, pito palvelu, pitopalvelun järjestäjä</i> (suom.)

KUVIO 1. Catering-sanan määritelmä sekä Harperin (2015) että Määttälän, Nuutilan ja Saranpään (2004, 8) mukaan

Shiring (2014, 5) esittelee teoksessaan *Professional Catering - The Modern Caterer's Complete Guide to Success* catering-palvelujen jaottelun toiminnan tarkoituksen mukaisesti kaupallisiin ja voittoa tavoittelemattomiin catering-palveluihin. Näiden kahden kategorian lisäksi Shiring (2014, 5) on erotellut puolustusvoimien catering-palvelut kolmanneksi, erilliseksi kategoriaksi. Tässä opinnäytetyössä keskityn kuitenkin kaupallisiin catering-palveluihin.

Catering-palvelut luokitellaan edellä esitetyn kategorioinnin lisäksi myös niiden toimintamuodon mukaisesti kahteen ryhmään. Kun catering-palvelutoimintaa harjoitetaan yksinomaan catering-yrityksen hallinnoimissa toimitiloissa, käytetään toimintatavasta englannin kielessä termiä *on-*

*premise catering*, joka tarkoittaa vapaasti suomennettuna toimitiloissa toteutettavia catering-palveluja. Tämä tarkoittaa sitä, että catering-yrityksen toimitilat käsittävät sekä ruoanvalmistustilat että kaikki tilaisuuksien järjestämiseen tarvittavat asiakastilat. (Halvorsen 2004, 10.)

Toinen catering-palveluiden toimintamuoto on toteuttaa catering-tilaisuuksia jossakin muualla kuin catering-yrittäjän hallinnoimissa juhlatiloissa. Tällaisesta catering-palvelutoiminnasta käytetään englannin kielessä nimitystä *off-premise catering* (muun muassa Shiring 2014, 16 ja Thomas & Hansen 2013, 1), eli catering-yrityksen hallinnoimien toimitilojen ulkopuolella toteutettavat catering-palvelut. Tällöin catering-yrityksellä ei ole käytössään catering-palvelujen toteuttamiseen tarvittavia juhlatiloja, vaan ainoastaan ruoanvalmistukseen ja tarvikkeiden varastointiin liittyviä tiloja (Halvorsen 2004, 1). Yrityksen liikeidea voi myös koostua molempien toimintamuotojen yhdistelmästä, jolloin yritys toteuttaa kaupallisia catering-tilaisuuksia sekä hallinnoimissaan toimitiloissa että toimitilojensa ulkopuolella. Molempien toimintamuotojen käyttämisen etuna on tuottavuuden kasvaminen lisätilausten myötä. Jos yritys tuottaa catering-palveluja sekä hallinnoimissaan toimitiloissa että niiden ulkopuolella, on sen mahdollista toteuttaa useampia tilaisuuksia yhtä aikaa lisäten samalla tuottavuuttaan ja tehokkuuttaan. (Shiring 2014, 25.) Voittoa tavoittelemattomat catering-yritykset ja -organisaatiot sitä vastoin harjoittavat catering-palveluja yleensä ainoastaan hallinnoimissaan toimitiloissa.

## 2.2 Kaupallisten catering-palvelujen erityispiirteet

Kaupalliset catering-palvelut tarkoittavat ravintola-alan yrityksen tai yksittäisen yrittäjän toteuttamia, asiakkaan etukäteen tilaamia ruokapalveluja, jotka toteutetaan asiakkaan kanssa sovittuna ajankohtana. (Shiring 2014, 91–93.) Kaupalliset catering-palvelut poikkeavat tavallisesta, päivittäisestä ravintolatoiminnasta ja asettavat siten myös erilaisia vaatimuksia yrityksen toiminnalle sekä toimintaympäristölle. Joidenkin yritysten liiketoiminta perustuu yksinomaan kaupallisiin catering-palveluihin, kun taas toiset yrityk-

set tuottavat catering-palveluja tavanomaisen, päivittäisen ravintolatoiminnan lisäksi. (Thomas & Hansen 2013, 3.)

Kaupallisia catering-palveluja käyttäviä asiakasryhmiä ovat muun muassa yritykset, yhteisöt, järjestöt, seurat ja harrasteryhmät sekä yksityiset henkilöt. Myös valtio ja kunnat voivat olla kaupallisia catering-palveluja järjestävän yrityksen asiakkaita. Yritykset ja järjestöt käyttävät kaupallisia catering-palveluja toteuttavia yrityksiä esimerkiksi kokousten, virkistyspäivien, illanviettojen ja palkitsemistilaisuuksien järjestämisen yhteydessä. Tilaisuuksien toteutuspaikkoja puolestaan ovat muun muassa yritysten ja yhteisöjen omat toimitilat, seurantalot, juhlasalit, urheilukeskukset ja yksityiskodit sekä piha-alueet tilaisuuden tarkoituksen ja luonteen mukaisesti. (Määttä ym. 2004, 8–9.) Yksityiset asiakkaat kääntyvät usein kaupallisia catering-palveluja tarjoavan yrityksen puoleen muun muassa erilaisia perhejuhlia, kuten häitä ja merkkipäiviä suunnitellessa (Shiring 2014, 52).

Kaupallisten catering-palvelujen erityispiirteitä ovat muun muassa

- Tilausperusteisuus
- Asiakkaiden läsnäolon samanaikaisuus
- Etukäteissuunnittelun ja esivalmistelujen tärkeys
- Tilaisuuksien vaihtelevuus
- Tilaisuuksien ainutkertaisuus
- Tilaisuuksien toteutuspaikkojen erilaisuus
- Tilaisuuden toimintojen ja aikataulun tiedostettavuus
- Laitteistovaatimukset
- Henkilöstötarpeen vaihtelevuus
- Verkostoitumisen tärkeys (Shiring 2014).

Catering-palvelujen asiakkaat ovat erilaisia, joten heidän tarpeensa ja toiveensa vaihtelevat (Shiring 2014, 73–74). Myös tilaisuudet sekä niiden luonteet ovat erilaisia. Päivittäisessä ravintolatoiminnassa asiakas tulee usein ravintolaan ilman etukäteisilmoitusta tai korkeintaan pöytävarauksen tehneenä. Hän valitsee ateriakokonaisuutensa sisällön sen hetkisestä

noutopöydän tarjonnasta tai tilaa ruoan á la carte -listalta. Kaupallinen catering-palvelutoiminta sitä vastoin perustuu aina asiakkaan etukäteen ilmoittamiin tarpeisiin ja toiveisiin, eli tilaukseen.

Päivittäisessä ravintolatoiminnassa toiminta on melko samanlaista päiväästä toiseen. Asiakkaat tulevat ja menevät, ja vaikka ravintolassa on tiettyinä aikoina kiireisiä hetkiä, riittää asiakkaita silti pääsääntöisesti ravintolan koko aukiolon ajalle. Catering-palveluissa asiakkaat puolestaan saapuvat palveltaviksi yleensä yhdellä kertaa (Shiring 2014, 124–125), jolloin etukäteissuunnittelun ja esivalmisteluiden tärkeys korostuu. Catering-palveluja harjoittavan yrityksen tulee tehdä paljon suunnittelutyötä sekä erilaisia ennakkovalmisteluja tilaisuuteen liittyen, ja vaikka perusteelliseen suunnitteluun ei välttämättä löytyisi aikaa, on se syytä tehdä huolellisesti. Hyvä suunnitelma palvelee ja auttaa catering-palvelujen tuottajaa sekä opastaa työntekijöitä onnistuneen tilaisuuden toteutuksessa. (Shiring 2014, 124–125.) Catering-palveluissa palvelutilanne sitoo hetkellisesti paljon resursseja, mutta toisaalta tilanteet ovat myös nopeasti ohi.

Kaupallisten catering-palvelujen lähtökohtina ovat asiakkaan tarpeet ja toiveet, joiden mukaan yksittäinen tilaisuus suunnitellaan. Näin ollen jokainen tilaisuus on ainutkertainen tapahtuma eikä toistu täysin samanlaisena uudelleen. Tilaisuuksien ainutkertaisuus tekee catering-palvelutoiminnan myös haastavaksi. Asiakkailla on usein suuret odotukset tilaisuuden toteutukselle, joten catering-palveluja tuottavan yrityksen on onnistuttava jokaisessa toteuttamassaan tilaisuudessa asiakastyytyväisyyden saavuttamiseksi. Jotkin yritystapahtumat voivat myös olla vuosittaisia tai muulla tavoin toistuvia, mutta tilaisuuden epäonnistuttua catering-palveluja tuottava yritys saa harvoin uutta mahdollisuutta tilaisuuden järjestämiseen. (Thomas & Hansen 2013, 3.)

Kaupallisten catering-palvelujen tuottaminen vaatii yritykseltä toisenlaista laitteistoa ja kalustoa kuin päivittäisen ravintolatoiminnan tuottaminen. Yleensä kerralla valmistettavat ruokamäärät ovat suuria, joten esimerkiksi uunien kapasiteettien tulee olla riittäviä. Resursseja tarvitaan myös muun muassa astioiden ja ruokatuotteiden kuljetukseen. (Shiring 2014, 17–18.)

Catering-palvelutoiminnan henkilöstön tarve vaihtelee tilaisuuden koosta ja luonteesta riippuen. Henkilöstönvuokraus suurempia tilaisuuksia varten on hyvä vaihtoehto, mikäli yrityksellä ei ole käytössään tilapäisesti työhön kutsuttavia työntekijöitä. (Shiring 2014, 114–116, 384.) Myös erilaisten ohjelmapalvelujen vuokraaminen alan ammattilaisilta on usein taloudellisesti kannattavaa. Tällöin catering-yritys voi keskittyä tilaisuuden suunnitteluun, organisointiin ja tarjoiltavien tuotteiden valmistukseen sekä tarjoiluun ja luottaa ohjelmapalvelujen toteutuksessa asiantuntevaan ohjelmapalveluyritykseen.

Kun catering-tilaisuuksia järjestetään jossakin muualla kuin catering-palveluja tuottavan yrityksen tiloissa, vaaditaan yrityksen henkilöstöltä mukautumiskykyä sekä ongelmanratkaisukykyä, koska erilaiset toimitilat ja niiden tarjoamat resurssit voivat poiketa paljonkin toisistaan. Myös odottamattomat tilanteet ja tapahtumat lisäävät haasteita erityisesti catering-yrityksen toimitilojen ulkopuolella toteutettavissa tilaisuuksissa. (Shiring 2014, 17–18.)

Eryityisesti yrityksen hallinnoimien toimitilojen ulkopuolella toteutettava catering-palvelutoiminta asettaa yritykselle ja tilaisuuden järjestämiselle huomattavasti enemmän haasteita kuin catering-palvelujen harjoittaminen yrityksen hallinnoimissa tiloissa. Epäonnistumisen riski kasvaa, kun poistutaan tutusta toimintaympäristöstä kenties täysin uuteen ja vieraaseen paikkaan, jonka resurssit ja tilat eivät ole yhtäläillä tuttuja kuin yrityksen omat toimitilat. Haasteita asettaa myös tuotteiden ja tarvittavien välineiden kuljettaminen yrityksen tiloista tilaisuuden järjestämispaikalle. (Shiring 2014, 17–18.) Unohdukset ja puutteet saattavat myöhästyttää tilaisuuden aikataulua ja vaikuttavaa toteutuksen lopputulokseen sekä asiakastyytyväisyyteen.

Toteuttipa yritys catering-tilaisuuksia hallinnoimissaan toimitiloissa tai niiden ulkopuolella, yrityksen kannattaa verkostoitua muiden alan toimijoiden kanssa. Yksittäiset yritykset voivat toimia itsenäisesti vain tiettyyn rajaan saakka, jonka jälkeen tarvitaan yhteistyötä muiden toimijoiden kanssa onnistuneen catering-tilaisuuden saavuttamiseksi (Shiring 2014, 282). Toisi-

naan asiakkaat haluavat mitä erilaisimpia lisäpalveluja ja -tarvikkeita, joiden hankkiminen catering-yrityksen omaan käyttöön ei ole taloudellisesti kannattavaa. Suurempaa tilaisuutta varten tarvittavat astiat tai pöytäliinat kannattaa vuokrata vuokrauspalveluja tarjoavalta yritykseltä tai toisilta alan toimijoilta, koska tarvikkeiden hankkiminen omaksi vaatii taloudellisia resursseja että säilytystiloja. (Shiring 2014, 220–222.)

### 2.3 Asiakslähtöisyys catering-palveluissa

Palveluyrityksen menestyminen vaatii asiakkaiden tarpeiden huomioimista. Mitä paremmin yritys kykenee vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin, sitä paremmat mahdollisuudet yrityksellä on menestyä kilpailutilanteessa. (Paavola & Uusikylä 2013, 136.) Näin ollen asiakslähtöisyys on menestyvän palveluliiketoiminnan lähtökohta.

Aiemmin asiakkaat nähtiin lähinnä loppukäyttäjinä, joiden paikka oli tuotantoketjun lopussa, mutta nykyään asiakkaat osallistuvat usein palvelun tuottamiseen. Asiakkaiden aiemmin hankkimat kokemukset ja elämykset lisäävät tarvetta yksilöllisten ja korkealaatuisten palvelujen saatavuudelle. Samalla asiakkaat odottavat saavansa enemmän vastinetta rahoilleen (Niininen, Buhalis & March 2007, 272). Asiakslähtöisessä toiminnassa asiakas voi osallistua tuotteen tai palvelun kehittämiseen sekä personointiin omien tarpeidensa mukaisesti. Asiakkaan ja yrityksen välinen vuorovaikutus on kahdensuuntaista keskustelua, joka hyödyttää molempia osapuolia. Vuorovaikutuksessa asiakas kertoo tarpeistaan ja toiveistaan yritykselle, jolloin yritys voi tarjota asiakkaalle räätälöityjä ja asiakslähtöisesti tuotettuja tuotteita ja palveluja asiakkaalta saamiensa tietojen perusteella. (Niininen ym. 2007, 267, kuvio 1.)

Edellä esitetty toimintamalli on käytännöllinen myös catering-palvelujen tuottamisessa. Asiakkaalla on tilaisuuteen liittyviä tarpeita, toiveita ja vaatimuksia, jotka catering-palveluja tarjoavan yrityksen tulee täyttää tai jopa ylittää varmistaakseen asiakastyytyväisyyden (Shiring 2014, 73–75). Asiakas ei kuitenkaan välttämättä tiedä mitä hän haluaa. Se voi ilmetä catering-palveluissa esimerkiksi tarjottavien tuotteiden valinnan vaikeutena,

jolloin asiakas tunnistaa omat tarpeensa mutta ei löydä niihin itsenäisesti ratkaisua. Asiakaslähtöisessä catering-palvelutoiminnassa palvelun tuottaja muodostaa kuvan asiakkaasta hänen tarpeiden, toiveiden ja vaatimusten mukaan. Asiakastuntemusta lisätään kuuntelemalla asiakasta sekä kysymällä tarkentavia kysymyksiä, jonka jälkeen asiakasta ohjataan hänelle sopiviin vaihtoehtoihin ja valintoihin ammattitaidon ja osaamisen avulla. (Arantola & Simonen 2009, 3–4; Shiring 2014, 73–75.) Ehdotusten avulla asiakkaalle voidaan myös tarjota erityisiä palveluja tai tuotteita, jotka lisäävät asiakkaan kokemaa arvoa ja samalla yrityksen asiakaslähtöinen toiminta korostuu (Shiring 2014, 90).

Asiakaslähtöisessä toiminnassa tulee huomioida myös asiakkaan kokeman arvon muodostuminen, joka on monimutkainen asia. Alakoski (2014, 44) viittaa Grönroosin (2008, 303) määritelmään, jonka mukaan asiakkaan kokeman arvon edellytyksenä on asiakkaan kokemus siitä, että hän tuntee saaneensa apua ongelmaansa palveluprosessin ansiosta ja sen johdosta hänen olonsa on parempi kuin aiemmin. Vaikka arvon muodostuminen määräytyy lopulta asiakkaan aiempien kokemusten perusteella, voi yritys tukea asiakasta arvon muodostumisessa (Alakoski 2014, 37). Asiakkaan kokema arvo on usein henkilökohtainen asia, jonka muodostumiseen vaikuttavat muun muassa asiakkaan rooli sekä yksilöllinen tausta ja historia. Vuorovaikutus sekä yrityksen ja asiakkaiden välillä että asiakkaiden keskinäisessä toiminnassa on kuitenkin arvon muodostumisen kannalta tärkeää. (Alakoski 2014, 41, 68.) Asiakkaan kokema arvo voi ilmetä monella tavalla, kuten vaihtoarvona, käyttöarvona, lisäarvona tai kokemuksiin perustuvana arvona (Alakoski 2014, 43; Grönroos & Voima 2013).

Yritys tarjoaa asiakkaalle mahdollisuuden arvon kokemiseen palvelujensa tai tuotteidensa avulla. Arvon muodostuminen tapahtuu yrityksen ja asiakkaan välisessä yhteistyössä, jolloin asiakas on palvelun kanssatuottajana. Asiakkaan kokemaa arvoa muodostuu koko palveluprosessin ajan, niin näkyvissä kuin näkymättömissäkin toiminnoissa (Alakoski 2014, 57). Palveluprosessikuvausten eli mallinnusten avulla voidaan tehostaa asiakkaan kokeman arvon muodostumista, jolloin asiakkaan kokemaan arvoon vaikuttavien palveluprosessin kriittisten pisteiden havainnointi helpottuu.

Asiakas vastaa viime kädessä itse kokemansa arvon muodostumisesta, jolloin yritys voi ainoastaan tukea sen muodostumista. (Grönroos & Voima 2013, 140–141.) Grönroosin ja Voiman (2013, 145) mukaan asiakas on usein jopa arvon tuottaja sen sijaan, että olisi arvon kanssatuottaja yhdessä yrityksen kanssa, erityisesti asiakkaan kokeman käyttöarvon muodostumisessa.

Liiketoiminnaltaan pienen tilaviiniyrityksen asiakaslähtöisyyttä voidaan lisätä osallistamalla asiakkaita palvelujen kehittämiseen. Catering-palveluja tarjoavan yrityksen kohdalla esimerkiksi vaihtoehtoisten, valmiiden menukokonaisuuksien tai teemallisten tilaisuuksien suunnittelu yhdessä asiakkaiden kanssa lisää asiakaslähtöisyyttä palvelujen tuottamisessa. Catering-tilaisuudet ovat asiakkaille usein ainutlaatuisia, joten tilaisuuden toteuttaminen tiiviissä yhteistyössä ja vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa lisää asiakkaan kokemaa arvoa. Catering-yrityksen tehtävänä on luoda mahdollisimman hyvät puitteet ja edellytykset asiakkaan arvon kokemiseen sekä tukea asiakasta arvon muodostumisessa. Työskentely catering-palvelujen parissa vaatii catering-yrityksen tai organisaation johtohenkilöiltä ja työntekijöiltä vahvaa ammattitaitoa sekä monipuolista osaamista alan työtehtävistä.

### 3 PALVELUJEN TUOTTEISTAMINEN

Palvelut ovat prosessimaisia toimintoja, joille on tyypillistä niiden aineettomuus. Palveluista ei yleensä jää asiakkaalle mitään konkreettista, ainoastaan esimerkiksi tunne tai kokemus. Toisin kuin konkreettisia tuotteita, palveluja ei useinkaan ole mahdollista tuottaa varastoon, eikä niitä voi kokeilla etukäteen. Palvelut tuotetaan yleensä aina samalla hetkellä kun asiakas niitä tarvitsee, joten palvelut sisältävät ainakin jonkinlaista vuorovaikutusta yrityksen ja asiakkaan välillä. (Grönroos 2009, 80–81.) Voidaan siis todeta, että palvelujen tuottaminen ilman asiakasta periaatteessa on mahdotonta ja turhaa. Hyöty, jonka asiakas palvelusta saa, on yleensä aineeton, mutta samalla asiakkaalle tarpeellinen ja merkityksellinen (Tonder 2013, 14).

Nämä edellä esitetyt piirteet aiheuttavat palveluyritykselle liiketoiminnallisia haasteita, koska palvelujen tuottaminen riippuu vahvasti asiakkaan osallistumisesta palveluprosessiin, ja tällöin palvelujen kysynnän vaihtelut voivat olla suuria. Palvelujen tuotannossa ilmenevät sesonkivaihtelut aiheuttavat tehottomuutta sesongin ulkopuolella ja siitä johtuvaa kannattamattomuutta. Lisäksi palvelujen tuottamisen laadunhallinta vaikeutuu erityisesti huippuseasonkien aikana. Tuotteistamisella voidaan vähentää näiden ongelmien vaikutuksia yrityksen liiketoimintaan ja lisäämään kilpailukykyä sekä konkretisoimaan palvelua asiakkaan näkökulmasta katsottuna. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 1, 5.) Tonder (2013,15) kuvailee tuotteistamista erilaisina, palvelujen kaupallisuutta lisäävinä toimenpiteinä, joiden avulla voidaan lisätä yrityksen kannattavuutta.

Tässä luvussa tarkastelen palvelujen tuotteistamista käsitteenä sekä tuotteistamisen lähtökohtia ja tavoitteita. Pohdin palvelujen tuotteistamisen hyötyjä ottaen huomioon sekä asiakkaan että yrityksen näkökulman. Lisäksi tarkastelen palveluprosessia sekä sen kuvaamista mallintamisen avulla.

### 3.1 Tuotteistamisen lähtökohdat ja tavoitteet

Tuotteistamiselle käsitteenä ei ole olemassa yhtä tarkkaa määritelmää, koska sitä käytetään laaja-alaisesti monissa yhteyksissä. Palvelujen tuotteistamisella tarkoitetaan yleensä asiakkaan tarpeiden tyydyttämistä tai olemassa olevan ongelman ratkaisua, jolloin palveluyritys tarjoaa asiakasta palvellessaan oman osaamisensa asiakkaan hyväksi (Tonder 2013, 14). Tuotteistamisen tavoitteena on palvelujen toistettavuus, jolloin palvelun tuottamiseen liittyvien, dokumentoitujen tietojen avulla kenen tahansa ammattilaisen on mahdollista tuottaa samaa palvelua. (Parantainen 2012, 12.) Lisäksi tavoitteena on poistaa palvelujen sitoutuvuus yrityksen tiettyihin henkilöihin, kuten yrittäjään itseensä, jolloin palvelun voi toteuttaa kuka tahansa yrityksen henkilöstöstä. (Tonder 2013, 17.)

Palvelujen tuotteistaminen ja tuotekehitys ovat asiakaskeskeistä toimintaa, jonka avulla pyritään täyttämään asiakkaan tarpeet ja toiveet. Palvelujen kehitystyö tehdään yrityksen liiketoimintastrategian, resurssien ja osaamisen mukaisesti, ja kehitystyön tavoitteena on parantaa muun muassa yrityksen tuottavuutta. (Jaakkola ym. 2009, 1.) Myös Parantainen (2007, 120–121) esittää teoksessaan *Tuotteistaminen - rakenna palvelusta tuote 10 päivässä* tuotteistamisen asiakaslähtöiseksi palvelujen räätälöinniksi. Hän kuitenkin korostaa, että yrityksen tulee olla tietoinen käytössä olevista resursseistaan ja valmis rajamaan toimintaansa niiden mukaisesti, asiakkaiden toiveista huolimatta. Räätälöinti voidaan suorittaa tiettyjä, yrityksen tuottamia elementtejä yhdistelemällä, jolloin asiakas kokee palvelun hänelle henkilökohtaisesti räätälöitynä. Tosiasiassa palvelu on koottu erilaisista yrityksen tarjoamista, tuotteistetuista osista, jotka ovat yhdistettävissä keskenään. Parantainen pohtii myös sitä, että asiakkaan tarpeiden ja toiveiden mukaan pitkälle räätälöidyssä palvelutuotteessa on riski, koska silloin palvelusta muodostuu prototyyppi, jota ei ole aiemmin kokeiltu ja epäonnistumisen riski kasvaa.

