



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Nicolina Bondegård

PLANERING OCH FÖRVERKLIGANDE AV LUNCH UNDER EN TEMAVECKA

Uppdragsgivare: Café Malmia

Företagsekonomi och turism
2015

ABSTRAKT

Författare	Nicolina Bondegård
Lärdomsprovets titel	Planering och förverkligande av lunch under en temavecka -Uppdragsgivare Café Malmia
År	2015
Språk	svenska
Sidantal	37 + 3 bilagor
Handledare	Helena Alamäki

Syftet med detta lärdomsprov är att planera och förverkliga lunch under en tema vecka vid Café Malmia i Jakobstad. Till min uppgift hörde att planera menyn, göra beställningslista, marknadsföra veckan, göra lunchen, samt leda arbetet under temaveckan. Temat på veckan var påsk och den ordnades under påskveckan 30.3-2.4.2015.

I den teoretiska delen tar jag upp teorier som berör de uppgifter jag har under temaveckan. Sedan tar jag upp hur jag planerade och hur jag förverkligande veckan dag för dag.

Jag gjorde maten med hjälp av personalen på Café Malmia. Kundmängden var lite under det normala på grund av påskveckan, men temaveckan lyckades enligt planerna och både kunderna och personalen var nöjda.

För att undersöka denna temavecka använde jag mig av den kvantitativa undersökningsmetoden. Enkäter delades ut åt kunderna som de fick fylla i och resultatet av de svar jag fick analyserades.

Efter att ha analyserat fick jag ett resultat som säger att kunderna uppskattade temaveckan och att flera temaveckor vore intressant. Även maten var kunderna nöjda med.

ABSTRACT

Author	Nicolina Bondegård
Title	Planning and realising a lunch during a theme week - Case company: Café Malmia
Year	2015
Language	Swedish
Pages	37 + 3 Appendices
Name of Supervisor	Helena Alamäki

The objective with this thesis is to plan and realise a theme week at Café Malmia in Jakobstad. My task was to plan a menu, do purchasing jobs, marketing, make the lunch as well as manage the execution of the theme week. The theme of the week is Easter and it was arranged during Easter week 30.3-2.4.2015.

In the theoretical part, I look into the theories concerning the tasks I have during the theme week. Then, I present the way in which I planned and how I realise the week day by day.

I made the food with help of the staff at Café Malmia. The number of customers was a bit below normal because of Easter week, but the theme week went according to plan and both customers and staff were satisfied.

To study the theme week a quantitative approach was implemented to evaluate the result. A survey was handed out to collect customer feedback with intention to analyse outcomes.

The customer survey showed great interest towards the theme week and a want for similar events in the future. Food was to the customers' satisfaction.

INNEHÅLL

ABSTRAKT

ABSTRACT

1	INLEDNING	9
1.1	Syftet med temaveckan	9
2	UPPDRAGSGIVARE	10
3	TEMAPLANERING	11
3.1	Temavecka	11
3.2	Material för att uppmärksamma temat	11
3.3	Ämnen för temaveckor	12
4	PROJEKTLEDARE	13
4.1	Ledarens ansvar	13
4.2	Att hålla ihop.....	13
4.3	Problem och konflikter	14
5	BUDGETERING.....	15
5.1	Varför budgetering	15
5.2	Budgetens roll i ett mindre företag	15
5.3	Budgeten under en temavecka	15
6	MARKNADSFÖRING	17
6.1	Varför och när behövs marknadsföring	17
6.2	Marknadsföra service och tjänster	17
6.3	Målet med marknadsföring	18
7	FENOMENET RECEPT	19
7.1	Portionsstorleken.....	19
7.2	Ersättning av råvaror.....	19
7.3	Bilder.....	19
8	LUNCH	20
8.1	Planera lunchen.....	20
8.2	Lunchpausen	20
9	PLANERING AV TEMAVECKAN.....	21
9.1	Menyplanering	21
9.1.1	Menytestning.....	22