Tuotteistamisella pyritään edellä esitetyn mukaan sekä kohderyhmän että tarjottavien palvelujen rajauksiin, koska yrityksen on mahdotonta täyttää kaikkien asiakkaiden tarpeita ja toiveita (Parantainen 2012, 15). Parantai-

nen (2012, 15–16) käyttää ravintolatoimintaa esimerkkinä hyvästä tuotteistamisesta, koska ravintoloiden toiminta on usein pitkälle tuotteistettua. Ravintola tarjoaa kohderyhmälleen mieluisia tuotteita yrittämättä kuitenkaan miellyttää kohderyhmän ulkopuolisia asiakkaita. Ruokalistan annokset on kehitetty kohderyhmän tarpeiden ja toiveiden mukaan ja monet ruokalistan annokset voidaan toteuttaa yleisimmät erikoisruokavaliot huomioiden, mutta mitä tahansa ruoka-annoksia ei ravintolasta ole mahdollista saada. Saatavilla olevista annoksista on laadittu annoskortit, joiden avulla kuka tahansa ammattitaitoinen kokki voi valmistaa kyseisen annoksen, jolloin tuotteistaminen on onnistunut.

Kuviossa 2 mukailen Jaakkolan, Oravan ja Varjosen (2009, 6) laatimaa kuviota, jossa esittelen palveluliiketoiminnan kehittämistyötä tuotteistamisen avulla. Yritysten kehityskohteet ja kehittämiskeinot, kuten myös koko tuotteistamisprosessi vaihtelevat yrityksen tavoitteiden ja strategian mukaisesti. Kehittämistyön tavoitteena on kuitenkin parantaa liiketoiminnan kilpailukykyä sekä tuottavuutta mutta myös asiakastyytyvyyttä. Palveluliiketoiminnan tuotteistamistyöllä pyritään saavuttamaan kilpailuetua, kannattavuuden, tuottavuuden sekä koko liiketoiminnan kasvua ja laadun parantamista. Keinoina edellä mainittujen tulosten saavuttamiseen käytetään muun muassa palvelun määrittelyä, konkretisointia, systematisointia ja vakiointia.



KUVIO 2. Palveluliiketoiminnan kehittäminen tuotteistamalla (mukaanl. Jaakkola ym. 2009, 6)

Palvelujen tuotteistaminen on hyödyllistä, koska palvelut ovat aineettomia ja siten vaikeita hahmottaa, eikä asiakas voi kokeilla tai testata niitä etukäteen. Kuviossa 3 esittelen onnistuneesti tuotteistetun palvelun tyypillisiä piirteitä mukaanl. Tonderin (2013, 16) kuviota. Myös Parantaisen (2009, 9–10) mukaan tuotteistamalla aikaansaatu, mahdollisimman konkreettinen palvelutuote on myyvämpi kuin pelkkä lupaus palvelusta. Tuotteistamisen avulla palvelusta muokkautuu selkeä ja kilpailijoista erottuva kokonaisuus, joka myy hyvin ja jonka ostaminen on helppoa, kiinnostavaa ja riskitöntä (Tonder 2013, 15). Kilpailijoista erottuminen on tärkeää, koska se helpottaa asiakkaan ostopäätöksen tekoa, mikä on yksi tuotteistamisen tärkeimmistä tavoitteista. Erottuva tuote herättää mielenkiintoa ja houkuttelee asiakkaan valitsemaan juuri kyseisen tuotteen. (Parantainen 2007, 38–41.) Tuotteistamisen avulla asiakas saa enemmän vastinetta rahoilleen, jolloin myös hinnoittelua voidaan miettiä uudelleen yrityksen kannattavuuden parantamiseksi (Jaakkola ym. 2009, 1). Lisäksi hyvin tuotteistettu palvelutuote saa aikaan positiivisia asiakaskokemuksia.



KUVIO 3. Onnistuneesti tuotteistetun palvelun piirteitä (mukaillen Tonder 2013, 16)

Palvelujen tuotteistaminen on haastavaa, mutta samalla myös palkitsevaa työtä. Täysin uuden tuotteen tuotteistaminen vaatii suuren määrän ideoita, joista parhaimmat valikoituvat osaksi palvelutuotetta. Jo ennestään olemassa olevan palvelun tuotteistaminen vaatii kriittistä näkökulmaa ja arviointia, joiden avulla palvelusta pyritään muodostamaan onnistuneesti tuotteistettu palvelutuote. Tämä voi vaatia jo olemassa olevan palvelun muokkaamista joko lisäämällä siihen jotakin tai poistamalla siitä jotakin.

### 3.2 Palveluprosessi

Palveluprosessi käsittää palvelutuotteen toteutuksen alusta loppuun saakka sekä kaikki asiakkaan ja palveluhenkilöstön kohtaamiset ja toiminnot. Ennen palveluprosessin kehittämistä tulee tunnistaa palvelun sisältö ja rakenne. Varsinainen palvelutuote koostuu ydinpalvelusta ja mahdollisista tuki- ja lisäpalveluista. Ydinpalvelu on palvelutuotteen keskeisin ominaisuus, jonka perusteella asiakas tekee ostopäätöksensä. Tukipalvelut täy-

dentävät ydinpalvelua ja ovat usein välttämättömiä. Tuotteeseen liitettyjen lisäpalvelujen avulla yritys voi erottautua kilpailijoistaan erityisesti silloin, kun erot eri toimijoiden tarjoamien ydinpalveluiden välillä ovat vähäisiä. Lisäpalvelujen avulla yritys voi näin ollen myös lisätä tuottavuuttaan. Lisäpalvelut antavat asiakkaalle nimensä mukaisesti jotakin lisää ja parantavat asiakkaan muodostamaa palvelun laatumielikuvaa. (Jaakkola ym. 2009, 11–12.)

Mielenkiintoiseksi tuotteen rakenteen tekee se, että edellä mainittuja tukija lisäpalveluiden käsitteiden määritelmiä käytetään ristiin eri kirjoittajien toimesta. Edellisten kirjoittajien (Jaakkola ym. 2009) määritelmistä poiketen toiset kirjoittajat, muun muassa Bergström ja Leppänen (2009, 204) määrittelevät tuotteen lisäpalvelut nimenomaan välttämättömiksi tuotteen osiksi ja tukipalvelut lisäarvoa tuottaviksi, asiakkaan toissijaisia tarpeita tyydyttäväksi palveluiksi. Toisaalta Grönroos (2009, 222–223) esittää palvelun jakamista vain kahteen ryhmään, eli ydinpalveluihin ja lisäpalveluihin. Hänen näkemyksensä mukaan lisäpalvelut jakaantuvat vielä mahdollistaviin palveluihin ja tukipalveluihin, joista mahdollistavat palvelut tukevat ja mahdollistavat ydinpalvelun käyttöä kun taas tukipalvelut antavat ydinpalvelulle lisäarvoa. Hän on päätenyt toisenlaiseen jaotteluun, koska mahdollistavien ja tukipalvelujen erottaminen on toisinaan hankalaa ja tilanteesta riippuen mahdollistava palvelu voi muuttua tukipalveluksi ja tukipalvelu mahdollistavaksi palveluksi. (Grönroos 2009, 224–225.) Grönroosin jaottelu on nähdäkseni näistä vaihtoehdoista toimivin. Sen mukaan puhutaan yleisellä tasolla vain ydinpalvelusta ja lisäpalvelusta, jolloin tuotteeseen liittyvien käsitteiden hahmottaminen helpottuu.

Palveluprosessi koostuu aineettomista toiminnoista, joiden tavoitteena on ratkaista asiakkaan ongelma. Palveluprosessiin sisältyy monenlaisia resursseja, kuten tietoa ja järjestelmiä sekä ihmisiä ja muita resursseja. Yleensä asiakas on vuorovaikutuksessa palveluprosessin aikana palvelua tarjoavan yrityksen kanssa erilaisten toimenpiteiden kautta. (Grönroos 2009, 77, 79.) Palvelu syntyy prosessin aikana ja se kulutetaan samaan aikaan (Grönroos 2009, 221), koska palvelua ei voi tuottaa varastoon. Palveluprosessiin sisältyy asiakkaan ja palveluhenkilöstön toiminnot sekä

monia kriittisiä hetkiä, joiden perusteella asiakas muodostaa laatumielikuvaa sekä saamastaan palvelusta että yrityksestä (Jaakkola ym. 2009, 15–16).

### 3.2.1 Palveluprosessin kuvaaminen

Palveluprosessi voidaan kuvata monella eri tavalla. Asiakkaalle suunnattu palveluprosessin kuvaus on yleensä yrityksen esite, jossa kuvataan palvelutuotteen sisältöä asiakkaan näkökulmasta, ja se sisältää ainoastaan asiakkaalle näkyviä prosesseja. Yrityksen henkilöstölle tarkoitettu palveluprosessin kuvaus on huomattavasti yksityiskohtaisempi ja siinä huomioidaan sekä kuvataan kaikki palveluprosessin asiakaskontaktit. Asiakas ei ole läsnä kaikissa palveluprosessin vaiheissa, joten yrityksen henkilöstölle tarkoitettu kuvaus sisältää sekä asiakkaalle näkyviä että näkymättömiä osia, jotka kuitenkin liittyvät kiinteästi palveluprosessiin. On hyvä muistaa, että asiakas on osa palveluprosessia jossakin sen vaiheessa, koska palveluja ei voida tuottaa ilman asiakkaan ja palveluntuottajan välistä vuorovaikutusta. (Jaakkola ym. 2009, 15–16.)

Palveluprosessi kuvataan usein kaaviona tai taulukkona, eli blueprintinä, josta käytetään suomen kielessä yleensä nimitystä mallinnus. Siihen sisällytetään mahdollisimman yksityiskohtaisesti kaikki palvelutuotteeseen kuuluvat asiat, kuten asiakkaan ja palveluhenkilöstön kohtaamiset ja toiminnot, palveluhenkilöstön taustatoiminnot sekä palvelun tuottamiseen tarvittavat tukitoiminnot. Tällöin palvelutuotteen vaatimien resurssien määrä ja tarvittavat työvaiheet selkeytyvät samalla kun mahdolliset palveluprosessin riskipisteet on helpompi tunnistaa. (Jaakkola ym. 2009, 19–21.) Palveluprosessin kriittiset vaiheet, eli ne hetket, jolloin asiakas todennäköisimmin muodostaa laatumielikuvia kokemastaan palvelusta, on myös syytä lisätä kaavioon. Kaavioon voidaan lisäksi merkitä eri vaiheiden kestoajoja, jolloin palvelutuotteeseen kuluva aika on helpompi määritellä. (Jaakkola ym. 2009, 19–21.) Kostopoulos, Gounaris ja Boukis (2012, 580) viittaavat artikkelissaan Shostackin (1984) määritelmään, jonka mukaan mallinnuksen laatiminen käsittää neljä vaihetta: tarvittavien prosessien tunnistamisen,

mahdollisten palveluprosessissa esiintyvien virheiden poistamisen, palvelutuotteen aikataulun laatimisen sekä tuottavuuden analysoinnin.

Mallinnuksen avulla huomioidaan kaikki asiakaskohtaamiset ja niihin liittyvät fyysiset elementit nimenomaan asiakkaan näkökulmasta. Kostopoulos ym. (2012, 582) toteavat artikkelissaan useiden asiaan perehtyneiden henkilöiden esittäneen mielipiteensä siitä, millainen mallinnuksen tulisi olla tyyliltään, jotta se olisi mahdollisimman toimiva ja tuloksellinen. Yhtä oikeaa ja muut vaihtoehdot poissulkevaa ratkaisua ei todennäköisesti ole olemassakaan, koska yritykset sekä niiden tarjoamat palvelut ovat erilaisia ja vaativat huomion kiinnittämistä erilaisiin kohtiin.

Mallinnusta laadittaessa hahmotellaan asiakkaan palvelupolku, joka kirjataan kaavioon mahdollisimman yksityiskohtaisesti ensimmäisestä yhteydenotosta palveluprosessiin päättymiseen saakka. Asiakkaan toimintojen lisäksi mallinnuksessa kuvataan palveluhenkilöstön toiminnot palvelutilanteiden aikana sekä erilaiset taustatoiminnot, jotka liittyvät palveluprosessin suorittamiseen. Näiden toimintojen erottaminen toisistaan on mallinnuksen keskeisin ajatus, samoin kuin asiakkaan tarpeiden ja roolien tunnistaminen palvelun elinkaaren ajan (Tonder 2013, 97–98). Kuvausta laadittaessa yksityiskohtaisuus on tärkeää, mutta asiakaspalvelutilanteiden ja palveluhenkilöstön toiminnan tarkka kuvaaminen ei ole tarpeellista, vaan se voi olla jopa vahingollista. Palvelutilanteet ovat ainutlaatuisia ja niiden parhaimmat tulokset saavutetaan joustavuudella ja aitoudella sekä tilanteeseen sopivalla asiakaspalvelulla. (Puustinen & Rouhiainen 2007, 210–212.) Näin ollen vastuu palvelutilanteiden hoitamisesta annetaan ammattitaitoisille asiakaspalvelijoille, jotka hoitavat tilanteet persoonallisella tyylillään palveluprosessin kuvauksen mukaista, pääpiirteistä ohjeistusta noudattaen.

Edellä mainittujen asioiden lisäksi mallinnuksessa kuvataan palveluprosessin taustatoimintoja, joita ovat esimerkiksi tilojen ja tarjoiltavien tuotteiden valmistelu asiakkaita varten, nuotion sytyttäminen tai saunan lämmittäminen. Lisäksi palveluprosessiin voi liittyä tukitoimintoja, joita tarvitaan palveluprosessin läpiviemiseen. Usein tukitoiminnot ovat esimerkiksi yh-

teistyökumppaneita, varausjärjestelmiä tai kanta-asiakasjärjestelmiä. (Tonder 2013, 100–101.)

### 3.2.2 Palvelujen mallinnuksen hyötyjä

Mallinnuksen suurimmat hyödyt ovat Kostopoulosin ym. (2012) mukaan palvelutuotteen toistettavuus ja joustavuus, jolloin palvelutuote vastaa asiakkaiden tarpeita, mutta mukautuu myös yksilöllisten tarpeiden ja toiveiden mukaisesti (Kostopoulos ym. 2012, 581). Kostopouloksen ym. (2012, 588) mukaan mallinnusprosessilla voidaan saada haluttuja tuloksia ainoastaan silloin, jos palveluntuottaja pystyy standardisoimaan palvelutuotteen mallinnuksen avulla. Haluttujen tulosten saavuttamiseksi tulee myös varmistaa riittävä joustavuus palveluprosessin aikana, jolloin palveluhenkilöstö voi reagoida ja vastata asiakkaiden yksilöllisiin tarpeisiin. Lisäksi Kostopoulos ym. (2012, 588) korostavat asiakaspalvelun ja asiakassuuntauneen ilmapiirin tärkeyttä jokaisessa palvelukohtaamisessa asiakkaan kanssa. Mallinnus luo luotettavuutta palveluprosessiin, koska ilman mallinnusta palveluprosessin epäkohdat saattavat jäädä kokonaan huomaamatta, jolloin palveluprosessi ei toteudu ennalta asetettujen tavoitteiden mukaisesti (Tonder 2013, 97).

Palvelun mallinnus on käytännöllinen työkalu palveluprosessin kuvauksessa. Mallinnuksen yksityiskohtaisuus voi tuntua haastavalta ja se vaatii aikaa sekä keskittymistä, mutta samalla myös palkitsee tekijänsä. Mallintaminen tukee palveluprosessin kokonaisuuden hahmottamista ja usein kaaviota laadittaessa havaitaan joitakin puutteita tai virheitä palveluprosessissa. (Tonder 2013, 97.) Tutustuttuani erilaisiin mallinuksiin olen pannut merkille, että mallinnus voidaan toteuttaa useilla eri tavoilla, mutta pääelementit, eli asiakkaan, palveluhenkilöstön ja taustatoimijoiden toiminnot sekä tukiprosessit esitetään palveluprosessin kuvauksessa, samoin kuin konkreettiset elementit. Jokaisella yrityksellä on kuitenkin erityiset, yksityiskohtaiset palveluprosessit, joten myös mallinnukset ovat todennäköisesti ainutlaatuisia.

### 3.3 Tuotekortti ja varauslomake

Tuotekortti on dokumentti, joka sisältää tärkeitä tietoja palvelusta ja sen toteuttamisesta. Yrityksen henkilöstön käyttöön tarkoitettut tuotekortit laaditaan palveluntuottajan näkökulmasta ja niiden tarkoituksena on toimia työkaluna sekä viestintävälineenä palveluun liittyvien eri toimijoiden välillä. Ne voivat olla toteutettuja monin eri tavoin, esimerkiksi tekstitiedostona tai taulukkona. Tärkeintä ei ole korttien ulkoasu, vaan sisältö. Tuote kuvataan tuotekortissa riittävän monesta näkökulmasta, jolloin jokainen toimija tietää mitkä ovat hänelle kuuluvat tuotteeseen liittyvät tehtävät. Näin ollen asiakkaalle, palveluntarjoajalle, työntekijälle ja alihankkijoille ja yhteistyökumppaneille laaditaan omat tuotekortit heidän näkökulmastaan. Henkilöstölle suunnattuihin tuotekortteihin kirjataan kaikki liiketoiminnan kannalta palveluun liittyvät kriittiset tiedot, jotka vaikuttavat palvelun onnistumiseen suunnitellulla tavalla. (Tonder 2013, 82–83.) Tällaisia tietoja ovat muun muassa

- tuotteen nimi
- ydinpalvelu ja siihen liittyvät palvelut
- palvelun tuottajat
- palvelun toteuttamispaikka, tarvittaessa osoite
- asiakasmäärä (vähintään/enintään)
- palvelun kokonaiskesto (Tonder 2013, 82–83).

Eri toimijoiden tuotekortteihin voidaan lisätä toimijoita koskevia asioita, kuten tuotteen myyntiteksti ja kuvat asiakkaille, tuotteen toteuttamiseen tarvittavat resurssit ja toiminnan kuvaukset yritykselle ja mahdollisille alihankkijoille, hintatiedot eri toimijoille sekä aikataulu ja tarvittavia toimenpiteiden kuvauksia palveluyrityksen henkilökunnalle (Tonder 2013, 82–83).

Catering-palvelutoiminnassa tilaisuuksien järjestämisessä käytettävä varauslomake tai tilausmääräys eli orderi on tärkeä työkalu onnistuneen tilaisuuden toteuttamiseksi. Suuremmissa yrityksissä orderi eli tilausmääräys tehdään usein vasta silloin, kun asiakas on vahvistanut tilauksensa ja tilaisuuden pääelementit on päätetty. Orderi toimii catering-tilaisuutta koske-

vana viestintävälineenä yrityksen sisäisessä tiedotuksessa. (Shiring 2014, 322–325.)

Varauslomake on tärkeä asiakirja ja eräänlainen sopimus tilaisuuden järjestämisestä, ja sitä täytetään asiakkaan varausta vastaanotettaessa. Siihen kirjataan monia catering-tilaisuuteen liittyviä seikkoja, joista tärkeimpiä tietoja ovat asiakkaan yhteystiedot, tilaisuuden ajankohta sekä arvioitu henkilömäärä. (Shiring 2014, 314–320.) Näiden tietojen perusteella voidaan tehdä varaus, jota täydennetään myöhemmässä vaiheessa valittujen tuotteiden ja palvelujen mukaan. Varauslomake tai sopimus tilaisuuden järjestämisestä voi olla hyvin yksityiskohtainen tai pelkistetty versio tai jotakin niiden väliltä. Usein tilaisuuden luonne ja koko vaikuttavat siihen, kuinka yksityiskohtaista varauslomaketta tai sopimusta käytetään. (Shiring 2014, 320.)

Havaintojeni mukaan varsinkin pienemmät yritykset käyttävät orderin sijasta ainoastaan varauslomaketta, johon asiakkaan tekemä varaus kirjataan ja jota täydennetään myöhemmin tilattujen palvelujen mukaisesti. Varauslomake on pienten yritysten käytössä riittävä dokumentointiväline, koska pienemmillä yrityksillä ei yleensä ole useita osastoja, joiden kesken varauksista koskevat tiedot tulisi jakaa.

## 4 ALKOHOLILAINSÄÄDÄNTÖ CATERING-PALVELUISSA

Alkoholilainsäädäntö vaikuttaa eri tavoin tilaviiniryttäjän jokapäiväiseen toimintaan. Tilaviinejä koskevat anniskelumääräykset ovat yhteneviä kaikkien muiden alkoholijuomien anniskelumääräyksien kanssa, mutta tilaviinien valmistukseen ja vähittäismyyntiin liittyvissä määräyksissä on eroja muita alkoholijuomia koskeviin vastaaviin määräyksiin. Lisäksi haasteita asettavat muualla kuin tilaviiniryttäjän hallinnoimassa anniskeluravintolassa toteutetut catering-palvelut. Tilan anniskelualueelta poistuttaessa alkoholilainsäädäntö rajoittaa anniskelua samalla tavoin kuin esimerkiksi perinteisessä pitopalvelutoiminnassa. Monet asiakkaat haluavat tilaviiniryttäjän toteuttamaan tilaisuutensa nimenomaan yrityksen tarjoaman tuotevalikoiman takia, mutta tietoisuus alkoholilain vaikutuksista eri paikoissa toteutettaviin catering-tilaisuuksiin on vähäistä.

Tässä opinnäytetyön luvussa tarkastelen alkoholilainsäädännön pääkohtia tilaviiniryttäjän catering-palvelujen näkökulmasta sekä anniskelun, vähittäismyyntin että valmistuksen osalta. Edellä mainitut seikat liittyvät olennaisesti tilaviiniryttäjän catering-palvelujen toteuttamiseen sekä sitä kautta myös catering-palvelujen tuottamiseen. Näin ollen ne ovat myös tärkeä osa tätä opinnäytetyötä.

### 4.1 Alkoholi- ja anniskelulainsäädännön reunaehdot

Tilaviiniryttäjän catering-palvelujen kannalta merkittävimpiä lakeja ovat alkoholilaki 1994/1143 (Finlex 1994a), asetus alkoholijuomista ja väkiviihasta 1994/1344 (Finlex 1994b). Lisäksi Sosiaali- ja terveysministeriön päätös tilaviini-nimityksen käyttämisestä 851/1995 (Finlex 1995a) sekä Sosiaali- ja terveysministeriön päätös käymisteitse valmistetun enintään 13 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän alkoholijuoman myyntipaikasta ja myyntitoiminnasta 852/1995 (Finlex 1995b) vaikuttavat tilaviiniryttäjän catering-palvelujen tuottamiseen. Esittelen edellä mainittuja lainsäädännön reunaehtoja myös kuviossa 4.

Alkoholilaki 1994/1143 (Finlex 1994a) on alkoholipitoisiin aineisiin liittyvien toimintojen lähtökohta ja näin ollen sen määräykset vaikuttavat myös tilaviiniyritysten toimintaan. Lain soveltamisalaan kuuluvat alkoholipitoiset aineet ja niiden valmistus, maahantuonti sekä maastavienti, myynti ja muu luovuttaminen. Lisäksi lain soveltamisalaan kuuluu alkoholipitoisten aineiden hallussapito, käyttö ja kuljetus sekä alkoholijuomien mainonta. Catering-palvelujen kannalta tärkeimpiä määräyksiä ovat alkoholijuomien anniskeluun sekä vähittäismyyntiin liittyvät määräykset. Alkoholilain tarkempi määritelmä alkoholijuomalle on esitelty liitteessä 1.

Kuviossa 4 esitetty asetus alkoholijuomista ja väkiviinasta 1994/1344 (Finlex 1994b) täsmentää ja täydentää alkoholilain 1994/1143 (Finlex 1994a) määräyksiä. Se määrittelee muun muassa erilaiset alkoholijuomat (ks. liite 1) ja säättää niiden valmistuksesta ja valmistuspaikoista sekä tarvittavista luvista ja valvonnan harjoittamisesta. Lisäksi asetuksessa säädetään alkoholijuomien vähittäis- ja tukkumyynnistä, maahantuonnista, varastoinnista sekä anniskelusta.

Sosiaali- ja terveysministeriön päätös tilaviini-nimityksen käyttämisestä 851/1995 (Finlex 1995a, 1 §) määrää *ne ehdot, joiden perusteella sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskus voi antaa luvan käyttää hedelmäviini kuvauksessanimitystä [sic] tilaviini* (ks. kuvio 4). Tilaviini-nimityksen käyttö on tarkasti säädeltyä ja tilaviiniksi kutsutun alkoholijuoman tulee täyttää seuraavat kriteerit:

*Tilaviinin tulee olla yksinomaan käymisen avulla valmistettua hedelmäviiniä, jonka*

*1) alkoholipitoisuus on enintään 13 tilavuusprosenttia;*

*2) tuottaa sellainen oikeudellisesti ja taloudellisesti muista saman toimialan yrityksistä riippumaton valmistaja, jonka hedelmäviinin valmistusmäärä astioituna on korkeintaan 100 000 litraa vuodessa;*

*3) valmistuksessa käytetty marja- ja hedelmäaines sekä aromia antavat kasvinosat ovat 100 prosenttisesti kotimaisia;*

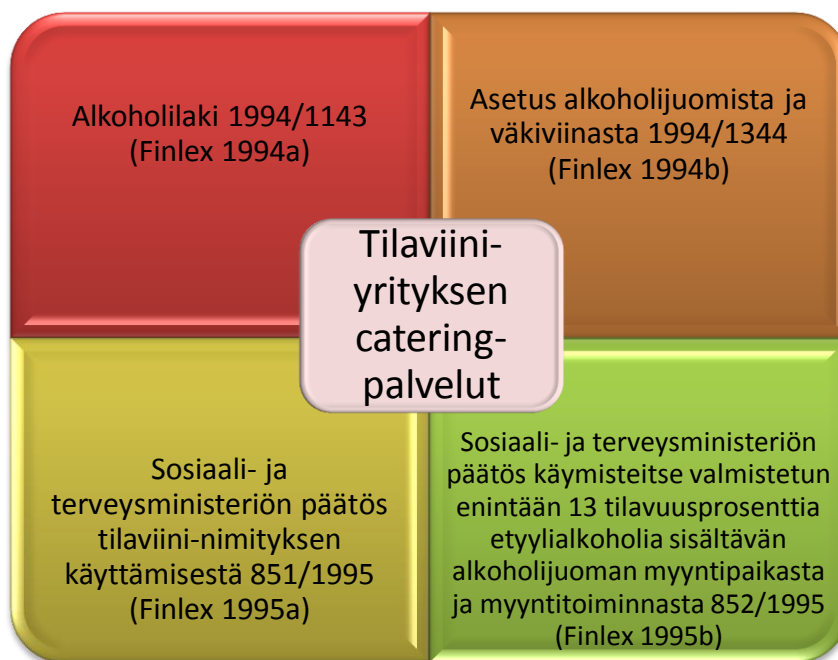
*4) raaka-aineista vähintään 50 prosenttia on peräisin val-*

*mistusluvan haltijan omalta tai tämän hallitsemalta viljelyalalta; sekä*

*5) aistinvaraiset ominaisuudet ovat peräisin valmistuksessa käytetyistä raaka-aineista tai käymisen yhteydessä niistä muodostuneista maku- ja aromiaineista.*

*Tilaviini voidaan nimetä raaka-aineen kasvupaikan mukaisesti tilan, kylän, kunnan, maakunnan tai muun alueen mukaan. Maantieteellisen merkinnän käytöstä määrätään erikseen. (Finlex 1995a, 2 §.)*

Sosiaali- ja terveysministeriön päätös käymisteitse valmistetun enintään 13 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän alkoholijuoman myyntipaikasta ja myyntitoiminnasta 852/1995 (Finlex 1995b) määrittelee lain soveltamisalaan kuuluvat alkoholijuomat ja määrää muun muassa kyseessä olevien alkoholijuomien myyntipaikasta, sen sijainnista ja asianmukaisuudesta, mutta lisäksi myös myyntitoiminnan asianmukaisuudesta sekä tehokkaan valvonnan edellyttämistä järjestelyistä. Päätöksessä määrätään myös kyseisten alkoholijuomien vähittäismyynnistä ravitsemusliikkeen yhteydessä (ks. kuvio 4). Catering-palvelujen tuottamisessa huomioitavia edellä esitetyn päätöksen kohtia ovat tilaviinien vähittäismyyntiin liittyvät määräykset. Niiden huomioiminen on tärkeää, koska muualla kuin tilaviinityrityksen anniskeluravintolassa toteutettaviin catering-tilaisuuksiin asiakkaan tulee itse hankkia tarjoiltavat alkoholijuomat etukäteen tilaviinityrityksen viinimyymälästä.



KUVIO 4. Catering-palvelutoimintaan vaikuttavia lakeja ja määräyksiä

Suomessa alkoholijuomien (ks. liite 1) anniskelu on elinkeinona luvanvaraista toimintaa. Anniskelulupia myöntää anniskelupaikan sijaintikunnan aluehallintovirasto. Alkoholilain 1994/1143 mukaan

*Alkoholijuomien anniskelua saa harjoittaa vain se, jolle lupaviranomainen on myöntänyt anniskeluluvan. Anniskelulupa myönnetään toistaiseksi, määräajaksi tai tilapäisesti. Anniskelulupa on anniskelupaikkakohtainen. (Finlex 1994a, 21 §.)*

Anniskelupaikkaa koskien on säädetty useita määräyksiä. Anniskeluluvan hakijan tulee määritellä anniskelupaikan anniskelualue, joka rajataan tarpeen vaatiessa esimerkiksi ulkotiloissa selkeästi (Finlex 1994a, 21 §), sillä asiakkaan tulee nauttia anniskeltu alkoholijuoma anniskelualueen sisäpuolella (Finlex 1994a, 23 §). Alkoholilaissa 1994/1143 anniskelualueesta määrätään seuraavalla tavalla:

*Anniskelupaikassa alkoholijuomia saa anniskella ainoastaan lupaviranomaisen hyväksymällä anniskelualueella, jossa valvonta voidaan tehokkaasti järjestää. - - -. Anniskelualue tulee rajata tai merkitä niin, että raja on asiakkaiden selvästi havaittavissa, jollei anniskelualueetta voida muuten selvästi todeta. - - - (Finlex 1994a, 21 c §, 3 momentti.)*

Anniskelualueen ulkopuolelle määritellään mahdolliset keittiö-, varasto- ja toimistotilat sekä henkilökunnan sosiaalitilat ja asiakkaiden käytössä olevat wc-tilat. Tilat eivät ole tarjoilutiloja, joten niitä ei myöskään hyväksytä anniskelualueeksi. Kesäaikana käytössä olevan kesäterassin anniskelualueen rajausta toteutetaan selkeästi jonkinlaisella aidalla, esimerkiksi aitaelementeillä, köysillä tai istutusruukuilla. (Valvira 2015b, 1–2.)

Kaikessa anniskelutoiminnassa tulee huomioida asiakkaan tila ennen anniskelua. Alkoholilain 1994/1143 mukaan

*Alkoholijuomaa ei saa anniskella:*

- 1) kahdeksaatoista vuotta nuoremmalle;
- 2) häiritsevästi käyttäytyvälle tai selvästi päihtyneelle; tai
- 3) jos on aihetta olettaa alkoholijuoman väärinkäyttöä (Finlex 1994a, 24 §).

Tilaviiniyritys voi päättää, onko alle 18-vuotiaiden osallistuminen yrityksen anniskeluravintolassa toteutettaviin catering-tilaisuuksiin sallittua. Catering-tilaisuuksiin ei yleensä ole ikärajaa, jolloin anniskelusta vastaavalla henkilöllä on velvollisuus tarkastaa nuoren henkilön ikä tarvittaessa.

#### 4.2 Anniskelu eri paikoissa toteutetuissa catering-tilaisuuksissa

Kun tilaisuus järjestetään tilaviiniyrityksen anniskeluravintolassa, voi tilaviiniyrittäjä harjoittaa anniskelua samaan tapaan kuin kaikissa muissakin ravintoloissa, anniskelumääräyksiä noudattaen. Jos tilaisuus järjestetään sellaisessa paikassa, jossa ei ole anniskelulupaa, on huomioitava alkoholilaissa määrätyt, alkoholin välittämistä koskevat säännökset, koska alkoholilain 1994/1143 mukaan

*Alkoholijuoman välittäminen palkkiota vastaan on kielletty, jollei tästä laista tai sen nojalla annetuista säännöksistä muuta johdu. Alkoholijuoman välittäminen on kielletty myös ilman palkkiota henkilöille, joille 16 §:n mukaan ei saa myydä alkoholijuomia. (Finlex 1994a, 31 §.)*

Mikäli catering-tilaisuus toteutetaan tilaviiniyrityksen toimesta asiakkaan omissa tai joissakin muissa, anniskelutoiminnan ulkopuolisissa tiloissa, on huomioitava alkoholijuomien hankintaan, välittämiseen ja tarjoiluun liittyvät seikat. Tilaviiniyritys ei saa välittää tuottamiaan alkoholijuomia catering-tilaisuuteen asiakkaan pyynnöstä ja veloittaa niiden toimituksesta tai tarjoilusta palkkiota, vaan asiakkaan tulee itse hankkia tarjoiltavat alkoholijuomat etukäteen tilaviiniyrityksen viinimyymälästä. Catering-palveluja harjoittava yritys voi kuitenkin hoitaa alkoholijuomien tarjoilun muun tarjoilun yhteydessä, mikäli tarjoilua hoitavalla henkilöstöllä on anniskeluun vaadittava ammattitaito. (Valvira 2014, 5–6.)

Tilaviiniyrityksen catering-palveluja toteutetaan myös muissa anniskeluravintoloissa, jolloin anniskeluasioissa menetellään edellisistä kohdista poikkeavalla tavalla. Tilaisuuden järjestämispaikan anniskeluluvan haltija hankkii tarjoiltavat alkoholijuomat tukkuostajana tilaviiniyritykseltä ja laskuttaa ne oman hinnoittelunsa mukaisesti asiakkaalta. Tilaviiniyrityksen henkilökunta voi kuitenkin hoitaa juomien tarjoilun muun tarjoilun yhteydessä, mikäli niin on erikseen sovittu kyseisen ravintolan kanssa. (Valvira 2015c.)

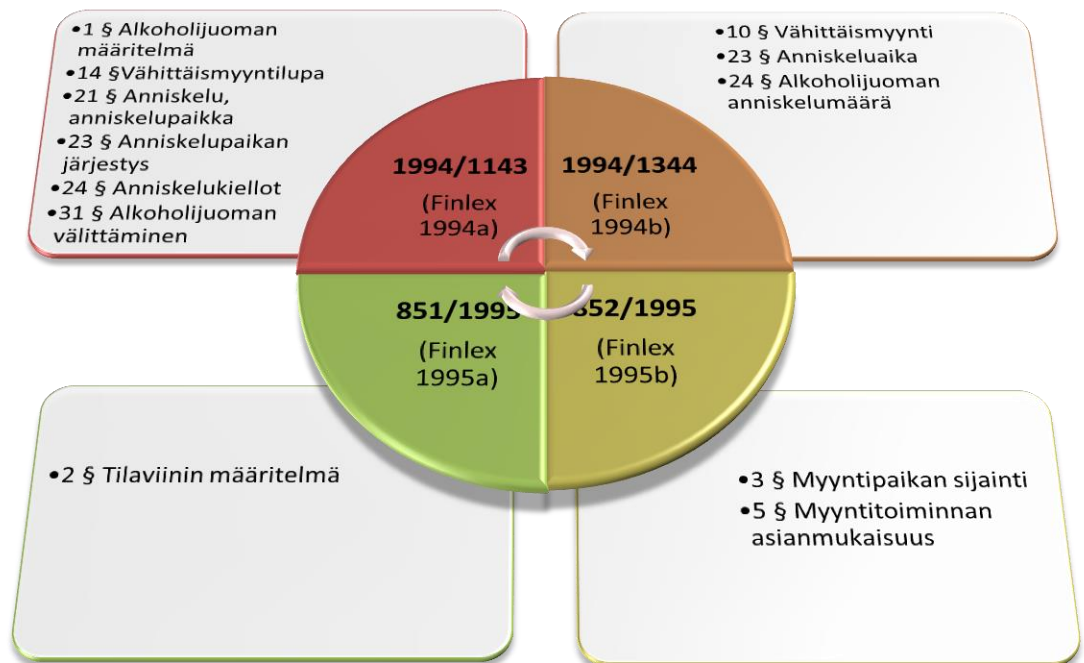
#### 4.3 Tilaviinien vähittäismyyntiä koskeva lainsäädäntö

Kaikkien alkoholia sisältävien juomien vähittäismyynti on Suomessa luvanvaraista liiketoimintaa (Valvira 2015a). Alkoholijuomien (ks. liite 1) vähittäismyyntiluvan omaavilla vähittäismyymälöillä on lupa myydä käymisteitse valmistettuja, alle 4,7 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältäviä alkoholijuomia. Sitä vahvempien alkoholia sisältävien juomien vähittäismyynnistä vastaa Alko, jolla on näin ollen Suomessa yksinoikeus yli 4,7 tilavuusprosenttia alkoholia sisältävien tuotteiden vähittäismyyntiin. Lisäksi alkoholilaisissa 1994/1143 määrätään, että

*Käymisteitse valmistetun enintään 13 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän alkoholijuoman vähittäismyyntiä saa alkoholiyhtiön lisäksi sosiaali- ja terveysministeriön määräämin ehdoin lupaviranomaisen luvalla harjoittaa se, jolle on myönnetty lupa kyseisen tuotteen valmistamiseen (Finlex 1994a, 14 §, 2. momentti).*

Tämä määräys koskee nimenomaan tilaviinien ja sahdin vähittäismyyntiä ja tarkoittaa sitä, että tilaviinien ja sahdin vähittäismyyntioikeus on Alkon lisäksi myös niillä, joille on myönnetty lupa kyseessä olevien tuotteiden valmistukseen. Tilaviiniyrityksen catering-palveluihin liittyvää alkoholi-juomien vähittäismyyntiä tapahtuu yleensä silloin, kun asiakas valitsee catering-tilaisuuden järjestämispaijaksi sellaisen kohteen, jossa ei ole anniskelulupaa. Tällöin asiakkaan tulee hankkia itse tarjoiltavat alkoholijuomat etukäteen tilaviiniyrityksen viinimyymästä.

Kuviossa 5 on yhteenveto, joka kuvaa tässä luvussa esitettyjä, tilaviiniyrityksen catering-toiminnan kannalta tärkeimpiä määräyksiä. Alkoholilain 1994/1143 (Finlex 1994a) sekä asetuksen alkoholijuomista ja väkiviinasta 1995/1344 (Finlex 1994b) tärkeimmät määräykset koskevat pääsääntöisesti anniskelutoimintaa ja vähittäismyyntiä. Sosiaali- ja terveysministeriön päätös 851/1995 (Finlex 1995a) määrää tilaviini -nimityksen kriteereistä ja 852/1995 (Finlex 1995b) puolestaan tilaviinien myyntitoiminnasta ja myyntipaikoista.



KUVIO 5. Merkittävimmät määräykset tilaviiniyrityksen catering-palvelutoiminnan kannalta

## 5 TOIMINNALLISEN OSUUDEN PROSESSI

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus sisältää monenlaisia toimintoja, joiden aikana opinnäytetyön tuotos rakentuu. Työn toiminnallisen osuuden prosessin toteuttamiseen tarvitaan työhön soveltuvia menetelmiä, jotka työn tekijä valitsee ja esittelee prosessia kuvatessaan. Työn toiminnallinen osuus tulee kuvata mahdollisimman tarkasti, mikä lisää opinnäytetyön luotettavuutta.

Tässä luvussa esittelen opinnäytetyöni toiminnallista osuutta eli sitä, miten työni tuotokset syntyivät. Kuvaan tuotteistusprosessin aikataulua prosessiin merkittävimmin vaikuttaneiden tapahtumien kautta. Lisäksi esittelen tekemiäni valintoja, kuten kehittämistyön toteutustapaa sekä käytettyjä menetelmiä.

### 5.1 Toiminnallinen opinnäytetyö

Opinnäytetyöni on toiminnallinen kehittämistyö, jonka tavoitteena on tuotteistaa Mustila Viini Oy:n catering-palveluja sekä kehittää yrityksen catering-palvelujen palveluprosessia asiakaslähtöisyys huomioiden. Ojasalon, Moilasen ja Ritalahden (2009, 18) mukaan tutkimuksellisen kehittämistyön luonteeseen kuuluu käytännön ongelmien ratkaisu tai käytäntöjen uudistaminen kriittisesti arvioidun teoria- ja käytännöntiedon avulla. Laitimani tuotos pohjautuu opinnäytetyön tietoperustassa esittelemiäni käsitteitä koskevaan kirjallisuuteen sekä tutkimustietoon. Hyödynsin rakentamaani tietoperustaa toiminnallisen osuuden työstämisessä yhdessä käytännön tiedon kanssa, jolloin sekä teoria että toiminnallisuus sulautuivat kehittämistyöni tuotoksessa yhteen.

Kehittämistyössäni on konstruktivisen tutkimuksen piirteitä. Konstruktivinen tutkimus on työelämälähtöinen ja sen tarkoituksena on luoda ratkaisuja käytännön ongelmiin. Vaikka työn aiheeseen liittyvän teorian tiedon tulee kietoutua yhteen käytännön ongelman kanssa, on teorian tiedolla merkittävä asema konstruktivisessa tutkimuksessa. Konstruktivisen tutkimuksen tuloksena on yleensä konkreettinen ja käytännössä hyödynnettävä tuotos,

joka voi olla esimerkiksi suunnitelma, järjestelmä, uusi tuote tai yrityksen henkilöstölle suunnattu koulutusmateriaali. Konstruktivisen tutkimuksen tavoitteena on kehittää yrityksen toimintaa jonkin konkreettisen tuotoksen kautta, joten on perusteltua ottaa tuotoksen tulevia käyttäjiä mukaan työhön esimerkiksi haastattelujen, ryhmäkeskustelujen tai aivoriihiyöskentelyn kautta. Tällöin yhteistyö tiivistyy ja kehittäjällä on mahdollisuus perehtyä tulevan tuotoksen käyttäjien tarpeisiin mahdollisimman hyödyllisen tuotoksen aikaansaamiseksi. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti. 2009, 65–67.)

## 5.2 Tuotteistusprosessi

Catering-palvelujen tuotteistaminen ei ollut alun perin työn lähtökohta, vaan tavoitteena oli tuottaa asiakkaille suunnattuja catering-palveluihin liittyviä dokumentteja Mustila Viini Oy:n käyttöön. Työn alkuvaiheessa olin kiinnittänyt huomioni aluksi vain dokumentteihin, joita toimeksiantajani oli kertonut tarvitsevänsä. Vähitellen opinnäytetyön tietoperustaa rakentaessani havaitsin tarvittavien dokumenttien liittyvän myös palvelujen tuotteistamiseen, joten catering-palvelujen tuotteistamisesta muodostui lähtökohta opinnäytetyöni toiminnalliselle osuudelle. Palvelujen tuotteistamista ja tuotekortteja on käytetty kehittämistöissä jo pitkään, mutta Mustila Viini Oy:lle ne olivat uusia välineitä catering-palvelujen kehittämiseen, mikä nosti niiden käyttöarvoa.

Tuotteistusprosessissa käytin useita yhteisöllisiä menetelmiä, kuten työpa-jatoimintaa, osallistavia keskusteluja sekä havainnointia. Valitsin kyseiset menetelmät siksi, että pidin jatkuvaa vuorovaikutusta toimeksiantajan kanssa tärkeänä asiana tuotteistusprosessissa ja toivoin toimeksiantajan myös osallistuvan tuotteistusprosessiin, jotta työn tuotoksesta muodostuisi mahdollisimman käyttökelpoinen. Edellä mainittujen menetelmien lisäksi käytin mallintamista yhtenä menetelmänä opinnäytetyössäni. Opinnäytetyön tuotteistusprosessi kulki limittäin työn tietoperustan rakentamisen kanssa lähes koko opinnäytetyöprosessin ajan.

### 5.2.1 Menetelmät

Toiminnallisessa opinnäytetyössä käytettävien menetelmien valikoima on laaja. Monet menetelmistä on yhteisöllisiä, joita käyttämällä kehittämistyöhön osallistuu työn tekijän lisäksi esimerkiksi toimeksiantaja tai asiakkaita. Menetelmiä voi yhdistellä eri tavoin eikä yhtä oikeaa ratkaisua ole olemassa. Toiminnallisessa opinnäytetyössä suositellaan käytettäväksi useampaa menetelmää, jolloin ne tukevat toinen toistaan. (Ojasalo ym. 2009, 40.)

Havainnointi on tehokas menetelmä toiminnallisessa opinnäytetyössä ja sitä voi suorittaa työn tavoitteista riippuen monin eri tavoin (Ojasalo ym. 2009, 42). Tässä opinnäytetyössä suoritettun havainnoinnin päätarkoituksena oli lisätä tietämystäni yrityksestä, sen tuotteista ja toimintatavoista, mutta huomasin tekemieni havaintojeni ja muistiinpanojeni olevan arvokkaita myös tuotteistusprosessissa.

Valitsin yhdeksi opinnäytetyöni menetelmäksi työpajatoiminnan, koska päättelin sen olevan toimiva menetelmä tuotteistamiseen liittyvien dokumenttien ideoinnissa ja hahmottelussa. Työpajassa useampi henkilö esittää omia näkökulmiaan, ajatuksiaan ja ideoitaan, jolloin työpajan monipuolisuus vaikuttaa työn lopputulokseen positiivisesti. Toteuttamissani työpajoissa oli osallisena lisäkseni Mustila Viini Oy:n yrittäjä Maria Tigerstedt sekä henkilöstön jäsen Heini Mäkelä. Vaikka työpajojen osallistujamäärä oli pieni, oli ideointi ja suunnittelu tehokasta ja tuottoisaa.

Osallistavat keskustelut olivat toimivia menetelmiä erityisesti prosessin alkuvaiheessa ja lopussa. Niiden aikana suoritettiin pääasiassa tietojen vaihtoa ja vähäistä tuotteistamiseen liittyvää hahmottelua, joten ne erosivat sisällöltään työpajoista. Keskustelujen kokoonpano poikkesi myös työpajojen kokoonpanosta, koska osallistavissa keskusteluissa oli osallisena lisäkseni ainoastaan Mustila Viini Oy:n yrittäjä Maria Tigerstedt.