9.1.2	Portionskort.....	22
9.2	Personal och utrustning.....	22
9.3	Caféet dekorerades.....	23
9.4	Kundundersökning.....	23
10	FÖRVERKLIGANDE.....	24
10.1	Marknadsföring.....	24
10.2	Tema veckan.....	24
10.3	Förhandsarbete.....	25
10.3.1	Måndag.....	26
10.3.2	Tisdag.....	26
10.3.3	Onsdag.....	27
10.3.4	Torsdag.....	28
11	KUNDUNDERSÖKNING.....	29
11.1	Hur kunden upplevde temat.....	29
11.2	Kundernas intresse av flera temaveckor.....	30
11.3	Antal luncher kunden åt under temaveckan.....	31
11.4	Saknade kunden något i sin måltid.....	32
11.5	Kundens bedömning av den varma maten.....	32
11.5.1	Påskpaj med sallad.....	33
11.5.2	Kycklingfilé med färskpasta och tsatisikisås.....	33
11.5.3	Lammfärslimpa med sallad.....	33
11.5.4	Påskgrisfilé.....	34
11.6	Kundens egna ord.....	34
12	SAMMANFATTNING AV KUNDUNDERSÖKNINGEN.....	35
12.1	Kundernas utvärdering.....	35
13	SAMMANFATTNING OCH DISSKUTION AV TEMAVECKAN.....	36
13.1	Menyn och temat.....	36
13.2	Utförande av temaveckan.....	36
13.3	Enkäten.....	36
13.4	Personalens synpunkter.....	37
13.5	Övrigt.....	37
	KÄLLOR.....	38

BILAGOR

FÖRTECKNING ÖVER FIGURER OCH TABELLER

Figur 1. Hur kunden upplevde temat.

Figur 2. Antal luncher kunden åt under temaveckan.

Figur 3. Saknade kunden något i sin måltid.

FÖRTECKNING ÖVER BILAGOR

BILAGA 1. Enkät

BILAGA 2. Meny

BILAGA 3. Receipt

1 INLEDNING

Lunchen är ett av dagens viktigaste mål, speciellt för den som arbetar skift är det viktigt att äta rätt vid rätt tid på dagen. Det kan löna sig att sitta ner och äta sin lunch tillsammans med sina arbetskamrater i lugn och ro.

Lunchpausen är inte bara till för att vi skall få i oss näring och energi så vi orkar resten av dagen utan den kan också vara till för att få en ny och intressant matupplevelse genom en temavecka. Därför har jag valt att planera och förverkliga en temavecka. Temat för temaveckan är påsk och kommer att utföras under påskveckan, det vill säga 30.3–3.4.2015.

Café Malmia är min uppdragsgivare, de upprätthålls av Stödföreningen för hjärt- och cancersjuka R.F. Caféet finns inne i Jakobstads sjukhus. Personalen består av fem fastanställda och fyra inhoppare. Kunderna består till största delen av sjukhuspersonalen, men även besökare och utomstående.

Min uppgift kommer att vara att planera, förverkliga menyn och även leda arbetet under lunch veckan.

1.1 Syftet med temaveckan

Mitt syfte med mitt lärdomsprov är att kunderna och även personalen på Malmia Café skall få en ny matupplevelse. Genom att ha en temavecka bryts det vanliga lunchmönstret och på så sätt ökar försäljningen, även personalen skulle lära sig något nytt inom matlagningen.

Projektets mål är att framhäva en lunchmeny som med en snar budget, bra råvaror, ett intressant tema och rätt tillredningssätt ger kunderna en ny smakupplevelse.

2 UPPDRAGSGIVARE

Uppdragsgivare till mitt lärdomsprov är Café Malmia. De upprättshålls av Stödföreningen för hjärt- och cancersjuka R.F.

Föreningens syfte är stöda folkhälsoarbetet för hjärt- och cancersjuka i Jakobstads nejd. Finansieringen bedriver stödföreningen Café Malmia vid Malmska hälso- och sjukvårdsområdet i Jakobstad. Målet är att finnas till för patienter, besökare och personal. Man erbjuder en trivselplats för möten, rekreation och ger även patientinfo om hjärt- och cancersjukdomar. Vinstbringande resultat från Café Malmia går till att kunna stöda patientarbetet för hjärt- och cancerpatienter.

Café Malmia grundades 1995, på den tiden var det bara ett helt vanligt café med försäljning av kaffe och ett litet sött tilltugg. Caféet har under dessa 20 åren bytt föreståndare, personal och caféverksamheten har utvecklats. Caféet är öppet alla dagar i veckan, vardagar mellan 8.00 till 19.00, på helgerna mellan 13.00 och 16.00. På vardagarna erbjuds lunch mellan 10.30 och 13.00. Man kan välja mellan salladsbuffet eller en varmrätt. Varmrätten har ett rullande system så måndag är vegetarisk, tisdag soppdag, onsdag varierar, torsdag bakad potatis och på fredag är det enbart salladsbuffet. Antalet lunchgäster är mellan 50–100, och utöver det kommer också kaffegäster till caféet.

3 TEMAPLANERING

Meningen med temaveckor är att temat får vara huvudperson för en vecka och får all uppmärksamhet av kunderna och personalen. En ny matupplevelse, en ny syn på temat, omväxling i vardagen eller ett nytt intresse för maten kan uppstå under en temavecka. Det finns flera orsaker till att företag väljer att ha temaveckor. (Manninen 1996, 56–58)

3.1 Temavecka

När företaget tar sig an en temavecka kan det vara för att företaget vill till exempel öka försäljningen av måltider till kunderna och personalen, få mera variation i kundernas måltider, öka kännedomen om olika matkulturer eller om kampanjens tema eller öka motivationen och arbetslusten för kökspersonalen. (Manninen 1996, 56)

Planeringen av temaveckan skall göras med omsorg. Såväl kunder som personal skall informeras i god tid, även de som inte besöker matsalen så ofta skall få reda på informationen angående temaveckan. De saker man bör beakta vid planering av temaveckan är vilka behov och förväntningar kunderna har, tänka på att inte arrangera temaveckor så ofta så att kundernas intresse svalnar, temaveckor väljs och genomförs enligt den tid och de resurser som köket har, kökspersonalen kan inverka på planeringen och genomförande av temaveckor och även budgeten skall beaktas. (Manninen 1996, 56)

När man planerar måste man ta i beaktande också längden på sitt tema. Temat måste inte planeras för en hel vecka eller för en hel månad utan det kan också vara fråga om bara en temadag. Faktorer som inverkar på längden av temat är framför allt budgeten men också personalens intresse, för personalens positiva inställning till en temavecka betyder mycket för hur den lyckas. (Manninen 1996, 56–57)

3.2 Material för att uppmärksamma temat

Materialet till temaveckan kan man fundera om man köper färdigt material eller gör det själv. Allt material man använder sig av ska i mån om möjlighet

förknippas med temat. Det finns flera sätt att ta sig an temamaterialet till exempel matsedels utseende, annonser, dekorationer, tabletter på bordet, infoblad åt kunderna, bakgrundsmusik och även personalens klädsel kan anknytas till temat. (Manninen 1996, 56–57)

I matsalar med självbetjäning kan man lägga ut materialet på försäljningsdisken, i matsalar med servering kan man placera materialet på borden så att kunden kan ta del av det under tiden de äter. I matsalar med takeaway-möjligheter kan man fästa temamaterialet vid själva lådan som kunden tar med sig. Även vid all annan kundservice framhålls temamaterialet. (Manninen 1996, 56–58)

3.3 Ämnen för temaveckor

Ämnena för temaveckor kan läggas upp på följande sätt, internationella teman som tar upp matkulturen i olika länder, nationella teman så som traditionella maträtter, näringskampanjer, teman som anknyter till olika helger och årstider, teman som gäller olika råvaror eller kampanj för en viss produktgrupp. (Manninen 1996, 57)

Vid val av ämne för temaveckan bör man tänka på vilka kunderna är, vilka förväntningar de har på maten och framför allt måste man ta i beaktande att alla ämnen inte är lämpade för alla kök, till exempel så går det inte att genomföra alla slags internationella teman vid patientmåldier på ett sjukhus. (Manninen 1996, 56)

När man väljer ämnet måste det inte vara chefen som bestämmer utan det kan även vara andra i personalen som har erfarenhet av tidigare teman. Kunderna kan också själva komma med förslag till ämne. Själva temaveckan måste inte bara vara fokuserad på maten utan man kan också kombinera det med tilläggservice. Dessa måste inte vara dyra och invecklade, till exempel kan man under en temavecka dela ut recept åt kunden i samband med att de köper lunch. Sådana små saker kan höja intresset för temat. (Manninen 1996, 57)

4 PROJEKTLEDARE

Att bli utsedd till projektledare betyder att man är verkställande direktör för projektet. Oavsett vilket projekt det gäller så bör man ta reda på vilka förutsättningarna är för att det skall lyckas och att föra en diskussion med uppdragsgivaren så att man vet vad som måste prioriteras inför planeringen. Tid, kvalitet och resurser är tre faktorer som kan påverka under projektets gång. Alla eller bara en av dessa faktorer kan bli kritiska och då är det viktigt att ledaren kan ta tag i situationen på rätt sätt och på så vis leda projektet bort från det kritiska. (Udd 2014)