Tuotteistamiseen liittyy erilaisten prosessien mallintaminen, joten käytin tuotteistusprosessissa menetelmänä myös mallintamista. Päädyin ratkaisuksi, että mallinnus oli toimeksiantajalleni uusi työkalu palvelujen kehittämisessä. Mallinnus voidaan laatia joko jo olemassa oleville tai täy-

sin uusille prosesseille. Mustila Viini Oy:n olemassa olevat catering-palvelut ovat hyviä ja toimiviksi havaittuja, mutta niitä ei ollut dokumentoitu, joten suoritin palveluprosessin mallinnuksen jo olemassa olevalle palvelulle.

## 5.2.2 Prosessin eteneminen

Tuotteistusprosessin alkuna voidaan pitää Viinitilaesittelyä, johon osallistuin marraskuussa 2014. Tuotteistusprosessi eteni yhtä aikaa työn tietoperustan rakentamisen kanssa, koska tietoperustaa rakentaessani suoritin myös jatkuvasti tuotteistamiseen liittyvää ajatustyötä sekä tuotoksen työstämistä. Opinnäytetyön tuotteistusprosessiin kului aikaa kaikkiaan noin 4–5 kuukautta.

Suorittamani havainnointi ajoittui tuotteistusprosessin alkuun. Havainnointi tapahtui 13.11.2015, jolloin osallistuin erään ravintola-alan opiskelijaryhmän kanssa Mustila Viini Oy:n Viinitilaesittelyyn yrityksen anniskeluravintolassa eli Viinituvalla. Osallistujia oli yhteensä 9. Esittelyyn osallistumiseni päätavoitteena oli tehdä havainnot yrityksen taustatietojen keräämiseksi. Tällaisia tietoja olivat muun muassa yrityksen historia, tuotetiedot sekä toimintatavat. Havainnoinnin tavoitteena oli myös lisätä tietoisuuttani yrityksen tarjoamista, catering-palveluihin liittyvistä mahdollisuuksista. Vaikka suurin hyöty havainnoinnista oli tietoperustan rakentamisessa, olivat Viinitilaesittelyssä tekemäni havainnot arvokkaita myös tuotteistusprosessissa.

Viinitilaesittelystä vastasi Mustila Viini Oy:n yrittäjä Maria Tigerstedt yhdessä yrityksen työntekijän kanssa. Tilaisuus kesti noin 40 minuuttia, jonka jälkeen esittelyyn osallistuneilla oli mahdollisuus suorittaa ostoksia Mustila Viini Oy:n Viinipuodissa. Tilaisuuden aikana suoritin havainnot esittelijän esittelytavasta, sanallisesta ilmaisusta sekä Viinitilaesittelyn yleisestä tunnelmasta. Jo Viinitilaesittelyn aikana havaitsin Mustila Viini Oy:n persoonallisen ja leikittelevän sanallisen ilmaisun, joka muodostui myös yhdeksi tuotteistamisprosessin lähtökohdaksi.

Suoritin havaintoja myös tilaisuuden kulkuun liittyen. Tilaisuuden aluksi Mustila Viini Oy:n yrittäjä kertoi tilan historiasta sekä suomalaisesta viini-tuotannosta, jonka jälkeen hän esitteli yrityksen tuotteita. Kirjoitin itselleni muistiinpanoja pääsääntöisesti yrityksen taustatietoihin liittyen, mutta myös tilaisuuden kulusta ja siitä, miten tuotteita esiteltiin ja tarjoiltiin. Kiinnitin huomiota siihen, millaisia asioita esittelijä korosti esitellessään tilan toimintaa ja tuotteita. Esittelyn aikana korostuivat muun muassa raaka-aineiden kotimaisuus ja puhtaus, kartanoperinteiden kunnioittaminen sekä tuotteiden laatu. Havainnoin lisäksi esittelijän ja osallistujien välistä vuorovaikutusta, koska näkemykseni mukaan Viinitilaesittelyssä vuorovaikutuksella on suuri rooli erilaisten makuelämysten jakamisessa osallistujien kesken ja ammattitaitoisen esittelijän avustuksella.

Viinitilaesittelyn alussa jokainen osallistuja oli saanut omakseen yrityksen esitteen, jossa esiteltiin kaikki yrityksen tuotteet. Esitteeseen oli painettu kolme erilaista hymynaamaa jokaisen tuotteen kohdalle viinien arviointia varten. Niiden kohdalle osallistuja saattoi merkitä muistiin pitkö hän viinistä vai ei. Näin ollen havainnointiini sisältyi myös yrityksen tuotteisiin perehtymistä.

Osallistavat keskustelut ajoittuivat tuotteistusprosessin alkupäähän ja loppuun. Ensimmäinen osallistava keskustelu suoritettiin 22.1.2015 Mustila Viini Oy:n tiloissa ja se oli kestoltaan noin 1,5 tuntia. Keskustelussa pohdin Mustila Viini Oy:n yrittäjän, Maria Tigerstedtin kanssa yrityksen catering-palvelujen tuotteistamisen lähtökohtia. Keskustelimme toimeksiantajan tarpeista ja toiveista sekä yrityksen tuotteista, toimintatavoista ja perinteistä, jotka kaikki liittyivät catering-palvelujen tuotteistamiseen. Keskustelun aikana jaoimme ammatillisia näkemyksiämme, jolloin sain tietoa tilaviini-toiminnasta ja sen haasteista, kuten alkoholilainsäädännön vaikutuksista tilaviinitoimintaan. Minä puolestani ideoin ammatillisen osaamiseni pohjalta catering-palvelutuotteiden tuotteistamista sekä dokumentointimahdollisuuksia ja jaoin tietämystäni toimeksiantajalle. Keskustelun aikana kävi myös ilmi alkoholilainsäädännön vaikutuksien moninaisuus catering-tilaisuuksien toteuttamiseen. Mustila Viini Oy:n yrittäjä, Maria Tigerstedt, toivoi minun laativan yrityksen myyntiä ja markkinointia tukevia, asiakkaille

suunnattuja dokumentteja, joista ilmeni alkoholilainsäädännön vaikutukset eri paikoissa toteutettaviin catering-tilaisuuksiin. Näin ollen hahmottelin yhdessä hänen kanssaan liitteessä 2 esitettäviä alkoholilainsäädännön vaikutuksia tilaviiniyrityksen toteuttamiin catering-tilaisuuksiin.

Viinitilaesittelyssä suorittamieni havaintojen ja niiden pohjalta tekemieni muistiinpanojen perusteella laadin Mustila Viini Oy:n Viinitilaesittelyn ja ruokailun palveluprosessin mallinnuksen, jonka esittelen liitteessä 3. Laadin palveluprosessin mallinnuksen Tonderin (2013, 100–101) mallinnusta mukaillen. Lisäsin mallinnukseen Viinitilaesittelyn lisäksi noutopöytäruokailun yrityksen Viinituvalla, jolloin mallinnus vastaisi paremmin yrityksen tarjoamia catering-palveluja ja olisi hyödynnettävissä pienin muutoksin myös muiden catering-tilaisuuksien toteuttamisessa. Valitsin kyseisen palvelukokonaisuuden siksi, että se on yksi Mustila Viini Oy:n suosituimmista palveluista. Se on myös yrityksen tunnettavuuden lisäämisen ja tuotteiden kannalta tärkeä palvelutuote.

Mallintamisen avulla syvennyin Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen palveluprosessiin ja siihen vaikuttaviin tekijöihin, jolloin yrityksen palveluprosessi selkeytyi entisestään myös minulle itselleni. Palveluprosessin mallinnus oli toimeksiantajalleni uusi työkalu, joten suoritin mallintamisen itsenäisesti havaintojeni, toimeksiantajalta saamieni tietojen sekä mallintamiseen liittyvän teoretiedon pohjalta. Käyttäessäni mallinnuksessa Tonderin (2013, 100–101) mallinnuspohjaa muokkasin sitä Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen tuotteistamiseen soveltuvaksi. Tonder (2013, 97–98) korostaa asiakkaan ja palveluntuottajan prosessien tunnistamista ja erottamista toisistaan, joten mallinnusta laadinnassa erottelin prosessit selkeästi omiksi toiminnoikseen. Mallinnuksessa kuvasin koko asiakkaan läpikäymän palveluprosessin mahdollisimman tarkasti. Huomioin kuitenkin, että palveluhenkilöstölle jäi mahdollisuus muotoutua jokaiseen palvelutilanteeseen aina tapauskohtaisesti sekä omalla henkilökohtaisella tyylillään. Kuten Puustinen ja Rouhiainen (2007) toteavat, palvelutilanteet ovat ainutlaatuisia ja parhaimpien tulosten saavuttamiseksi tarvitaan asiakaspalvelua, joka on joustavaa, aitoa ja sen hetkiseen tilanteeseen sopivaa (Puustinen & Rouhiainen 2007, 210–212).

Mallintamisen avulla pyrin myös huomioimaan palveluprosessissa mahdollisesti esiintyvät kriittiset pisteet, jolloin niihin on helpompi varautua etukäteen. Suoritin mallintamisen itsenäisesti opinnäytetyön tietoperustaa, Viinitilaesittelyssä tekemiäni havaintoja ja toimeksiantajalta saamiani tietoja hyödyntäen. Mallintamisen työstäminen sijoittuu aikajanalla pääsääntöisesti 1. osallistavan keskustelun ja 1. työpajan väliin, eli aikavälille 22.1.–12.2.2015. Esittelin laatimani palveluprosessin mallinnuksen toimeksiantajalle ensimmäisessä työpajassa 12.2.2015.

Ensimmäinen työpaja toteutettiin Mustila Viini Oy:n tiloissa 12.2.2015. Työpajaan osallistuivat lisäksi Mustila Viini Oy:n yrittäjä Maria Tigerstedt sekä työntekijä Heini Mäkelä. Työpajan kesto oli noin kaksi tuntia. Työpajassa ideoimme yhdistävää tuotenimeä tuotteistettaville catering-palveluille. Mustila Viini Oy:llä oli jo olemassa elintarviketuotenimi, MariaMamma, jonka piiriin kuuluvat kaikki yrityksen tuottamat elintarviketuotteet. Näin ollen myös catering-palvelut haluttiin koota yhdistävän tuotenimen alle, jolloin catering-palveluista muodostui oma palvelukokonaisuus. Tuotenimen kriteereinä olivat persoonallisuus ja sopivuus Mustila Viini Oy:n tyyliin sekä sanalliseen ilmaisuun. Kriteerinä oli myös nimen selkeys, jolloin asiakas ymmärtää heti, että nimi tarkoittaa ruokapalveluja sisältäviä palveluja. Pohdimme nimivaihtoehtoina muun muassa käsitteitä Juhlat, Pidot ja Kestit, joista toimeksiantaja valitsi tuotenimeksi Kestit. Tuotenimeen haluttiin kuitenkin lisää persoonallisuutta ja erottuvuutta muista toimijoista, jolloin Kestit -sanana eteen lisättiin eri vaihtoehtoja mietittyämme sana Tirehtööri, joka tarkoittaa Mustila Viini Oy:n yrittäjää Maria Tigerstedtiä. Näin ollen catering-palvelujen tuotenimestä muodostui Tirehtöörin Kestit.

Pohdimme työpajan aikana myös yrityksen varauslomakkeen uudistusta. Mustila Viini Oy:n käytössä ollut varauslomake oli perinteinen ja työläs täyttää, koska lomakkeessa ei ollut valmiita elementtejä, vaan kaikki tarvittavat tiedot tuli kirjoittaa tyhjille riveille. Hahmottelimme elementtejä, joita uudessa lomakkeessa tulisi olla. Tärkeimmät lisäykset olivat yrityksen tarjoamien perustuotteiden lisääminen lomakkeeseen niin, että lomakkeen täyttäminen selkeytyy ja nopeutuu. Yhteistyössä tehtyjen hahmotelmien

jälkeen varauslomakkeen suunnittelu ja toteutus siirtyi minun tehtäväkseni. Esittelen varauslomakkeen ensimmäisen sekä lopullisen version liitteessä 11.

Esittelin itsenäisesti laatimani palveluprosessin mallinnuksen opinnäyte-työni toimeksiantajalle ensimmäisessä työpajassa. Pohdimme työpajan aikana myös tulevien tuotekorttien graafista ilmettä ja sovimme, että teen seuraavaan työpajaan valmiiksi muutamia mallipohjia, joiden avulla pääsemme suunnittelussa alkuun.

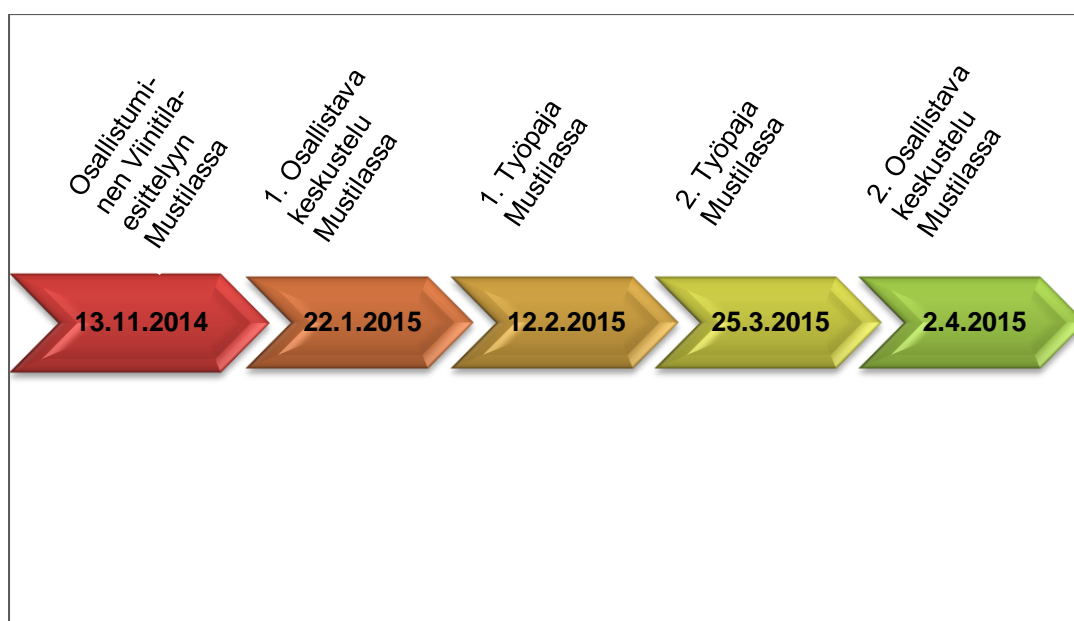
Toisessa työpajassa 25.3.2015 osallisina olivat samat henkilöt kuin ensimmäisessä työpajassa, eli lisäksi läsnä olivat Maria Tigerstedt ja Heini Mäkelä. Toisen työpajan kesto oli noin 1,5 tuntia. Tuolloin keskityimme pääsääntöisesti sekä asiakkaille että yrityksen henkilöstölle suunnattujen tuotekorttien ideointiin. Hahmottelimme niiden sisältöä ja visuaalisuutta tekemiini mallipohjien avulla, jotka on esitelty liitteessä 4. Pohdimme, millaisista elementeistä hyvä, asiakkaille suunnattu tuotekortti rakentuu ja millä se näyttää. Teimme myös tarvittavia muutoksia laatimiini mallipohjiin sekä käytännöllisyyden että visuaalisuuden näkökulmasta. Näitä luonnosteluja esittelen liitteessä 5. Lisäksi tarkoituksena oli käsitellä asiakkaille suunnattujen tuotekorttien tuotekuvauksien sanallisia ilmaisuja. Säilyttääksemme Mustila Viini Oy:lle tyypillisen ja persoonallisen ilmaisun, päätimme kuitenkin yksimielisesti, että tuotekuvaustekstien laadinta on toimeksiantajan tehtävä yhdessä työntekijän kanssa. Ulkopuolisen laatimina tekstit poikkesivat liikaa yrityksen persoonallisesta tyylistä ja erottuivat muiden tekstien joukosta, joten yritystoiminnan ja markkinointinäkökulman kannalta päätös oli oikea.

Toinen osallistava keskustelu pidettiin 2.4.2015 Mustila Viini Oy:n toimitiloissa ja osallistujana oli lisäksi Mustila Viini Oy:n yrittäjä Maria Tigerstedt. Keskustelu sijoittui koko tuotteistusprosessin loppupuolelle ja se kesti noin yhden tunnin ajan. Keskustelun aikana käsitelimme toimeksiantajan ja yrityksen työntekijän tekemiä korjauksia aiemmin sähköpostitse lähettämiini lähes valmiisiin dokumentteihin. Samalla toimeksiantaja esitteli

minulle asiakkaille suunnattuihin tuotekortteihin lisättäviä tuotekuvauksia, joiden lisääminen muuten valmiisiin tuotekortteihin oli minun tehtäväni.

Työpajojen ja osallistavien keskustelujen välillä työskentelin itsenäisesti catering-palvelujen tuotteistamisen parissa. Laadin tuotteistamiseen liittyviä dokumentteja sekä erilaisia ehdotelmia ja lähetin uusia tai muutettuja versioita sähköpostitse toimeksiantajalle kommentoitaviksi. Yhteydenpito sähköisesti oli jatkuvaa ja hedelmällistä.

Olen kuvannut tuotteistusprosessin kulkua aikajanan muodossa kuviossa 6. Aiemmin mainituista tapahtumista merkittävimpiä olivat toimeksiantajan kanssa yhteistyössä toteutetut työpajat sekä osallistavat keskustelut. Näistä tärkeimmässä roolissa olivat helmi- ja maaliskuussa toteutetut työpajat, joiden aikana työstimme opinnäytetyön tuotosta ja kävimme läpi laatimiani dokumenttiehdotelmia. Osallistavat keskustelut puolestaan ajoittuivat tuotteistusprosessin alkuun ja loppuun. Niiden sisältöä ja merkitystä koko tuotteistusprosessiin voisi kuvailla prosessin johdantona ja päätäntönä, koska niiden aikana käsiteltiin prosessin aloitusta ja tuotoksen sisällön ideointia sekä tuotokseen tehtäviä viimeisiä muutoksia.



KUVIO 6. Tuotteistusprosessin aikajana

### 5.2.3 Tuotteistamisen lähtökohdat sekä visuaaliset ja verbaliset valinnat

Tuotteistamisen lähtökohtina olivat Mustila Viini Oy:n perinteiden arvostus sekä asiakaslähtöisyys. Tuotteistamisessa kiinnitin huomiota Mustila Viini Oy:lle laatimieni materiaalien visuaalisuuteen oman osaamiseni mukaisesti. Mustilan maaseutumatkailukokonaisuudelle on aiemmin laadittu graafiset suositukset (Mäntynen 2012), joita noudatin dokumenttien laadinnassa mahdollisuuksien mukaan. Kaikilta osin suositusten noudattamien ei ollut mahdollista, koska osa graafisten suositusten elementeistä, kuten tietyt kirjasimet eivät olleet käytettävissäni. Ideat värimaailmaan ja dokumenttien tyyliin ovat peräisin graafisesta suosituksesta sekä toimeksiantajan internetsivuilta. Kaikki dokumenteissa käytetyt valokuvat ovat Mustila Viini Oy:n omaisuutta tai yrityksellä on täydet käyttöoikeudet työssä käytettyihin kuviin.

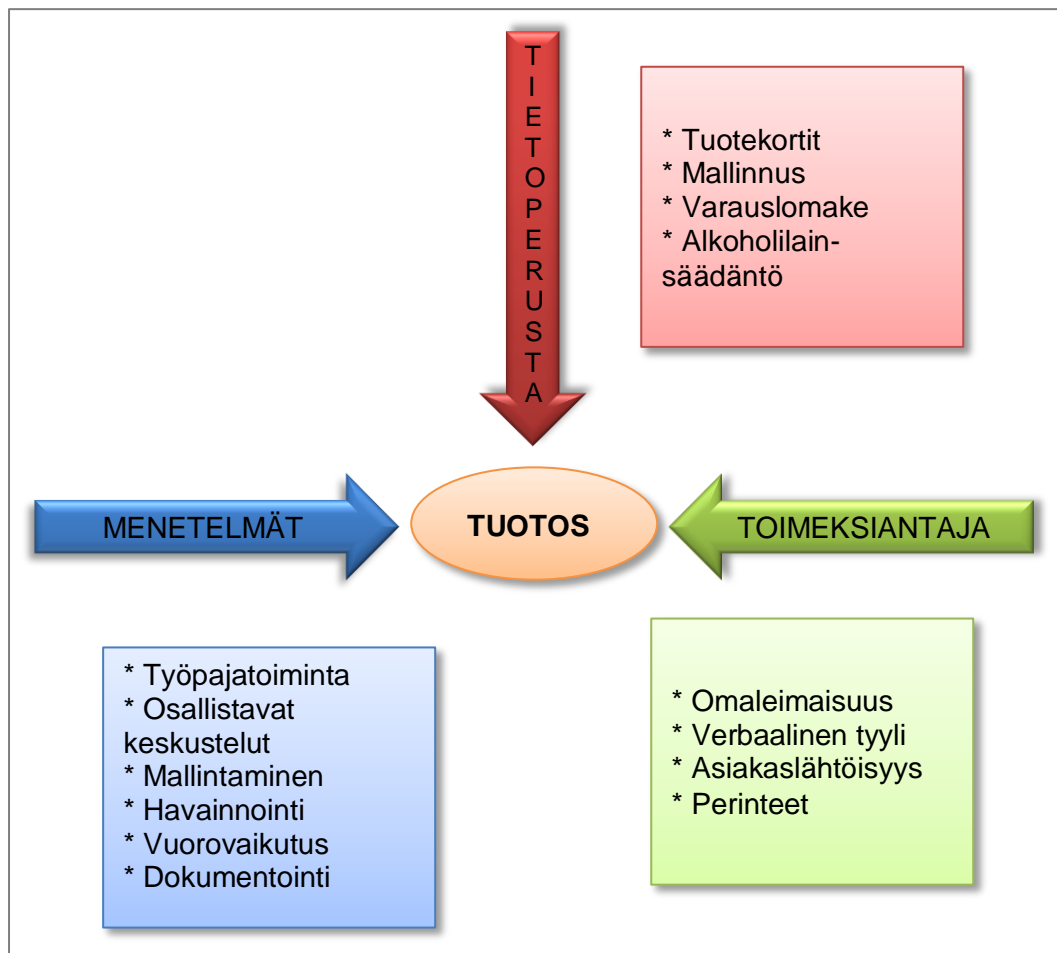
Mustila Viini Oy:lle on tärkeää asioiden sanallisen ilmaisun muoto. Yrityksen sanallinen ilmaisu on persoonallista ja leikittelevää, ja ilmaisun hiominen on suoritettu huolella. Markkinoinnissa ja mainonnassa käytetyt kielikuvat ja tarinallisuus luovat tietynlaisia mielikuvia yrityksen toiminnasta ja toimintatavoista, jolloin ne ovat osa yrityksen imagoa. Perinteet ja historia sekä niiden merkitys yrityksen toiminnassa ovat aistittavissa erilaisista kirjallisista materiaaleista. Yritin aluksi itse muotoilla sopivia tekstejä asiakkaille kohdennettuihin dokumentteihin, mutta havaitsin olevani kykenemättömän niiden tuottamiseen. Kuvailevien ilmaisujen laadinta on minulle mieluisinta toimintaa, mutta ilmaisutyöni poikkesi Mustila Viini Oy:n käyttämästä tyylistä, jolloin dokumentit olisivat erottuneet muiden Mustila Viini Oy:n materiaalien joukosta. Joitakin tekstejä ja sanavalintoja pohdimme myös yhdessä.

Mustila Viini Oy:n omaperäinen ja leikittelevä sanallinen ilmaisu tulee esille tämän opinnäytetyön tuotoksessa ja siksi koen tarpeelliseksi avata muutamien käsitteiden sisältöä. Tuotekorteissa käytetään nimityksiä Tirehtööri, Vinööri sekä Tilpehööri. Näillä käsitteillä viitataan yrityksen henkilöstöön. Tirehtööri tarkoittaa Mustila Viini Oy:n yrittäjää Maria Tigerstedtiä. Vinööri

puolestaan on viinintuottajan ammattitutkinnon suorittanut henkilö ja Tilpehöörejä ovat loput työntekijät, kuten esimerkiksi kausityöntekijät. Lisäksi dokumenteissa esiintyvät käsitteet Meillä, Teillä ja Muussa ravintolassa, jotka ovat alkuperältään ideointini tulosta. Lisäsin käsitteet laatimiini dokumentteihin helpottamaan useiden erilaisten dokumenttien erottamista toisistaan. Toisessa työpajassa dokumenttien mallipohjia esitellessäni mainitsin, että kirjoittamieni käsitteiden tilalle tulee keksiä sopivat käsitteet. Sekä Mustila Viini Oy:n yrittäjä että yrityksen työntekijä pitivät kuitenkin käsitteitä persoonallisina ja erottuvina, joten ne otettiin virallisesti käyttöön.

Edellä mainitut käsitteet viittaavat catering-tilaisuuden järjestämispaikkoihin, joten Meillä tarkoittaa catering-tilaisuuden toteuttamista Mustila Viini Oy:n anniskeluravintolassa. Käsitteen sisältöä on esitelty tarkemmin liitteessä 11. Käsite Teillä puolestaan tarkoittaa tilaisuuden toteuttamista josakin toisessa paikassa, jossa ei ole anniskeluoikeuksia. Lisäksi käytetään käsitettä Muussa ravintolassa, joka tarkoittaa tilaisuuden järjestämistä toisessa anniskeluravintolassa. Alun perin Muussa ravintolassa -käsitteen tilalla olin käyttänyt käsitettä Muualla, mutta sitä muokattiin 2. työpajan aikana asiakkaiden kannalta selkeämmäksi, jolloin siitä muodostui Muussa ravintolassa.

Kuviossa 7 esittelen tärkeimmät tekijät, jotka vaikuttivat tuotteistusprosessissa. Tietoperustan tärkeimpiä tekijöitä olivat tuotoksen dokumentit, eli tuotekortit mallinnus sekä varauslomake. Alkoholilainsäädäntö oli myös tärkeä osa tuotoksen rakentamisessa, koska sen määräykset vaikuttavat catering-tilaisuuksien toteutuksiin ja ovat siten esillä myös tuotekorttien sisällössä. Työssä käytettyjen menetelmien lisäksi halusin korostaa vuorovaikutuksen merkitystä, koska yhteistyö toimeksiantajan kanssa oli hedelmällistä ja vaikutti suuresti työni tuotokseen. Toimeksiantajan vaikutuksista työn tuotokseen nostin erityisesti omaleimaisuuden haluna erottua muista toimijoista, verbaalisen tyylin ilmaisussa, asiakaslähtöisyyden sekä perinteiden kunnioittamisen. Nämä lähtökohdat vaikuttivat vahvasti tuotteistusprosessissa.



KUVIO 7. Tuotoksen rakentuminen

## 6 TUOTOKSET MUSTILA VIINI OY:LLE

Mustila Viini Oy on tuottanut catering-palveluja jo pidemmän aikaa. Heillä on runsaasti kokemusta catering-palvelujen toteuttamisesta niin omissa toimitiloissaan kuin erilaisissa paikoissa toimitilojensa ulkopuolella. Catering-palvelujen tuotteistamisessa on otettu huomioon yrityksen toimintaympäristön toiminnalle asettamat rajat. Toimeksiantajan toiveena oli kuitenkin lisätä catering-palvelujen näkyvyyttä, jolla odotetaan olevan positiivisia vaikutuksia yrityksen liiketoimintaan. Toimeksiantajalla oli tarve tietynlaisille, liiketoimintaa tukeville dokumenteille, joiden laadinta kuului opinnäytetyöni tuotokseen.

Tässä luvussa käsittelen Mustila Viini Oy:n catering-palvelutoiminnan nykytilaa ja liiketoiminnan asiakaslähtöisyyttä sekä asiakkaan kokeman arvon muodostumista. Selvitän lisäksi alkoholilainsäädännön vaikutuksia eri paikoissa järjestettävissä, Mustila Viini Oy:n toteuttamissa catering-tilaisuuksissa. Alkoholilainsäädäntö on Mustila Viini Oy:n toiminnan kannalta tärkeä osa catering-palvelujen tuotteistamista, koska alkoholilainsäädännön asettamat määräykset vaikuttavat eri tavoin eri paikoissa toteutettavien catering-tilaisuuksien toimijoiden vastuisiin ja velvollisuuksiin. Asiakkaat eivät useinkaan ole tietoisia, että tarjoiltavien alkoholijuomien hankinta ja kuljettaminen tilaisuuden järjestämispaikalle on aina asiakkaan vastuulla, mikäli catering-tilaisuus toteutetaan sellaisessa paikassa, jossa ei ole anniskelulupaa, koska alkoholilaki kieltää alkoholijuomien välittämisen rahallista korvausta vastaan (Finlex 1994a, 31 §). Tämän vuoksi opinnäytetyön toimeksiantaja asetti alkoholilainsäädännön määräysten näkyvyyden yhdeksi lähtökohdaksi Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen tuotteistamisen tuloksena syntyvien dokumenttien laadinnalle. Dokumenttien avulla eri paikoissa toteutettavia catering-tilaisuuksia koskevat alkoholilainsäädännön asettamat määräykset ovat selkeämmin esitettävissä asiakkaille. Internetiin ladattavien, asiakkaille kohdistettujen dokumenttien avulla asiakkaalle tarjotaan myös mahdollisuus perehtyä jo ennalta alkoholilainsäädännön vaikutuksiin eri paikoissa toteutettaviin tilaisuuksiin.

Tässä luvussa esittelen myös opinnäytetyöni tuotoksen, eli Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen tuotteistamisen myötä syntyneitä dokumentteja, joita ovat palveluprosessin mallinnus sekä asiakkaille ja yrityksen henkilöstölle kohdennetut catering-palvelujen tuotekortit sekä uusi varauslomake. Luvun viimeisessä osassa käsittelen tuotoksen ja tietoperustan välisiä yhteyksiä.

## 6.1 Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen nykytila

Mustila Viini Oy tuottaa catering-palveluja tilauksesta ryhmäasiakkaille sekä omissa toimitiloissaan että tilojen ulkopuolella. Mustila Viini Oy toteuttaa catering-tilaisuuksia tilojensa ja resurssiensa mahdollistamien rajojen mukaisesti. Tämä tarkoittaa sitä, että yrityksen anniskeluluvan mukaisten asiakaspaikkojen määrä rajoittaa tilaisuuksien kokoa silloin, kun catering-tilaisuuksia toteutetaan yrityksen anniskeluravintolassa eli Viinituvassa sekä ravintolan kesäterassilla. Myös yrityksen toimitilojen ulkopuolella toteutetuissa tilaisuuksissa on omat rajansa riippuen tilaisuuden tarjoilusta, koska ruokien valmistus- ja säilytystilat ovat rajallisia. Yksi Mustila Viini Oy:n catering-tilaisuuksista on mahdollista toteuttaa yrityksen toimitilojen ulkopuolella suuremmallekin asiakasmäärälle, jolloin huomioidaan tilan sallima maksimiasiakasmäärä. Toisen Mustila Viini Oy:n catering-tilaisuuden toteuttamisessa suurin mahdollinen osallistujamäärä on tilasta riippumatta noin 20 henkilöä tilaisuuden opetusmaisesta luonteesta sekä tarjoilun takia.

Mustila Viini Oy:n catering-tilaisuudet on kohdennettu ryhmäasiakkaille, joita ovat muun muassa yritykset, järjestöt, harrasteryhmät sekä yksityishenkilöt järjestäessään erilaisia perhejuhlia. Yrityksen catering-palvelujen toimintamuotoina ovat Shiringin (2014, 5, 16) ja Halvorsenin (2004, 1, 10) esittämät *on-premise catering*, eli catering-yrityksen hallinnoimissa toimitiloissa toteutettavat catering-palvelut sekä *off-premise catering*, eli yrityksen ulkopuolisissa tiloissa tapahtuvat catering-palvelut. Tilaisuuksia voidaan toteuttaa monenlaisissa paikoissa catering-yrityksen toimitilojen ulkopuolella, kuten yritysten ja yhteisöjen omissa toimitiloissa, seurantaloilla,

juhlasaleissa, ravintoloissa ja ulkoalueilla. Lisäksi Mustila Viini Oy on harjoittanut catering-toimintaa erilaisilla messuilla ja tapahtumissa, kuten esimerkiksi Matkamessuilla Helsingissä, Lähiruokamessuilla Elimäellä sekä Herkkujen Suomi -tapahtumassa Helsingissä.

Mustila Viini Oy:llä on muutamia tietyn teeman mukaisia catering-palveluja, mutta niitä ei ole tuotteistettu eikä dokumentoitu. Yrityksen omistaja sekä vakituiset työntekijät tunnistavat tilaisuuksien sisällöt, aikataulut sekä toimintatavat, mutta varsinaisia tuotekortteja tai muita ohjeistuksia ei ole laadittu. Catering-palveluista ei myöskään ole olemassa asiakkaille suunnattuja markkinointimateriaaleja. Yrityksen internetsivuilla on maininta mahdollisuudesta erilaisten catering-palvelujen toteuttamiseen sekä muuttaman sanan mittainen kuvaus yhdestä teemallisesta catering-palvelutuotteesta. Tällä hetkellä catering-palvelutoiminta on sesonkiluonteista painottuen tilaviiniyrityksen sesonkiaikaan, eli kesään sekä pikkujoulu-aikaan. Teemallisia catering-tilaisuuksia toteutetaan, mutta resurssit riittäisivät useampien tilaisuuksien toteuttamiseen, erityisesti huippusesongin ulkopuolella.

Mustila Viini Oy korostaa toiminnassaan hyvää asiakaspalvelua. Catering-palvelut suunnitellaan ja toteutetaan asiakaslähtöisesti asiakkaan tarpeiden ja toiveiden mukaisesti. Ruokailuehdotuksiin on valittu hyväksi havaittuja ja suosittuja tuotteita, joista osa on Mustila Viini Oy:n erikoisuuksia ja joiden valmistuksessa käytetään pääsääntöisesti läheisiltä tiloilta hankittavia raaka-aineita. Asiakkaat valitsevat usein ruokatarjoilun ehdotelmien mukaan, mutta tarjoilu voidaan suunnitella myös asiakkaan toiveisiin perustuen.

## 6.2 Alkoholilainsäädännön huomioiminen Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen tuotteistamisessa

Erilaiset lait ja määräykset säätelevät anniskelutoimintaa catering-tilaisuuksien toteutuspaikasta riippuen. Tämä tulee huomioida catering-palveluja dokumentoidessa, erityisesti tuotekorttien kohdalla. Tuotekortilla voidaan viestittää sekä asiakkaalle että yrityksen henkilöstölle alkoholilain-

säädännön määräämistä toimintatavoista. Kuviossa 8 olen havainnollistanut, miten alkoholilainsäädäntö vaikuttaa tilaisuuden toimintatapoihin eri paikoissa toteutettavissa catering-tilaisuuksissa. Kun tilaisuus järjestetään Mustila Viini Oy:n omassa anniskeluravintolassa, eli Viinituvalla, noudatetaan normaaleja anniskelumääräyksiä (ks. luku 4). Jos tilaisuus järjestetään jossakin muualla, tulee asiakkaan joko hankkia itse tarjottavat anniskelujuomat etukäteen Mustila Viini Oy:ltä tai mikäli tilaisuuden järjestämissä paikkana toimii muu anniskeluluvan omaava ravintola, hankkii ravintola tilaisuudessa tarjoiltavat alkoholijuomat etukäteen tukkuostajana Mustila Viini Oy:ltä. Kuviossa 8 on käytetty Mustila Viini Oy:n catering-palveluille tuoteistettuja käsitteitä Meillä, Teillä ja Muussa ravintolassa, jotka esiintyvät myös catering-tilaisuuksien tuotekorteissa.



KUVIO 8. Catering-tilaisuuden toteuttaminen eri kohteissa alkoholilainsäädännön määräyksiä noudattaen

Mustila Viini Oy:n toteuttamissa catering-tilaisuuksissa ei yleensä ole alaikärajaa, ellei asiakas niin toivo, joten kaiken ikäiset henkilöt ovat tervetulleita tilaisuuksiin. Anniskelusta vastaavat henkilöt tarkastavat tarpeen iän nuorelta henkilöltä, jolloin alaikäiselle anniskelua ei pääse tapahtumaan. Pääsääntöisesti Mustila Viini Oy:n asiakaskunta koostuu eri-ikäisistä aikuisista sekä perheistä, joten ongelmia ei ole esiintynyt.

### 6.3 Catering-palvelujen tuotteistamisen tulokset

Tuotteistamisen avulla dokumentoin Mustila Viini Oy:n catering-palveluja. Laadin ehdotelmia Mustila Viini Oy:n teemallisista catering-palveluista, joita muodostui catering-palvelutuotekokonaisuus, Tirehtöörin Kestit. Lisäksi tuotteistamiseen kuului sekä asiakkaille että yrityksen henkilöstölle suunnattujen catering-palvelujen tuotekorttien laadinta.

#### 6.3.1 Catering-toiminnan palveluprosessin mallinnus

Opinnäytetyöni tuotokseen kuului palveluprosessin mallinnus, jonka laadin Mustila Viini Oy:n Viinitilaesittelystä ja ruokailusta (ks. liite 3). Laatimani mallinnus pohjautuu Tonderin (2013, 100–101) blueprint-mallinnukseen. Mallinnuksessa huomioin asiakkaan toiminnot ja palvelupolun sekä palveluhenkilöstön toiminnot. Kuvasin Mustila Viini Oy:n asiakkaan palvelupolun aina yhteydenotosta palvelujen varauksen, tilalle saapumisen, Viinitilaesittelyyn osallistumisen, mahdollisten ostosten teon ja ruokailun kautta poistumiseen yrityksestä.

Vastuuhenkilöiden määrittelyä en suoranaisesti laatinut, koska vastuuhenkilöiden määrä riippuu muun muassa tilaisuuden luonteesta, koosta ja järjestämispaikasta. Mustila Viini Oy:n Tirehtööri, Maria Tigerstedt, hoitaa pienempien, Viinituvalla toteutettavien tilaisuuksien järjestelyt itsenäisesti tai yhden avustavan työntekijän kanssa, mutta suurempien tilaisuuksien toteuttamisessa voidaan tarvita useampia vastuuhenkilöitä. Kirjasin tilaisuuden järjestelyt ja tapahtumankulun pääpiirteittäin palveluprosessin mallinnukseen, joten yrityksen henkilöstön on helppo toimia palveluprosessissa vastuuhenkilönä. Laatimani mallinnus on kuitenkin joustava ja jättää

tilaa palveluhenkilöstön omalle ja tilanteeseen sopivalle toiminnalle sekä vuorovaikutukselle. Mustila Viini Oy:ssä korostetaan laadukkaan asiakaspalvelun merkitystä, jolloin asiakaspalveluhenkilöstölle on nähdäkseen myös annettava mahdollisuus ammattitaitonsa hyödyntämiseen.

Laatimani palveluprosessin mallinnus on muokattavissa pienien muutosten avulla sopivaksi muihin yrityksen tarjoamiin catering-palveluihin, koska useat yrityksen palvelut noudattavat pääpiirteittäin laatimani mallinnuksen kaavaa. Ruokailut ja Kestit Viinituvalla hoidetaan esittämäni tyypillisen kaavan mukaisesti. Suurimmat poikkeamat mallinnuksessa liittyvät esimerkiksi aikatauluun, joka on tilaisuudesta ja asiakkaan tarpeista riippuvainen.

### 6.3.2 Tirehtöörin Kestit eli teemalliset catering-tilaisuudet

Mustila Viini Oy toteuttaa tiettyjen teemojen ympärille rakennettuja catering-tilaisuuksia, jotka saivat palvelujen tuotteistamisen aikana yhdistävän nimityksen Tirehtöörin Kestit. Mustila Viini Oy:llä on jo olemassa elintarviketuotemerkki, MariaMamma, jonka piiriin kuuluvat kaikki yritykset tuottamat elintarviketuotteet, joten myös catering-palvelujen kokoaminen yhden tuotenimen alle todettiin toimeksiantajan toimesta hyväksi vaihtoehdoksi. Nimityksen tuli olla vanhoihin perinteisiin viittaava, mutta kuitenkin selkeästi yhdistettävissä catering-palveluihin. Vaihtoehtoina olivat muun muassa Juhlat ja Pidot sekä Kestit, jonka toimeksiantaja valitsi tuotenimitykseksi. Tuotenimitystä personoitiin Mustila Viini Oy:hyn sopivammaksi lisäämällä etuliitteeksi sana Tirehtööri, jolla tarkoitetaan Mustila Viini Oy:n perustajaa ja omistajaa Maria Tigerstedtiä, jolloin yrityksen catering-palvelujen tuotenimeksi muodostui Tirehtöörin Kestit. Tämän opinnäytetyön tuotteistusprosessin aikana syntyneen Tirehtöörin Kestien sisältö voidaan tiivistää seuraavaksi esiteltävään kuvioon 9.



KUVIO 9. Tirehtöörin Kestit -catering-palvelutuotekokonaisuuden sisältö

Kestit on tarkoitettu ryhmäasiakkaille ja ne tulee varata tilaisuudesta ja sen toteutusajankohdasta riippuen 1–14 vuorokautta ennen tilaisuuden toteuttamista. Kestit on suunniteltu toteutettaviksi Mustila Viini Oy:n Viinituvalla lukuun ottamatta Piknik-Kestejä, jotka toteutetaan Arboretum Mustilassa. Osa Kesteistä on mahdollista toteuttaa myös muualla asiakkaan toiveen mukaan. Jos tilaisuus toteutetaan jossakin muualla kuin Mustila Viini Oy:n Viinituvalla, on tilaisuuden käytännön järjestelyissä otettava huomioon alkoholilainsäädännön määräykset ja vaikutukset (ks. kuvio 8).

Mustila Viini Oy:n Viinitilaesittely (ks. liite 6) toteutetaan yrityksen Viinituvalla. Sen tarkoituksena on perehdyttää asiakas suomalaisen viininviljelyn historiaan ja nykypäivän haasteisiin sekä esitellä Mustila Viini Oy:n toimintaa, tuotteita ja perinteitä. Tilaisuuden pääosassa ovat Mustila Viini Oy:n valmistamat tuotteet. Viinitilaesittelyssä asiakas voi maistella valintansa mukaan joko yhtä tai kolmea Mustila Viini Oy:n tuottamaa tilaviiniä. Viinitilaesittely on yhdistettävissä muihin palveluihin, kuten esimerkiksi ruokailuun.

JuustoKestit (ks. liite 7) on toteutettavissa joko Mustila Viini Oy:n Viinituvalla tai muualla. Tilaisuudessa asiakkaalle tarjotaan erilaisia kymenlaaksolaisia makuelämyksiä sekä tietoa paikallisten tuottajien tuotevalikoimasta. Tilaisuudessa tarjoiltavat juustot ovat kymenlaaksoalaisten pienjuustoloiden tuotteita. Juustojen lisäksi tarjoillaan Mustila Viini Oy:n MariaMamma -tuotenimellä valmistettuja elintarvikkeita, kuten hilloja ja hyytelöitä sekä marinoituja valkosipulinkynsiä sekä tuoretta, usein itseleivottua leipää tai sämpylöitä. Asiakkaat voivat halutessaan nauttia juustojen kera Mustila Viini Oy:n tilaviinejä tai alkoholittomia virvokkeita. Juomat eivät kuitenkaan sisälly JuustoKestien hintaan, vaan ne maksetaan erikseen. Tilaisuus on toteutettavissa suuremmallekin ryhmälle.

Piknik-Kestit (ks. liite 8) toteutetaan Arboretum Mustilassa, Suomen vanhimmassa puulajipuistossa, jonka piknik-paikka sijaitsee noin 500 metrin päässä Mustila Viini Oy:n Viinituvalla. Metsään katettu lounas koostuu ruokailuehdotelman mukaan spelttijuustopiiraasta ja salaatista, MariaMamman hyytelöistä, hilloista ja marinoiduista valkosipulinkynsistä sekä marjapiirakasta, kahvista, teestä ja mehusta. Arboretum Mustilassa ei ole luvallista anniskella alkoholia, eikä siten myöskään Mustila Viini Oy:n alkoholijuomia. Asiakas voi kuitenkin halutessaan ostaa viiniä mukaansa Viinipuodista. Piknik-Kestit voidaan liittää Arboretum-kiertokävelyyn.

Matka makujen maailmaan (ks. liite 9) on opetustilanne erilaisista maku yhdistelmistä. Asiakkaalle tarjoillaan herkkulautanen, joka sisältää pieniä suupaloja perusruoka-aineista ja joita maistellaan ohjatusti kolmen erilaisen viinin kanssa. Tilaisuuden tarkoituksena on opastaa asiakkaat huomaamaan, miten erilaiset maut vaikuttavat toisiinsa. Viinitilan Tirehtööri ohjaa maistelua ja kertoo samalla makuyhdistelmistä. Tilaisuus voidaan toteuttaa joko Viinituvalla tai muualla.

Tirehtöörin Kesteissä tarjottavat ruokatuotteet valmistetaan pääsääntöisesti itse lähialueiden tuottajien tuottamista raaka-aineista. Yhteistyötä tehdään muun muassa Laurilan Strutsitilan, Muhniemen Lahtivajan Tila-teurastamon sekä Mooseksen Viljan kanssa. Lisäksi yhteistyöverkostoon

kuuluvat Elimäellä sijaitseva Paavolan Kotijuustola, Artjärvellä sijaitseva Mäkelän Tilajuustola sekä Saverolla sijaitsevan Polven Juustola.

### 6.3.3 Tuotekortit

Mustila Viini Oy:llä ei ollut käytössään tuotekortteja, mutta varsinkin asiakkaille suunnattujen tuotekorttien tarpeellisuus oli havaittu. Tehtävänäni oli laatia kaikista edellä esitetyistä Tیرهتöörin Kesteistä erilliset tuotekortit sekä asiakkaille että yrityksen henkilöstölle työpajassa tekemiemme hahmotelmien mukaan. Tuotekorttien suunnittelussa ja laadinnassa yhdistin oppinäytetyön tietoperustaa sekä toimeksiantajan tarpeita ja toiveita.

Asiakkaille suunnatuissa tuotekorteissa kiinnitimme huomiota kortin informatiivisuuteen, visuaalisuuteen sekä sanalliseen ilmaisuun, koska tuotekortteja käytetään myynnin ja markkinoinnin apuvälineinä muun muassa yrityksen internetsivuilla. Suunnittelin tuotekortin mallipohjaan informatiivisen ruudun, joka sisältää tilaisuuteen liittyviä asioita, kuten tuotteen sisällön, hintatiedot sekä asiakasryhmän koon. Lisäksi ruudussa informoidaan muun muassa erikoisruokavalioiden ja alkoholittoman vaihtoehdon saatavuudesta sekä mahdollisista lisäpalveluista. Tuotekortin keskeisimmälle paikalle sijoitin sanallisen tuotekuvauksen, jonka yrityksen omistaja oli muotoillut yhdessä työntekijänsä kanssa. Vasempaan yläreunaan varasin tilan valokuvalle.