4.1 Ledarens ansvar

En projektledare har ansvar över projektet om det misslyckas eller lyckas. Samtidigt som projektledaren leder själva projektet skall ledaren också övertyga och inspirera resten av arbetsgruppen, detta är bland de viktigaste förmågorna en ledare måste ha. Att hålla uppe motivationen gäller inte bara åt ledaren själv och arbetsgruppen även åt leverantörer, kunder och andra utomstående. (Larsson 1998, 24)

Under projektets gång skall ledaren fungera som en drivande faktor och även som en problemlösare. Ledaren ska anpassa sig till olika funktioner och metoder, kunna plocka fram olika möjligheter, och vara noga med att alla inom arbetsgruppen får reda på all information och dessutom fatta alla beslut. (Larsson 1998, 24)

4.2 Att hålla ihop

En projektgrupp består av många olika personer, i vissa fall kan det hända att personerna ifråga inte har träffats förut. Det kan då bli ännu svårare för en ledare att sammansvetsa och motivera hela gruppen. Ledarens uppgift nu är att samordna gruppen, att få dem att arbeta effektivt för att få ett bra resultat. Ledaren måste visa åt alla att han är beroende av alla i gruppen och att det inte går att utföra projektet ifall inte alla är med. (Larsson 1998, 25–26)

4.3 Problem och konflikter

I ett projekt dyker det alltid upp problem vare sig man vill eller inte. Som projektledare ska man kunna förhindra och lösa dessa problem. Genom att stöta på problem och sedan kunna lösa dem, så blir både ledaren och arbetsgruppen starkare. Genom att starta upp projektet med öppna diskussioner där alla får säga vad de vill och tänker, så stärker man sin arbetsgrupp och förebygger konflikter som bygger på osäkerhet, rädsla och oklarheter. (Börjeson och Lisiderius 1998, 117–126)

5 BUDGETERING

Budgetering började användas under 1920-talet som ett verktyg för att styra kostnader och kassaflöden i stora organisationer. Efter bara några år började företag att använda sig av budgeten för att planera och samordna sin verksamhet. Företagen och organisationer använde budgeten som ett verktyg för att nå mål, men det var först under 1960-talet som budgeteringen förändrades och budgeten började användas som verktyg för att mål skulle uppnås under en viss period. (Ax 2006, 322)

5.1 Varför budgetering

Budgetering kan utföras i alla slags företag och organisationer. Syftena med budgetering varierar och kan vara olika. Vid de flesta tillfällen brukar man tala om syftena, planering, samordning och kontroll. (Andersson 1995, 8) Även inom ett och samma företag kan det finnas olika syften till varför man väljer budgetering. (Kullvén 2009, 24) I planeringsskedet kan det betyda att man med utgångspunkt i framtidsbedömningarna avgör de ekonomiska och personella resurserna räcker till. (Andersson 1997, 10)

5.2 Budgetens roll i ett mindre företag

I ett mindre företag är det mest vanligt att budgeten intar en planeringsroll och att dess viktigaste uppgift blir att förutse det ekonomiska utfallet. I större företag är budgetens roll mera mångsidig. (Andersson 1997, 101)

I mindre företag finns inte behov av några avancerade modeller utan det räcker oftast med en enkel modell för att beräkna budgeterat resultat och balansposter. Den enkel modell kan bygga på att man uppskattar procentuella förändringar i intäkter och viktiga konstadsposter. Denna typ av budgetmodeller passar till mindre företag. (Andersson 1997, 103)

5.3 Budgeten under en temavecka

Budgeten har en stor betydelse under temaveckan, den avgör framförallt hur mycket pengar man kan lägga ner på temamaterial. Ifall temaveckan upprepas är

det bra att ta till vara materialet till nästa gång för att spara in på kostnader.
(Manninen 1996, 56–57)

Att visa budgeten och målen åt anställda uppskattas och motiverar personalen. Att gå igenom förra årets budget och jämföra, visar hur en temavecka kan ta in mera pengar in i företaget och intresset och motivationen att ordna temaveckor eller temadagar höjs inom personalen. Men i det skedet måste man se till att alla anställda har samma mål med temaveckan är och att alla tar budgeten i beaktande.
(Ax 2006, 322)

6 MARKNADSFÖRING

Marknadsföringen går ut på att skaffa kunder till sitt företag och styra hur företaget uppfattas av dem. Före man gör en plan för marknadsföringen ska man lära känna sina kunder och konkurrenter. Inom måltidsservice finns det många faktorer som påverkar marknadsföringen. (Verksamt 2015)