Henkilöstölle suunnatut tuotekortit pohjautuvat Hiltusen ja Sinivuoren (2010) tuotekorttimalliin, jonka muokkasin Mustila Viini Oy:n käyttöön sopivaksi. Tuotekortit ovat pelkistettyjä lomakkeita, joista ilmenee tilaisuuden toteuttamiseen tarvittavat tiedot. Korteissa esitettyjä tietoja ovat muun muassa tilaisuuden kuvaus ja sisältö, ryhmä koko, hinta asiakasta kohden, tilaisuuden vaihtoehtoiset toteuttamispaikat, mahdolliset lisäpalvelut sekä varausaikataulu. Tuotekorttien rakenne on selkeä ja helposti muutettavissa tarpeen mukaan. Korttien tavoitteena on helpottaa catering-tilaisuuksien myyntityötä, koska palveluhenkilöstö voi tarkistaa korteista Kesteihin kuuluvia asioita samalla kun hän on vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa.

Näin ollen kuka tahansa yrityksen henkilöstöstä voi toimia catering-tilaisuuksien myyntityössä sekä opastaa asiakasta tarpeen mukaan.

#### 6.3.4 Kestivaraus-lomake

Mustila Viini Oy:llä oli käytössään perinteinen catering-palvelujen varauslomake, johon opinnäytetyön toimeksiantaja toivoi muutoksia. Käytössä olleessa lomakkeessa oli kohdat varausta vastaanottaessa tarvittavia tietoja, kuten yhteystietoja ja tilattuja tarjoiluja varten, mutta kaikki tiedot tuli kirjoittaa tyhjille riveille. Valmiiden elementtien puuttuessa varauslomakkeen täyttö oli työlästä ja hidasta. Ideoimme yhdessä toimeksiantajan kanssa uuden lomakkeen sisältöä sellaiseksi, että suosituimmat tuotteet ja palvelut ovat valmiiksi kirjattuina lomakkeeseen. Varausta vastaanottavan henkilön tarvitsee vain merkitä tilatut palvelut ja lisätä asiakkaan yhteystietojen ja henkilömäärän lisäksi tilaisuuden ajankohta sekä kellonaika. Hahmotelman perusteella suunnittelin ja toteutin varauslomakkeen ensimmäisen version ja nimesin lomakkeen Kestivaraukseksi, joka on esitetty liitteessä 11. Suunnittelin Kestivaraus-lomakkeeseen myös yleisimmät erikoisruokavaliot omaksi kohdakseen. Jatkossa asiakkaan noudattaman laktoosittoman, gluteenittoman tai kasvisruokavalion kirjaamiseksi riittää rasti ruutuun -merkintä ja tarvittavien erikoisruokavalioiden lukumäärä. Lomakkeessa on myös kirjoitustilaa muiden erikoisruokavalioiden merkitsemistä varten. Myös tämän ideoinnin tarkoituksena oli helpottaa yrityksen henkilökunnan työtä sekä selkeyttää toimintatapoja.

Kestivaraus -lomakkeen ensimmäiseen versioon tehtiin toimeksiantajan toiveesta muutamia pieniä muutoksia. Tarjottavien palvelujen kohdalla oli merkitsemistä varten vinoneliö, jonka vaihdoin perinteiseksi tyhjäksi ruuduksi. Varausta vastaanottava henkilö suorittaa tilausmerkinnät rasti ruutuun -menetelmällä, joka on selkeä ja kaikille tuttu merkintätapa. Kestivaraus-lomakkeessa olleen valokuvan tilalle vaihdoin yrityksen logon ja lisäsin sen alapuolelle yrityksen yhteystiedot. Lisäksi poistin lomakkeessa olleen harmaan pohjavärin, koska se oli yritykselle suunnatussa työkalussa turhaa. Huomioin uuden Kestivaraus -lomakkeen työstämisessä Mustilan

graafista ohjeistusta (Mäntynen 2012) mahdollisuuksien mukaan, mutta kuitenkin ensisijaisesti toimeksiantajan tarpeet ja toiveet huomioiden.

#### 6.4 Tuotoksen kytkeytyminen tietoperustaan

Mustila Viini Oy:n catering-palveluja ei ollut aiemmin tuotteistettu. Tuotteistamalla catering-palveluista muodostui konkreettisempia huolellisen dokumentoinnin ansiosta. Parantaisen (2009, 9–10) mukaan konkreettinen tuote on pelkkää palvelulupausta myyvämpi. Näin ollen tuotteistamisen ansiosta syntyneiden tuotekorttien ja mallinnuksen käyttöönoton odotetaan vaikuttavan positiivisesti myös Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen kysyntään.

Tonder (2013, 16) on esittänyt useita kriteereitä onnistuneesti tuotteistetulle palvelulle (ks. kuvio 3). Hänen mukaansa tuotteen tulee olla muun muassa muista palveluista erottuva ja monistettavissa. Tuotteella tulee olla selkeä kohderyhmä ja sen tulee tuottaa katetta palvelun tuottajalle. (Tonder 2013, 16.) Tonderin (2013) ajatuksiin viitaten Mustila Viini Oy:n catering-palvelut on kohdennettu ryhmäasiakkaille ja palvelut erottuvat yrityksen omaleimaisuuden, kuten vahvojen perinteiden ja leikittelevän ilmaisun ansiosta. Tirehtöörin Kestit erottuvat edukseen jo nimityksensä perusteella muiden toimijoiden tarjoamista palveluista.

Tonderin (2013) esittämä monistettavuus ilmenee muun muassa henkilöstölle suunnattujen tuotekorttien sekä palveluprosessin mallinnuksen kautta. Niiden ansiosta Mustila Viini Oy:n Tirehtöörin Kestit eivät enää ole sidoksissa yrittäjään, vaan palvelujen monistettavuuden ja toistettavuuden ansiosta kuka tahansa yrityksen henkilöstöstä voi toimia tilaisuuden vastuhenkilönä. Myös Kostopoulos, Gounaris ja Boulos (2012, 581) pitävät palvelun monistettavuutta ja toistettavuutta yhtenä mallinnuksen suurimmista hyödyistä. Palvelun monistettavuus ja toistettavuus ilmenee myös Viinitilaesittelyn palveluprosessin mallintamisessa. Laaditun palveluprosessin mallinnus on monistettavissa pienin muutoksin myös muihin yrityksen tarjoamiin catering-tilaisuuksiin sopivaksi, jolloin koko mallinnusta ei tarvitse kehittää alusta asti uudelleen.

Mustila Viini Oy:n Tیرهتöörin Kesteissä on useita yhtäläisyyksiä Shiringin (2014) määrittelemien kaupallisten catering-palvelujen erityispiirteiden kanssa. Tیرهتöörin Kestit perustuvat tilaukseen, joka on tehtävä Kestityypistä riippuen 1–14 vuorokautta ennen tilaisuuden toteuttamista. Tilaisuudet ovat jossakin määrin vaihtelevia ja niitä toteutetaan erilaisissa paikoissa asiakkaan toiveen mukaisesti. Shiringin (2014, 220–222) tavoin myös Mustila Viini Oy panostaa verkostoitumiseen, koska Tیرهتöörin Kestien toteutuksessa toimitaan yhteistyössä muiden alueen toimijoiden, kuten Arboretum Mustilan sekä pienjuustoloiden kanssa. Kestien etukäteissuunnittelun ja esivalmistelujen tärkeys korostuu varsinkin silloin, kun Kestit toteutetaan yrityksen toimitilojen ulkopuolella, kuten myös Shiring (2014, 124–125) toteaa. Lisäksi Mustila Viini Oy:n henkilöstön tarve vaihtelee, koska Tیرهتöörin Kestejä voidaan toteuttaa myös suuremmalle asiakasmäärälle, jolloin myös henkilöstöä tarvitaan enemmän onnistuneen tilaisuuden toteuttamiseksi.

Tیرهتöörin Kestien tuotekortit on laadittu toimeksiantajan toiveiden mukaan. Niissä on palveluun liittyviä tarpeellisia tietoja, kuten tuotteen nimi, ydinpalvelu ja siihen liittyvät lisäpalvelut sekä vähimmäis- ja enimmäisasiakasmäärät. Myös Tonder (2013, 82–83) pitää edellä mainittujen tietojen esittämistä tuotekorteissa tärkeänä. Hänen mielestään korttien ulkoasulla ei ole merkitystä, ellei kortteja käytetään myynnin ja markkinoinnin apuvälineinä. Mustila Viini Oy:n henkilöstölle suunnatut tuotekortit ovat yksinkertaisia ja selkeitä, koska ne toimivat henkilöstön työkaluina myyntityötä tehdessä. Asiakkaille suunnatuissa tuotekorteissa on puolestaan kiinnitetty huomiota ulkoasuun, aseteluun sekä sanalliseen ilmaisuun, koska tuotekortteja käytetään myynnin markkinoinnin apuvälineinä. Molemmissa tuotekorteissa on myös esitetty alkoholilainsäädännön vaikutukset tilaisuuksien toteuttamiseen eri paikoissa (Finlex 1994a).

Mustila Viini Oy tuottaa asiakkailleen monenlaista arvoa. Grönroosin ja Voiman (2013) sekä Alakosken (2014, 44) mukaan asiakkaan kokema arvo voi ilmetä monin eri tavoin, kuten käyttöarvona, vaihtoarvona, lisäarvona tai kokemuksellisena arvona. Mustila Viini Oy:n Viinitilaesittelyn käyttöarvona ilmenee esittely sekä viinimaistiaiset. Vuorovaikutus sekä esittelijän

että muiden asiakkaiden kanssa vaikuttaa myös käyttöarvon muodostumiseen. Vaihtoarvo liittyy vaihdantaan, eli asiakas pohtii esimerkiksi sitä, oliko Viinitilaesittely hintansa arvoinen, kun taas lisäarvoa tuottaa Viinitilaesittelyyn lisäpalveluna liitetty ruokailu. Asiakkaan on myös mahdollista tuntea kokemuksellista arvoa omien kokemustensa perusteella. Sen muodostumista tukevat yrityksen toimintaympäristö, tyyli, perinteiden kunnioitus sekä halu tarjota asiakkaille elämyksiä.

Alakoski (2014, 57) määrittelee asiakkaan arvon muodostumisen koko palveluprosessin aikaiseksi toiminnaksi, jolloin on syytä kiinnittää huomiota palveluprosessin eri vaiheisiin. Mustila Viini Oy:lle laatimani palveluprosessin mallinnus lisää asiakkaan kokeman arvon muodostumista, koska mallinnuksen avulla palveluprosessin kriittisiin pisteisiin on kiinnitetty huomiota. Oman näkemykseni mukaan tällaisia kriittisiä pisteitä ovat esimerkiksi asiakkaiden siirtymät tilanteesta tai paikasta toiseen, joihin voi aina liittyä erilaisia riskejä.

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyöni tavoitteena oli tuotteistaa Mustila Viini Oy:n catering-palveluja sekä kehittää yrityksen catering-palvelujen palveluprosessia asiakaslähtöisyys huomioiden. Työn tavoitteena oli tuottaa yrityksen catering-palvelujen liiketoimintaa kehittäviä dokumentteja, jotka tukisivat myös henkilöstön työskentelyä.

Opinnäytetyön tarkentavia tutkimuskysymyksiä olivat

- Miten Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen palveluprosessia voidaan kehittää?
- Miten alkoholilainsäädäntö tulisi huomioida catering-palvelutoiminnassa?

Ensimmäisessä tutkimuskysymyksessä pohdin Mustila Viini Oy:n palveluprosessin kehittämistä. Opinnäytetyön tuotoksena kehitin yrityksen catering-palvelujen palveluprosessia tuotteistamisen avulla. Mustila Viini Oy:n palvelutuotteita ei ollut aiemmin tuotteistettu, joten tuotteistin palveluja dokumentoimalla sekä palveluprosessia että yksittäisiä catering-palveluja. Laadin yksityiskohtaisen mallinnuksen yrityksen perustuotteesta eli Viinitilaesittelystä, johon oli yhdistetty ruokailu Viinituvalla. Kyseinen palvelutuote on yksi suosituimmista yrityksen tarjoamista palveluista. Muut catering-palvelutuotteet voidaan toteuttaa samaa mallinnusta noudattaen, mutta pieniä muutoksia tehden.

Tuotteistamiseen kuului olennaisena osana Tیرهتöörin Kestit -catering-palvelukokonaisuuden kehittäminen jo olemassa olevista catering-palveluista. Tuotteistamisen ansiosta syntyi sekä asiakkaille että yrityksen henkilöstölle suunnatut tuotekortit jokaisesta yksittäisestä Tیرهتöörin Kestihin kuuluvasta catering-tilaisuudesta. Tuotekortit tukevat Mustila Viini Oy:n liiketoimintaa ja palveluprosessia catering-palvelujen osalta.

Toisessa tutkimuskysymyksessä pohdin, miten alkoholilainsäädäntö tulisi huomioida catering-palvelutoiminnassa. Yrityksen osalta alkoholilainsäädännön noudattaminen on selkeää, koska lainsäädännön määräykset vai-

kuttavat yrityksen jokapäiväiseen toimintaan, mutta asiakkaiden tietoisuuden lisääminen oli ajankohtaisempaa. Näin ollen pohdin alkoholilainsäädännön vaikutuksia catering-palveluihin ja sitä, miten asiakkaiden tietoisuutta alkoholilainsäädännön määräyksistä voitaisiin lisätä. Alkoholilainsäädännön määräykset vaikuttavat eri paikoissa toteutettaviin catering-tilaisuuksiin eri tavoin, joten kenties merkittävin asia oli asiakkaiden informointi alkoholilainsäädännön vaikutuksista heille suunnattujen tuotekorttien avulla. Tuotekortit liitetään yrityksen internetsivuille, joten asiakkaat saavat alkoholilainsäädäntöä, kuten tilaviiniyrityksen suorittaman anniskelun järjestämistä tai tilaviinituotteiden vähittäisostomahdollisuuksia koskevaa informaatiota jo yrityksen sivustolla vieraillessaan. Näin voidaan ehkäistä alkoholilainsäädännön määräämien toimintatapojen aiheuttamia yllättäviä tilanteita sekä lisätä asiakkaiden tietoisuutta lainsäädännön vaikutuksista tilaisuuksien toteuttamisessa.

#### 7.1 Luotettavuuden arviointi

Mustila Viini Oy:n catering-palvelujen tuotteistaminen lisää palvelujen kysyntää. Uusi Tirehtöörin Kestit -catering-palvelutuotekokonaisuus herättää mielenkiintoa asiakkaiden keskuudessa jo nimensä puolesta. Tirehtöörin Kestit -kokonaisuus sisältää erityyppisiä catering-tilaisuuksia, jotka on toteutettavissa erikokoisille ryhmille. Myös niiden muunneltavuus sekä yrityksen että läheisten palveluntuottajien tarjoamien lisäpalvelujen avulla mahdollistavat yksilöllisen ja ainutkertaisen tilaisuuden toteuttamisen asiakkaan tarpeet ja toiveet huomioiden. Mustila Viini Oy:lle tuotteistamani Tirehtöörin Kestit sekä niihin liittyvät dokumentit lisäävät yrityksen markkinoinnin ja myynnin tehokkuutta.

Palveluprosessin mallintaminen oli toimeksiantajalleni uusi liiketoiminnan kehittämisen työkalu, jonka uskon kuitenkin olevan hyödyllinen. Laadin palveluprosessin mallinnuksen Viinitilaesittelyssä suorittamani havainnoinnin, vahvan tietoperustan sekä toimeksiantajalta ja yrityksen työntekijältä saamani käytännöntiedon avulla. Viinitilaesittelyn ja ruokailun palveluprosessin mallinnus on hyvä lähtökohta myös muiden catering-palvelujen

mallintamiseen. Useampi havainnointikerta olisi kuitenkin voinut tukea palveluprosessin mallintamista ja lisätä mallinnuksen luotettavuutta.

Tuotekortit olivat myös toimeksiantajalleni uusia työkaluja. Toimeksiantajalla oli tarve catering-palvelujen myynnin ja markkinoinnin apuvälineille, joten tuotekortit olivat hyvä vaihtoehto tuotteistamisen tuotokseksi. Uskon, että asiakkaille ja henkilöstölle suunnatut erilliset tuotekortit palvelevat toimeksiantajan tarpeita paremmin kuin yksi yhteinen kortti. Asiakkaille suunnatut tuotekortit toteutin asiakasnäkökulmasta, kun taas henkilöstön tuotekorteissa käytin työntekijän näkökulmaa, jolloin tuotekortit on laadittu kohderyhmän näkökulman mukaisesti.

Käytin dokumentoinnissa yleisiä Microsoftin tietokoneohjelmia, joten dokumenttien avaaminen ja muokkaaminen on yksinkertaista ja nopeaa myös tulevaisuudessa. Toimitin opinnäytetyön toimeksiantajalle kaikki laatimani dokumentit sähköisessä muodossa, jolloin he voivat muokata niitä tarpeen vaatiessa. Lisäksi toimitin toimeksiantajalleni kaikista eri dokumenteista niin sanotut mallipohjat, joille uusien tuotteiden suunnittelu on jatkossa helppoa ja sujuvaa. Näin ollen uskon työni tuotoksien olevan käyttökelpoisia myös pidemmällä aikavälillä.

Opinnäytetyöni toimii myös keskustelun avauksena alkoholilainsäädäntöä koskevissa keskusteluissa nimenomaan pienyrittäjien kannalta. Monesti lainsäädännön rajoitteita jäädään surkuttelemaan, kun vaihtoehtoisesti voitaisiin miettiä, miten liiketoimintaa voidaan kehittää lainsäädännön määräysten mukaisesti. Tässä opinnäytetyössä catering-palvelujen tuotteistamisen ansiosta laaditut, asiakkaille suunnatut tuotekortit auttavat sekä yritystä että asiakkaita toimimaan erilaisissa catering-tilaisuuksissa alkoholilainsäädännön mukaisesti, jolloin toiminta kohdistuu negatiivisten asioiden sijasta positiivisiin asioihin. Yritys osoittaa tuotekorttien avulla olevansa vahva ammattilainen, joka toimii määräysten mukaisesti huomioiden kuitenkin samalla toiminnan asiakaslähtöisyyden. Tuotekorttien toimintaohjeiden avulla yritys tarjoaa asiakkailleen opastusta ja ratkaisuja alkoholilainsäädäntöön liittyen. Tuotekortit helpottavat asiakasta ymmärtämään lainsäädännön määräyksiä, jolloin lainsäädännöstä muodostuu luonnollinen

osa tilaisuuden toteuttamista sen sijaan että siitä tehtäisiin turhan suuri ongelma.

## 7.2 Opinnäytetyöprosessi ja oppiminen sen aikana

Prosessina opinnäytetyön tekeminen oli antoisaa ja opettavaista, vaikkakin myös vaativaa. Alkuun pääseminen oli minulle kaikkein haastavinta; rajaus ja käsitteiden muodostaminen aiheuttivat ongelmia ja alkuvaiheessa prosessi oli sekava. Vähitellen käsitteet ja työn tavoitteet selkeytyivät ja prosessi muuttui mielekkäämmäksi. Asettamani aikataulu oli haasteellinen, mutta kuitenkin toteutettavissa. Varsinkin työprosessin alkuvaiheessa oma epävarmuus ja vielä jäsentymätön työ aiheuttivat toisinaan epätoivoa. Uskon kuitenkin, että varsin intensiivinen työtahti auttoi minua pitämään asiat paremmin mielessä ja niihin palaaminen oli helppoa.

Rakensin opinnäytetyöni tietoperustaa lähes koko prosessin ajan. Se oli kenties haasteellisin osuus työssäni, koska tiedonhankinta ei ole ollut vahvin osaamisalueeni. Olin ymmärtänyt, että tiedonhankinta vie paljon aikaa, mutta silti siihen kuluvan ajan määrä yllätti. Onneksi olin aloittanut tiedonhankinnan jo hyvissä ajoin, joten minulla oli myös mahdollisuus käyttää tiedonhakuun nähdäkseni riittävästi aikaa. Toisaalta, hakutermit ja työni käsitteet eivät olleet opinnäytetyöprosessin alkuvaiheessa kenties tarpeeksi hyvin rajattuja, joten aikaa kului myös täysin turhien hakujen, teosten ja artikkelien läpikäyntiin. Näkemykseni mukaan oma epävarmuuteni opinnäytetyön suhteen näkyi myös tiedonhaussa, eikä tiedonhaku aluksi välttämättä ollut riittävän systemaattista, vaan ennemminkin hakutermitä toiseen poukkoilevaa. Työn edetessä hakutermien käyttö monipuolistui ja tiedonhaku systematisoitui, jolloin saavutin myös parempia hakutuloksia.

Käsitteistä catering-palvelut oli minulle ennestään tutuin käsite, olenhan itsekkin toiminut työurani aikana catering-palveluissa. Kuitenkin sen teoreettinen moninaisuus ja luokittelutavat yllättivät positiivisesti. Englanninkielisestä kirjallisuudesta löysin itselleni uutta tietoa, mutta tärkeimpänä koen kirjallisuuden avaamat uudet näkökulmat aiheeseen. Catering-palveluihin liittyvä tieto oli suurimmaksi osaksi tuttua, mutta teoreettinen näkemys ai-

heeseen vahvasti osaamistani. Myös alkoholilainsäädäntö oli minulle tuttua asiaa, johon tilaviiniyrityksen näkökulma asetti haasteita, mutta lisäsi myös tietämystäni.

Palvelujen tuotteistaminen puolestaan ei ole aiemmin ollut vahvimpia osaamisalueitani, mutta uskon osaamiseni vahvistuneen tämän opinnäytetyöprosessin myötä. Otin tietoisesti riskin valitessani tuotteistamisen yhdeksi käsitteeksi, koska halusin kehittää palvelujen tuotteistamiseen ja mallintamiseen liittyvää osaamistani. Palvelujen mallintamisessa perehdyin laajasti aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen ja löysin nähdäkseni käyttökelpoista teoretietoa työni tietoperustaa varten. Mallintaminen ja palvelutuotteiden dokumentointi oli työlästä, mutta mielekästä ja opettavaista työtä. Näin jälkepäin ajatellen palveluprosessin kehittämisessä olisi voinut huomioida enemmän myös asiakkaiden tarpeita. Mustila Viini Oy:n catering-palvelutuotteet ovat jo käytössä olevia, toimivia ja hyviksi havaittuja palveluja, mutta asiakasnäkökulmaa olisi voinut silti laajentaa esimerkiksi asiakaskyselyn avulla.

Opinnäytetyöprosessin mielekkäin vaihe oli toiminnallisen osuuden tuotteistusprosessi sekä opinnäytetyöraportin kirjoittaminen. Pidän kirjoittamisesta, ja vaikka olenkin nähdäkseni kehittynyt tutkivan tekstin kirjoittamisessa, on minulla silti edelleen opittavaa asiatyylisen tekstin tuottamisessa. Kuvaileva kirjoittaminen on vahvuuteni, mutta tutkivan kirjoittamisen vaatima tekstin tiiviys on aiheuttanut ongelmia. Tekstin tiivistäminen on ollut minulle todellinen haaste ja kirjoittamisen sujuvuus on aiheutunut toisinaan liiallista tekstin määrän lisääntymistä ja rönsyilyä.

Käytin opinnäytetyössäni useampia menetelmiä, jotka mahdollistivat hyvän vuorovaikutuksen toimeksiantajan kanssa. Osallistuessani Mustila Viini Oy:n Viinitilaesittelyyn suoritin havainnointia opinnäytetyötäni varten. Havainnointia varten olisin voinut suunnitella havainnointitapaa ja havainnoinnin kohteita paremmin etukäteen. Tosin, Viinitilaesittelyyn osallistuminen oli minulle ensimmäinen vierailu Mustila Viini Oy:ssä, joten merkittäviä etukäteissuunnitelmia en kenties olisi osannut laatia.

Opinnäytetyöprosessin aikana koin välillä olevani yksinäinen työn kanssa, ja mietin, olisiko työn tekeminen ollut helpompaa parityönä. Toisen henkilön ajatukset olisivat avanneet uudenlaisia näkökulmia asioihin ja poistaneet epävarmuuttani sekä tukeneet omia ajatuksiani. Kaipasin toisinaan, varsinkin työn alkuvaiheessa, vertaistukea ja vahvistusta tekemilleni valinnoille. Toisaalta, minulla oli haasteellinen aikataulu työn toteutuksen kanssa, eikä työ olisi todennäköisesti onnistunut aikataulun vuoksi parityönä. Yhteydenpito toimeksiantajaan oli kuitenkin jatkuvaa koko opinnäytetyöprosessin ajan. Vuorovaikutus oli toimivaa ja vierailut toimeksiantajan luona antoisia. Vierailujen välissä pidimme yhteyttä puhelimitse sekä sähköpostin välityksellä.

### 7.3 Jatkotutkimusehdotuksia

Palvelu ei ole koskaan valmis, vaan sitä tulee seurata ja kehittää jatkuvasti. Näin ollen kehitysehdotuksena esittäisin uudenlaisien palvelutuotteiden kehittämisen Mustila Viini Oy:n käyttöön. Asiakkaiden tarpeet ja toiveet muuttuvat ja niitä sekä heikkoja signaaleja seuraamalla löytyy varmasti uusia, toteuttamiskelpoisia ideoita. Jatkotutkimuksena ehdottaisin uudenlaisien palvelutuotteiden kehittämistä ja tuotteistamista liiketoiminnan tuottavuuden lisäämiseksi. Uusien palvelutuotteiden kehittämisessä voisi käyttää entistä asiakaslähtöisempää näkökulmaa toteuttamalla kehitystyötä yhdessä asiakkaiden kanssa esimerkiksi työpajatoimintana tai asiakaskyselyn avulla. Mustilan matkailukokonaisuudella on hyvät puitteet erilaisien tapahtumien järjestämiseen, joten hiljaisemman sesongin ajalle olisi kenties mahdollista ideoida tapahtumia yhteistyössä Mustilan muiden toimijoiden, etenkin Mustila Arboretumin kanssa.

## LÄHTEET

Painetut lähteet:

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13., uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Grönroos, C. 2008. Service logic revisited: who creates value? And who co-creates? *European Business Review* 20(4), s. 298-314.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. 3., uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro.

Halvorsen, F. 2004. *Catering like a pro: from planning to profit*. 2. painos. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Mustila Viini Oy. 2015a. Viini on jumalten juoma. Yrityksen tuote- ja palvelusite.

Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää, T. 2004. *Juhlapalvelu. Suunnittele ja toteuta*. 1. painos. Porvoo: WSOY.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. *Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. Helsinki: WSOYpro Oy.

Parantainen, J. 2007. *Tuotteistaminen. Rakenna tuote 10 päivässä*. Helsinki: Talentum.

Puustinen, A. & Rouhiainen, U-M. 2007. *Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja*. Helsinki: Edita Prima Oy.

Shiring, S. 2014. *Professional Catering. The Modern Caterer's Complete Guide to Success*. Delmar, New York: Cengage Learning.

Shostack, G.L. (1984), "Designing services that deliver", *Harvard Business Review*, Vol. 62 No. 1, s.133-9.

Thomas, C. & Hansen, B. 2013. Off-premise catering management. Introducing to Off-Premise Catering Management. 3. painos. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Tigerstedt, M. 2015. Yrittäjä. Mustila Viini Oy. Haastattelu 12.1.2015.

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi. Matkailupalvelujen tuoteistaminen. Helsinki: Restamark Oy.

#### Sähköiset lähteet:

Alakoski, L. 2014. Yritysassiakkaan arvon muodostuminen luontomatkailupalvelusta. Palvelukeskeisen liiketoimintalogiikan näkökulma. Helsingin yliopisto. Maatalous-metsätieteellinen tiedekunta. Taloustieteen laitos. Julkaisu numero 60. Väitöskirja [viitattu 6.4.2015]. Saatavissa : [https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/42944/alakoski\\_vaitoskirja.pdf?sequence=1](https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/42944/alakoski_vaitoskirja.pdf?sequence=1).

Arantola, H. & Simonen, K. 2009. Palvelemisestä palveluliiketoimintaan. Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Tekesin katsaus 256/2009. Tekes [viitattu 31.3.2015]. Saatavissa: [http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta\\_palveluliiketoimintaan.pdf](http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf).

Finlex. 1994a. Alkoholilaki 8.12.1994/1143. Ajantasainen lainsäädäntö. Sosiaali- ja terveysministeriö. Oikeusministeriö, Edita Publishing Oy [viitattu 8.2.2015]. Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941143>.

Finlex. 1994b. Asetus alkoholijuomista ja väkiviinasta 22.12.1994/1344. Sosiaali- ja terveysministeriö. Oikeusministeriö, Edita Publishing Oy [viitattu 21.2.2015]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1994/19941344>.

Finlex. 1995a. Sosiaali- ja terveysministeriön päätös tilaviini-nimityksen

käytättämisestä 851/1995. Sosiaali- ja terveysministeriö. Oikeusministeriö, Edita Publishing Oy [viitattu 21.2.2015]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1995/19950851>.

Finlex. 1995b. Sosiaali- ja terveysministeriön päätös käymisteitse valmistetun enintään 13 tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältävän alkoholi-juoman myyntipaikasta ja myyntitoiminnasta 852/1995. Sosiaali- ja terveysministeriö. Oikeusministeriö, Edita Publishing Oy [viitattu 21.2.2015]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1995/19950852>.

Grönroos, C. & Voima, P. 2013. Critical service logic: making sense of value creation and co-creation. Academy of Marketing Science. Journal, Mar 2013, Vol. 41(2), s. 133-150 [viitattu 6.4.2015]. Saatavissa: ProQuest ABI/INFORM -tietokannassa: <http://search.proquest.com/docview/1287360998/>.

Harper, D. 2015. Cater -käsité. Online Etymology Dictionary [viitattu 26.3.2015]. Saatavissa: [http://etymonline.com/index.php?term=cater&allowed\\_in\\_frame=0](http://etymonline.com/index.php?term=cater&allowed_in_frame=0).

Hiltunen, S. & Sinivuori, K. 2010. Päijät-Hämeen maaseutumatkailun kehittämissuunnitelma 2010-2015. Tuotekorttimalli. Päijät-Hämeen maaseutumatkailun koordinoitihanke. Lahden ammattikorkeakoulu, matkailun ala [viitattu 12.3.2015]. Saatavissa: <http://www.lahtiregion.fi/filebank/5138-Paijat-HameenMaaseutumatkailunKehittamissuunnitelma2010-2015.pdf>.

Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen, V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua. Opas yrityksille. 4. painos. Tekes [viitattu 7.3.2015]. Saatavissa: [http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen\\_tuotteistamisesta\\_kilpailuetua.pdf](http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/palvelujen_tuotteistamisesta_kilpailuetua.pdf).

Jänkölä, S. 2014. Näkemyksestä menestystä. Matkailu. TEM- toimialaraportit. Työ- ja elinkeinoministeriön ja ELY-keskusten julkaisu [viitattu 19.3.2015]. Saatavissa: [http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu\\_joulukuu\\_2014.pdf](http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2274/Matkailu_joulukuu_2014.pdf).

Kostopoulos, G., Gounaris, S. & Boukis, A. 2012. Service blueprinting effectiveness: drivers of success. *Manging Service Quality 2012*, vol 22(6), p. 580-591 [viitattu 14.3.2015]. Saatavissa Emerald Insight -tietokannassa: <http://dx.doi.org/10.1108/09604521211287552>.

Mustila Viini Oy. 2015b. Yrityksen internetsivut [viitattu 15.2.2015]. Saatavissa: <http://www.mustilaviini.fi/>.

Mäntynen, E. 2012. Mustilan matkailukokonaisuuden graafinen ohjeistus.

Niininen, O., Buhalis, D. & March, R. 2007. Customer empowerment in tourism through consumer centric marketing (CCM). *Qualitative Market Research: An International Journal*, Vol. 10 Iss 3, pp. 265-281 [viitattu 18.2.2015]. Saatavissa Emerald Insight -tietokannassa: <http://dx.doi.org/10.1108/13522750710754308>.

Paavola, H. & Uusikylä, M. (toim.) 2013. Rajatonta rohkeutta. Tarinoita palveluliiketoiminnan edelläkävijöistä. Tekes [viitattu 31.3.2015]. Saatavissa: [http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/rajatonta\\_rohkeutta.pdf](http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/rajatonta_rohkeutta.pdf).

Parantainen, J. 2009. Tuotteistajan pikaopas 3.0. Pdf-versio. Noste Oy [viitattu 3.4.2015]. Saatavissa: [https://tiimiakatemia.files.wordpress.com/2009/10/tuotteistajan\\_pikaopas3.pdf](https://tiimiakatemia.files.wordpress.com/2009/10/tuotteistajan_pikaopas3.pdf).

Parantainen, J. 2012. Tuotteistamisen perusteet. Tuotteista palvelusi, tuplaa katteesi. Tuotteistajan pikaopas vol.1. Pdf-versio. Ediste Oy [viitattu 3.4.2015]. Saatavissa: <http://ediste.fi/wp-content/uploads/2013/01/Ediste-Tuotteistamisen-perusteet.pdf>.

Suomen Viiniryttäjät ry. 2015. Suomalaiset viinitilat [viitattu 26.3.2015]. Saatavissa: <http://www.viinitilat.net/>.

Valvira, Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto. 2014. Alkoholiasiat ravintolassa [viitattu 8.2.2015]. Saatavissa: [http://www.valvira.fi/files/ohjeet/Alkoholiasiat\\_ravintolassa.pdf](http://www.valvira.fi/files/ohjeet/Alkoholiasiat_ravintolassa.pdf).

Valvira, Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto. 2015a. Alkoholin vähittäismyynti [viitattu 22.2.2015]. Saatavissa:

[http://www.valvira.fi/ohjaus\\_ja\\_valvonta/alkoholi/vahittaismyynti](http://www.valvira.fi/ohjaus_ja_valvonta/alkoholi/vahittaismyynti).

Valvira, Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto. 2015b. Anniskelualueen rajaamista koskevan suunnitelman tekemisessä huomioon otettavia näkökohtia [viitattu 5.3.2015]. Saatavissa:

<http://www.valvira.fi/files/tiedostot/a/n/anniskelualueen%20rajaaminen.pdf>.

Valvira, Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto. 2015c. Alkoholi-juomien nauttimiskiellot ja pitopalvelutoiminta [viitattu 5.3.2015]. Saatavissa:

[http://www.valvira.fi/ohjaus\\_ja\\_valvonta/alkoholi/anniskelu/alkoholijuomien\\_nauttimiskiellot\\_ja\\_pitopalvelutoiminta](http://www.valvira.fi/ohjaus_ja_valvonta/alkoholi/anniskelu/alkoholijuomien_nauttimiskiellot_ja_pitopalvelutoiminta).

## LIITTEET

LIITE 1. Alkoholijuoma käsitteenä

LIITE 2. Alkoholilainsäädännön vaikutuksien hahmottelua

LIITE 3. Viinitilaesittelyn ja ruokailun mallinnus

LIITE 4. Tuotekorttien mallipohjia

LIITE 5. Luonnosteluja

LIITE 6. Tirehtöörin Kestit - Viinitilaesittely, tuotekortit

LIITE 7. Tirehtöörin Kestit - JuustoKestit, tuotekortit

LIITE 8. Tirehtöörin Kestit - Piknik-Kestit, tuotekortit

LIITE 9. Tirehtöörin Kestit - Matka Makujen Maailmaan, tuotekortit

LIITE 10. Tirehtöörin Kestit Meillä, tuotekortti

LIITE 11. Kestivaraus -lomakkeet

## LIITE 1. Alkoholijuoma käsitteenä

Alkoholijuomalla tarkoitetaan sellaisia nautittaviksi tarkoitettuja juomia, joiden sisältämä etyylialkoholipitoisuus on vähintään 2,8 ja korkeintaan 80 tilavuusprosenttia. Nämä alkoholijuomat jaetaan edelleen niiden sisältämän etyylialkoholipitoisuuden mukaan mietoihin ja väkeviin alkoholijuomiin. Mietot alkoholijuomat sisältävät etyylialkoholia enintään 22 tilavuusprosenttia ja väkevät alkoholijuomat enemmän kuin 22 tilavuusprosenttia. (Valvira 2014a, 5.) Alkoholilain määritelmässä tarkoitetaan

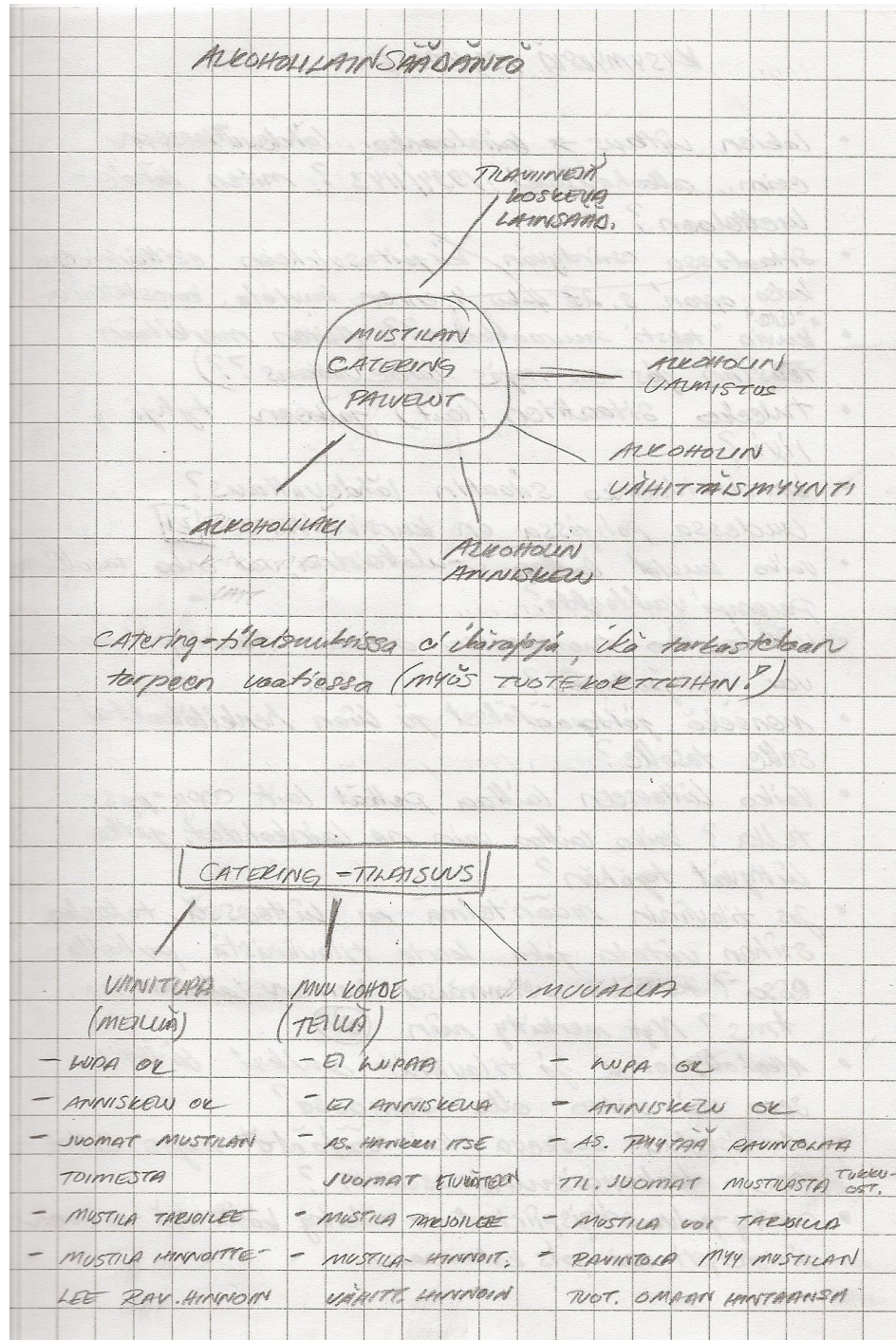
1) alkoholipitoisella aineella *sellaista ainetta tai tuotetta, joka sisältää enemmän kuin 2,8 tilavuusprosenttia etyylialkoholia; (Alkoholilaki 1994/1143, 3 §, 1 momentti).*

1) alkoholijuomalla *nautittavaksi tarkoitettua juomaa, joka sisältää enintään 80 tilavuusprosenttia etyylialkoholia;*

2) miedolla alkoholijuomalla *alkoholijuomaa, joka sisältää enintään 22 tilavuusprosenttia etyylialkoholia;*

3) väkevällä alkoholijuomalla *alkoholijuomaa, joka sisältää enemmän kuin 22 tilavuusprosenttia etyylialkoholia; (Alkoholilaki 1994/1143, 3 §, 1 momentti, 1-3 kohdat.)*

LIITE 2. Alkoholilainsäädännön vaikutuksien hahmottelua



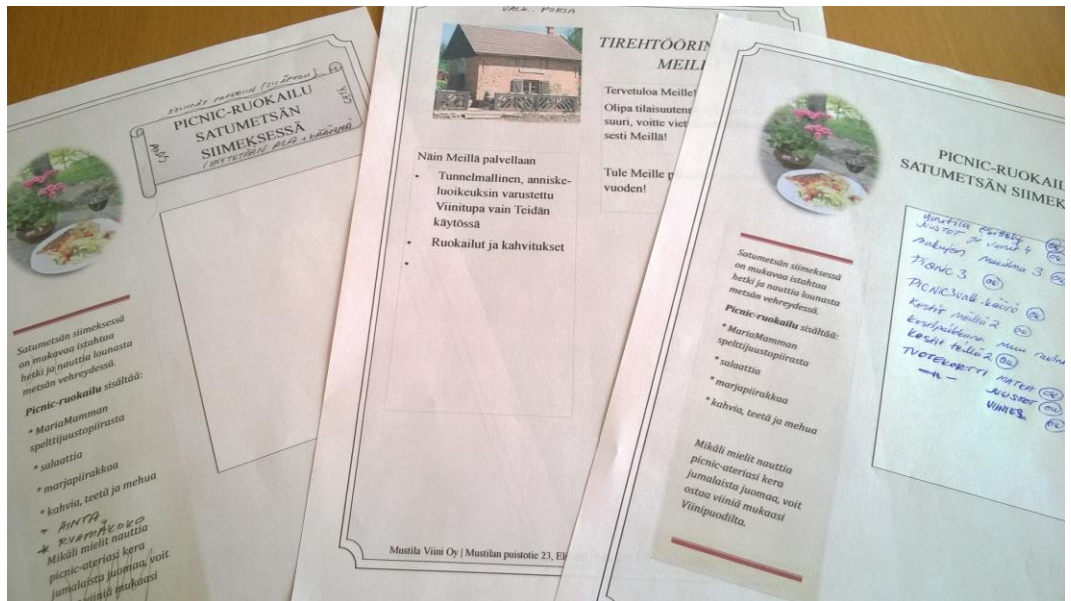
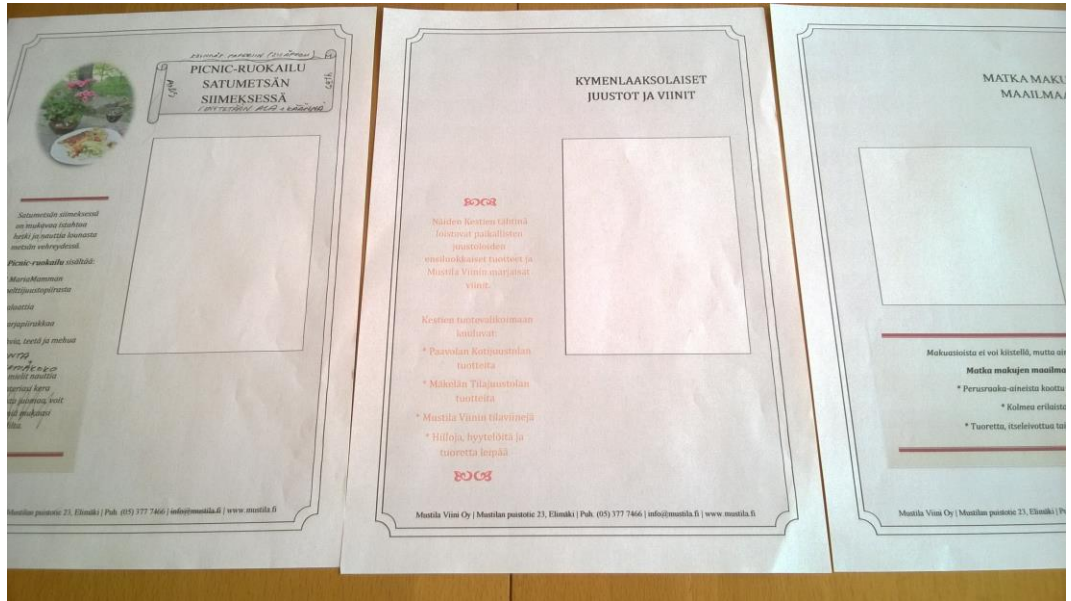
### LIITE 3. Viinitilaesittelyn ja ruokailun mallinnus

#### Mustila Viini Oy:n Viinitilaesittelyn ja ruokailun palveluprosessin mallinnus

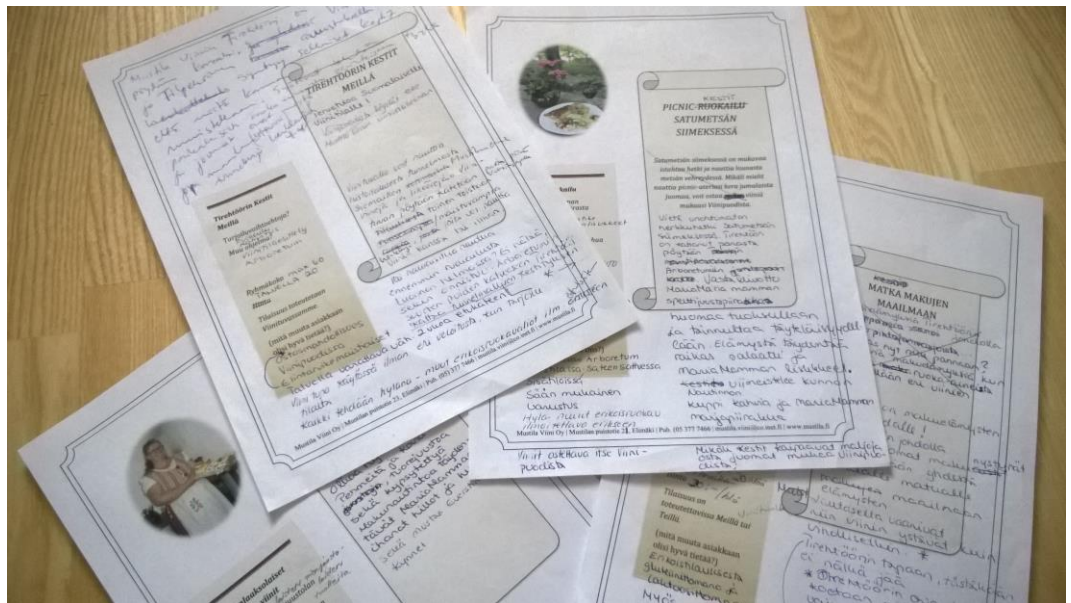
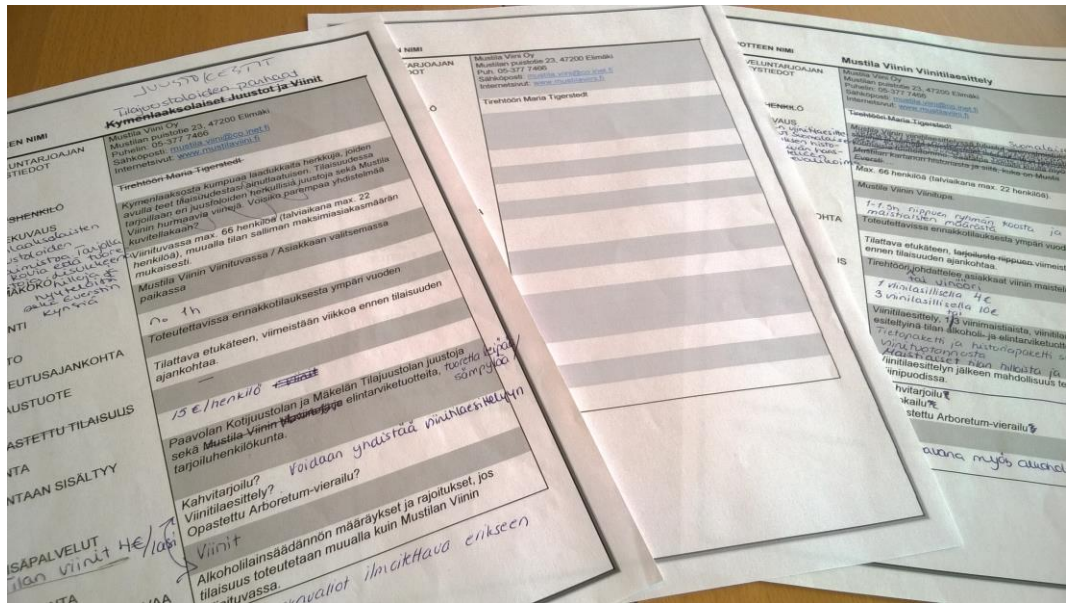
Tuotteen osat/ Konkreettiset elementit	Yrityksen internet-sivut, puh., sähköposti, vierailu				Parkkipaikka	Viinituvan terassi	Viinitupa	Viinitupa	Viinipuoti	Viinitupa/terassi	Piha-alue
Asiakkaan polku/ Asiakkaan toiminnot	Tutustuminen yrityksen tarjontaan, tiedustelu, varauksen teko				Saapuminen omalla autolla tai linja-autolla	Siirtyminen Viinituvan terassille	Viiniesittelyn kuuntelu ja aistiminen eri tavoin	Viinin maistelu, valinta maun mukaan, arviointi	Siirtyminen Viinipuotiin, tarkastelu, valinta, ostos, maksu	Ruokailu noutopöydästä, uusien makujen maistelu (ruoka & juoma)	Siirtyminen piha-alueen kautta autoon
<b>Vuorovaikutuksen linja</b>											
Prosessin näkyvät osat/ Kontaktihlön toiminnot, vastuuhlö	Informointi, tiedusteluihin vastaaminen, varauksen vastaanotto  <i>Maria/ hlöstö</i>				Paikoitusalue, yrityksen pihapiiri ja ständit, rakennukset	Asiakkaiden vastaanotto, terassin kalustus, istutukset  <i>Maria/ hlöstö</i>	Tuvan tunnelma, esittelyn tarinallisuus, asiantuntevuus, hlöstön vaatetus	Tarjoiluvälineet ja -tavat, anniskelu, suosittelu, kuvailu, esitteet, hlöstön ulkoinen olemus  <i>Maria/ hlöstö</i>	Asiakaspalvelu, sisustus, opastus, tuotetietämys  <i>Maria/ hlöstö</i>	Noutopöytä, koristeet, esillelaitto, tarjoilutavat, ruokien nimeäminen  <i>Maria/ hlöstö</i>	Ystävällinen hyvästely, kaikkien huomiointi, "Tervetuloa uudelleen!"  <i>Maria/ hlöstö</i>
<b>Näkyvyyden linja</b>											
Prosessin näkymättömät osat Taustahlön toiminnot, vastuuhlö	Ajankohdan varaustilanteen tark., as. tietojen ja varauksen kirjaaminen  <i>Maria/ hlöstö</i>	Tilaisuuden suunnittelu, ruokailu ja muut palvelut,  <i>Maria/ hlöstö</i>	Raaka-aineiden hankinta, tuotteiden valmistus, astioiden varaaminen  <i>Maria/ hlöstö</i>	Piha-alueen ja parkkipaikan siisteys, Viinituvan valmistelu  <i>Kiint.huolosta, vastaava, hlöstö</i>	Viinituvan valmistelu; siisteys, lasit, esitteet, tuotteet ja tavarat oikeilla paikoilla  <i>Maria/ hlöstö</i>	Esittelyn suunnittelu, esitteiden, tuotteiden ja tarvikkeiden varaaminen  <i>Maria/ hlöstö</i>	Viinipuodin siisteys, tuotteiden riittävyys ja esillelaitto, hintojen tarkastaminen  <i>Maria/ hlöstö</i>	Ruokatuotteiden kuljetus, tuotteiden nimilappujen varaaminen (myös dieetit)  <i>Maria/ hlöstö</i>	Noutopöydän valmistelu ruokailua varten, tuotteiden esillelaitto  <i>Maria/ hlöstö</i>	Hyvästelyjen valmistelu, jos esim. ennakkoon tilattuja tuotelaajoja  <i>Maria/ hlöstö</i>	Viinituvan ja Viinipuodin siistimien aloittaminen  <i>Maria/ hlöstö</i>
<b>Sisäisen vuorovaikutuksen linja</b>											
Tukiprosessit	Kotisivujen ylläpito ajan tasalla, Mustilan yhteismarkk.		Tukku, läheiset juustolat, lihakarjatilat, viljantuottajat	Parkki-alueen kunnosta huolehtiva taho		Mainostoi- misto, painoalan yritys					
Aikataulu	> 1 vko	Asiakkaan tekemän varausvahvistuksen jälkeen	1-3 pvää ennen tilaisuutta	1-2 tuntia ennen tilaisuutta	10-20 min ennen tilaisuutta	10 min	20 min	20 min	20-30 min	40 -60min	10 min

(Mukaillen Tonder 2013.)

# LIITE 4. Tuotekorttien mallipohjia



LIITE 5. Luonnosteluja



## LIITE 6. Viinitilaesittely, tuotekortit



**VIINITILAESITTELY**

*Tervetuloa tutustumaan Mustaan Everstiin ja Vaaleaan Kaunottareen. Satumetsän siimeksessä voit kuulla Koppelon Kujerruksen tai nähdä vilauksen Päivänsäteestä ja Karvajalasta. Kesäpolkan pyörteistä voi vaipua Syysunelmiin nauttimaan MariaMamman Herkuista.*

*Tule kokemaan suomalainen viinitila. Kohtaa tietoa, taitoa, taustaa, maista makoisia makuja. Siemaise sitä, jota mieli halajaa, rosenteilla tai ilman.*

*"Mitä vaffempaa tavaraa, sitä pienempi pikari."*

**Viinitilaesittely**

- \* Viinimaistiaiset
- \* Hillomaistiaiset
- \* Viinitilan esite
- \* Tietopaketti ja historiakatsaus suomalaisen viinintuotantoon

Ryhmäkoko max. 60 hlöä, talvella max. 20 hlöä.

Hinta:  
\* 4 €/yhden lasillisen maistelu  
\* 10 €/kolmen lasillisen maistelu

Viinitilaesittelyn jälkeen ostosmahdollisuus Viinipuodissa.

Myös alkoholittomat vaihtoehdot.

Mustila Viini Oy | Mustilan puistotie 21, Elimäki | Puh. (05) 377 7466 | mustila.viini@co.inet.fi | www.mustilaviini.fi

TUOTTEEN NIMI	Mustila Viinin Viinitilaesittely
YRITYKSEN YHTEYSTIEDOT	Mustila Viini Oy Mustilan puistotie 21, 47200 Elimäki Puhelin: 05-377 7466 Sähköposti: mustila.viini@co.inet.fi Internetsivut: www.mustilaviini.fi
TUOTEKUVAUS	Mustila Viinin viinitilaesittelyssä tutustut suomalaisen viininvalmistuksen historiaan, nykypäivän haasteisiin sekä viinitilan tuotevalikoimaan.
RYHMÄKOKO	Max. 60 henkilöä, talviaikana max. 20 henkilöä.
SIJAINTI	Mustila Viinin Viinitupa.
KESTO	1-1,5 tuntia riippuen ryhmän koosta ja maistiaisten määrästä.
AJANKOHTA	Toteutettavissa ennakkotilauksesta ympäri vuoden.
VARAUSEHTO	Varattava etukäteen, viimeistään päivää ennen tilaisuuden ajankohtaa.
HINTA	4 € /hlö 1 viinilasillisella 10 € /hlö 3 viinilasillisella
HINTAAN SISÄLTYY	Viinitilaesittely, 1 tai 3 viinimaistiaista, tieto- ja historiapaketti suomalaisesta viinintuotannosta, maistiaiset tilan hilloista ja hyytelöistä sekä sinapeista ja valkosipulinkynsistä.
LISÄHINTAAN	Kahvitarjoilu Ruokailu Arboretum-kierokävely
MUUTA HUOMIOITAVAA	Tirehtöiri tai Vinööri johdattelee asiakkaat viinin maistelun saloihin. Saatavana myös alkoholiton vaihtoehto. Viinitilaesittelyn jälkeen mahdollisuus tehdä ostoksia Viinipuodissa.

## LIITE 7. Tirehtöörin Kestit - JuustoKestit, tuotekortit



**JuustoKestit**

\* Kymenlaaksolaisten pienjuustoloiden tuotteita  
\* Hilloja, hyytelöitä ja Mustan Everstin Kynsiä  
\* Tuoretta leipää

**Ryhmäkoko:**  
\* Viinituvalla max. 60 hlöä, talviaikana max. 20 hlöä  
\* Muualla tilan salliman maksimihenkilömäärän mukaisesti.

**Hinta 15 € / hlö**

Viinit lisämaksusta.

Tilaisuus on toteutettavissa Meillä, Teillä tai yhteistyössä muiden ravintoloiden kanssa.

Erikoisruokavaliot ilmoitettava varattaessa.

**JUUSTOKESTIT**  
Kymenlaaksolaisten tilajuustoloiden herkkuja, olkaa hyvä!  
Pehmeitä ja kovia, tuorejuustoa sekä kypsytettyä makunautintoa täydentävät MariaMamman ihanat hillot ja hyytelöt sekä Mustan Everstin Kynnet.

Mustila Viini Oy | Mustilan puistotie 21, Elimäki | Puh. (05) 377 7466 | mustila.viini@co.inet.fi | www.mustilaviini.fi

TUOTTEEN NIMI	JuustoKestit
YRITYKSEN YHTEYSTIEDOT	Mustila Viini Oy Mustilan puistotie 21, 47200 Elimäki Puhelin: 05-377 7466 Sähköposti: mustila.viini@co.inet.fi Internetisivut: www.mustilaviini.fi
TUOTEKUVAUS	Kymenlaaksolaisten tilajuustoloiden parhaimmistoa. Tarjolla sekä kovia juustoja että tuorejuustoja. Lisukkeina hilloja ja hyytelöitä sekä Everstin Kynsiä.
RYHMÄKOKO	Viinituvalla max. 60 henkilöä, talviaikana max. 20 henkilöä, muualla tilan salliman maksimiasiakasmäärän mukaisesti.
SIJAINTI	Mustila Viinin Viinituvalla / Asiakkaan valitsemassa paikassa.
KESTO	n. 1 tunti
AJANKOHTA	Toteutettavissa ennakkotilauksesta ympäri vuoden
VARAUSEHTO	Varattava etukäteen, viimeistään viikkoa ennen tilaisuuden ajankohtaa.
HINTA	15 € / henkilö
HINTAAN SISÄLTYY	Paavolan Kotijuustolan ja Mäkelän Tilajuustolan juustoja, elintarviketuotteita, tuoretta leipää / sämpylöitä.
LISÄHINTAAN	Tilan viinit 4 € / lasi Voidaan yhdistää Viinitilastittelyyn Kahvitarjoilu Opastettu Arboretum-kierokävely
MUUTA HUOMIOITAVAA	Alkohollainsäädännön määräykset ja rajoitukset, jos tilaisuus toteutetaan muualla kuin Mustilan Viinin Viinituvalla. Erikoisruokavaliot ilmoitettava varattaessa.

## LIITE 8. Tirehtöörin Kestit - Piknik-Kestit, tuotekortit



**PIKNIK-KESTIT  
SATUMETSÄN  
SIIMEKSESSÄ**

*Vietä unohtumaton herkkuhetki  
Satumetsän siimeksessä.  
Tirehtööri on kattanut parasta  
pöytään Arboretumiin.*

*Vastaleivottu MariaMamman  
spelttijuustopiirakka huumaa  
tuoksullaan ja tainnuttaa  
täyteläisyydellään. Elämystä  
täydentää raikas salaatti ja  
MariaMamman lisukkeet.  
Nautinnon viimeistelee kuppi  
kahvia ja MariaMamman  
marjapiirakka.*

*Mikäli Kestit kaipaavat maljoja,  
osta juomat mukaan  
Viinipuodista.*

**Piknik-Kestit**

- \* MariaMamman spelttijuustopiirasta
- \* salaattia ja salaatinkastiketta
- \* MariaMamman lisukkeita
- \* marjapiirakkaa
- \* kahvia, teetä ja mehua

Ryhmäkoko 8-100 hlöä  
Hinta 25 €/hlö

Tilaisuus toteutetaan Arboretum Mustilassa, sateen sattuessa sisätiloissa. Sään mukainen varustus.

Viinit ostettava mukaan Viinipuodista.

Tuotteet valmistetaan vähälaktoosisina, muut erikoisruokavaliot ilmoitettava varattaessa.

Mustila Viini Oy | Mustilan puistotie 21, Elimäki | Puh. (05) 377 7466 | mustila.viini@co.inet.fi | www.mustilaviini.fi

TUOTTEEN NIMI	Piknik-Kestit Arboretumissa
YRITYKSEN YHTEYSTIEDOT	Mustila Viini Oy Mustilan puistotie 21, 47200 Elimäki Puhelin: 05-377 7466 Sähköposti: mustila.viini@co.inet.fi Internetisivut: www.mustilaviini.fi
TUOTEKUVAUS	Mustila Arboretumin juhlapaikalle on katettu lounaspöytä MariaMamman spelttijuustopiirakalla, salaattilla ja lisukkeilla. Jälkiruokana kahvi ja marjapiirakka.
RYHMÄKOKO	8-100 henkilöä
SIJAINTI	Mustila Arboretum, kävelymatkaa Viinipuodilta n. 500 metriä, Arboretumin parkkipaikalta n. 300 metriä.
KESTO	1-2 tuntia
AJANKOHTA	Toteutettavissa ympäri vuoden säänmukaisella varustuksella.
VARAUSEHTO	Varattava etukäteen, viimeistään viikkoa ennen tilaisuuden ajankohtaa.
HINTA	25 € / henkilö
HINTAAN SISÄLTYY	Ruokailu pöydän ääressä, sisältää: spelttijuustopiirasta, salaattia, MariaMamman lisukkeita, marjapiirakkaa, kahvi, teetä ja mehua.
LISÄHINTAAN	Mahdollisuus ostaa viiniä mukaan Viinipuodista. Viinitilaisittely Kiertokävely Arboretumissa
MUUTA HUOMIOITAVAA	Sään mukainen varustus, sateella toteutetaan sisätiloissa. Tuotteet valmistetaan vähälaktoosisina, muut erikoisruokavaliot ilmoitettava varattaessa.

## LIITE 9. Tirehtöörin Kestit - Matka makujen maailmaan, tuotekortit



**Matka Makujen Maailmaan**

- \* Suupaloja perusraaka-aineista
- \* Kolmea erilaista viiniä
- \* Tuoretta, itse leivottua tai paikallista leipää
- \* Opastus makujen maailmaan

Ryhmäkoko 5-20 hlöä  
Hinta 30 € / hlö

Tilaisuus on toteutettavissa Meillä Viinituvalla tai Teillä.

Etukäteen tilattuna laktoosittomana ja gluteenittomana.

Saatavana myös alkoholiton vaihtoehto.

**MATKA MAKUJEN MAAILMAAN**

*Tervetuloa makuelämysten vuoristoradalle!*

*Tirehtöörin johdolla löydetään omat makunystyrät ja lähdetään yhdessä huikealle matkalle elämysten maailmaan.*

*Maistelulautasella vaanivat niin viinin ystävät kuin vihollisetkin. Tirehtöörin ohjauksella koetaan, miten viinin maku vaikuttaa ruoan makuun ja päinvastoin.*

*Tirehtöörin tapaan, tästäkään ei nälkä jää.*

Mustila Viini Oy | Mustilan puistotie 21, Elimäki | Puh. (05) 377 7466 | mustila.viini@co.inet.fi | www.mustilaviini.fi

TUOTTEEN NIMI	Matka makujen maailmaan
YRITYKSEN YHTEYSTIEDOT	Mustila Viini Oy Mustilan puistotie 21, 47200 Elimäki Puhelin: 05-377 7466 Sähköposti: mustila.viini@co.inet.fi Internetsivut: www.mustilaviini.fi
TUOTEKUVAUS	<i>Seikkailu makujen valloittavassa maailmassa. Tutustutaan ohjatuksi viinien ja perusmakujen keskinäisiin suhteisiin sekä viinien vihollisiin ja ystäviin makujen maailmassa.</i>
RYHMÄKOKO	5-20 henkilöä
SIJAINTI	Mustila Viinin Viinituvalla / Asiakkaan valitsemassa paikassa.
KESTO	n. 1,5 tuntia
AJANKOHTA	Toteutettavissa ennakkotilauksesta ympäri vuoden.
VARAUSEHTO	Varattava etukäteen, viimeistään 3 arkipäivää ennen tilaisuuden ajankohtaa.
HINTA	30 € / henkilö
HINTAAN SISÄLTYY	Perusraaka-aineita suupaloina sisältävä herkkulautanen, kolmea erilaista viiniä sekä itse leivottua tai paikallista tuoretta leipää. Maistelu Tirehtöörin tai Vinöörin johdolla.
LISÄHINTAAN	
MUUTA HUOMIOITAVAA	Tilaisuus on opetustilanne, jossa havainnollistetaan makuyhdistelmien muodostuminen. Alkohollainsäädännön määräykset ja rajoitukset, jos tilaisuus toteutetaan muualla kuin Mustilan Viinin Viinituvalla. Erikoisruokavaliot ilmoitettava varattaessa.

## LIITE 10. Kestit Meillä, tuotekortti



### **Tirehtöörin Kestit Meillä**

Valintasi mukaan:

- \* Kahvitus
- \* Ruokailu
- \* Viinitilausittely
- \* Arboretum-vierailu

Ryhmäkoko max. 60 hlöä,  
talvella max. 20 hlöä.

Hinta määräytyy valintojesi  
mukaan.

Tilaisuus toteutetaan  
Viinituvassamme, joka on  
käytössä veloituksetta  
tarjoilumme varannoille.

Elintarvikemaisiat

Ostosmahdollisuus  
Viinipuodissa.

Talvella varattava vähintään 2  
viikkoa ennen tilaisuutta.

Tuotteet valmistetaan  
vähälaktoosisina, muut  
erikoisruokavaliot ilmoitettava  
varattaessa.

### **TIREHTÖÖRIN KESTIT MEILLÄ**

*Mustila Viinin Tirehtööri on pistänyt  
pöydän koreaksi. Vinöörin ja  
Tilpehöörin avustuksella syntyy  
sellaiset Kestit, että niitä kauan  
muistellaan. Syötävät valmistetaan itse  
paikallisista raaka-aineista perinteiseen  
tyyliin ja juomat ovat niitä jopa  
maailmalla tunnettuja herkkuja.*

*Viinituvalla voit nauttia historiallisesta  
tunnelmasta siemailen samalla  
Mustilan omia viinejä ja liköörejä.  
Viinituvan pöytään katetaan toinen  
toistaan maistuvampia herkkuja, joita  
voit nauttia viinin kanssa tai ilman.  
Kahvipannukin kuumenee tarvittaessa.*

*Vai haluaisitko nauttia enemmän  
ruokailusta luonnon helmassa? Ei hätää,  
sekin onnistuu. Arboretumin suurten  
puiden katveeseen Tirehtööri kattaa  
tunnelmallisen Kestityksen.  
MariaMamman herkkuja ja viinejä voit  
ostaa mukaan viereisestä Viinipuodista.*

*Tervetuloa suomalaiselle viinitilalle!*

LIITE 11. Kestivaraaus -lomakkeet, ensimmäinen versio vasemmalla ja lopullinen versio oikealla



## KESTIVARAUS

PVM	___ / ___ 2015
KELLO	_____
HLÖMÄÄRÄ	_____

RYHMÄ \_\_\_\_\_

YHT. HLÖ \_\_\_\_\_

S-POSTI \_\_\_\_\_

PUHELIN \_\_\_\_\_

TARJOILU \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ERITYISRUOKAVALIOT**

LAKTOOSITON \_\_\_\_\_

GLUTEENITON \_\_\_\_\_

KASVISRUOKA \_\_\_\_\_

MUU \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**OHJELMA**

ARBRETUM-OPASTUS KLO \_\_\_\_\_ OK

VIINITILAESIT. 1 MAIST. KLO \_\_\_\_\_ OK

VIINITILAESIT. 3 MAIST. KLO \_\_\_\_\_ OK

KAHVITUS MUUALLA KLO \_\_\_\_\_ OK

PAIKKA \_\_\_\_\_

RUOKAILU MUUALLA KLO \_\_\_\_\_ OK

PAIKKA \_\_\_\_\_

MUU \_\_\_\_\_ KLO \_\_\_\_\_ OK

\_\_\_\_\_

**LASKUTUSTIEDOT**

KÄTEINEN \_\_\_\_\_

LASKU, OSOITE \_\_\_\_\_


\_\_\_\_\_

LASKUTETTU OK

LÄHETETYT INFOT

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



## MUSTILA VIINI OY VIN AB

Mustilan puistotie 23, Elimäki, Puh. (05) 377 7466  
mustila.viini@co.inet.fi, www.mustilaviini.fi

## KESTIVARAUS

PVM	___ / ___ 20___
KELLO	_____
HLÖMÄÄRÄ	_____

RYHMÄ \_\_\_\_\_

YHT. HLÖ \_\_\_\_\_

S-POSTI \_\_\_\_\_

PUHELIN \_\_\_\_\_

TARJOILU \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**ERITYISRUOKAVALIOT**

LAKTOOSITON \_\_\_\_\_

GLUTEENITON \_\_\_\_\_

KASVISRUOKA \_\_\_\_\_

MUU \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**MUU OHJELMA**

ARBRETUM-OPASTUS KLO \_\_\_\_\_

VIINITILAESIT. 1 MAIST. KLO \_\_\_\_\_

VIINITILAESIT. 3 MAIST. KLO \_\_\_\_\_

KAHVITUS MUUALLA KLO \_\_\_\_\_

PAIKKA \_\_\_\_\_

RUOKAILU MUUALLA KLO \_\_\_\_\_

PAIKKA \_\_\_\_\_

MUU \_\_\_\_\_ KLO \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

**LASKUTUSTIEDOT**

KÄTEINEN \_\_\_\_\_

LASKU, OSOITE \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

LASKUTETTU \_\_\_\_\_

LÄHETETYT INFOT

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_