Det räcker inte att ha den bästa produkten till det bästa priset, kunderna måste veta om det också. Marknadsföringen är bryggan mellan företaget och kunderna. Ifall konkurrensen är hög och det är flera företag som gör upp om samma kundgrupp, är det viktigt att göra sig hörd, ha något som inte de andra har och få fram sin unika produkt till den tänkta målgruppen. (Lykta 2011)

6.1 Varför och när behövs marknadsföring

Orsaken till att marknadsföring är så viktigt är för att kunder ska veta att företaget finns och vilka produkter eller tjänster företaget har. Utan marknadsföring får inte företaget tag på sina kunder och utan kunder tjänar man inga pengar och får då heller ingen vinst till företaget. Att hitta sin rätta kund grupp kräver att man som företagare tar reda på vilket behov kunden har, och när man har ett behov av något uppstår det efterfrågan på en tjänst eller produkt som inte kanske finns ännu. (Wernor 2007)

Tillfällen när det är extra viktigt med marknadsföring är när man startar ett nytt företag men även när man har någon ny produkt eller tjänst. Genom att hålla öppen kontakt med marknaden ser man till att man inte går miste om nya eller gamla kunder. (Wernor 2007)

6.2 Marknadsföra service och tjänster

När man marknadsför en tjänst är det väldigt viktigt att inte lova mera än vad man kan hålla och att redan vid första ögonblicket vara ärlig mot kunden, för det man lovar är det kunden förväntar sig och därför köper de tjänsten. Att ge ett bra intryck av företaget och en bra tjänst gör att kunden kommer att hålla det i minnet

och inte ha något annat att gå efter. Det gäller att vara yrkesmässig och sakkunnig så inga problem eller missförstånd uppkommer. (E-mind 2006)

Ifall det går fel eller problem uppstår är det viktigt att ställa allt till rätta igen och att få tillbaka kunden och förtroendet för företaget. Det är många företag som hamnar i en sådan situation eftersom att de har lovat för mycket och då är det svårt att få kunden tillbaka. (E-mind 2006)

6.3 Målet med marknadsföring

Målet med marknadsföring inom storkök, café och restauranger är att göra maten och servicen kända för kunderna, att väcka positiva tankar kring måltidsservicen, att skapa och upprätthålla stamkundsrelationer och även skapa effektiv försäljning som därmed förbättrar lönsamheten. (Manninen 1996, 5)

Inom marknadsföringen finns det delområden som kan förhöja marknadsföringen inom ett företag och på så sätt kan det förbättra försäljningen. De olika delområdena delas upp på följande sätt: en varierande matsedel, kvalitén på maten och servicen, temaveckor, insamling av kundrespons, personalens attityd och klädsel. (Manninen 1996, 7)

När produkterna eller tjänsterna börjar sälja gäller det att man håller det man lovade i marknadsföringen och att kunderna tycker om utbudet, servicen och prisen man erbjuder. (Wernor 2007)

7 FENOMENET RECEPT

Ett recept kan bestå av en mängd olika ingredienser, i olika former, färger och storlekar. Genom att mäta upp dessa ingredienser och sedan blanda ihop dem med hjälp av olika redskap och tekniker i köket och sedan följa instruktionerna uppstår en maträtt eller ett bakverk. Matlagning lär man sig inte av att läsa en bok full med recept, det krävs övning och övning ger färdighet. Köket är till för alla! (Marthaförbundet 2005, 5)

7.1 Portionsstorleken

Förr i tiden var det inte alls vanligt att portionsstorleken var med i receptet, men det börjar bli allt vanligare eftersom kunder som köper kokböcker tycker att det ställer till med problem ifall inte portionsstorleken är med. Oftast står det för 4 personer, så med en enkel matematisk uträkning kan man minska och förstora receptet själv. På internet kan man hitta hemsidor som omvandlar recepten automatiskt när man ställer in hur många portioner man vill ha. (Paulsson 2010, 5)

7.2 Ersättning av råvaror

Allergier blir allt vanligare, därför vill man att det skall finnas alternativ på råvaror som man kan ersätta med. I dagens läge finns det även hundratals dieter och på grund av sin diet vill man också veta vad man kan ersätta råvaror med så man följer sin diet. Det kan också finnas andra orsaker än allergier och dieter till att man vill ersätta en eller flera råvaror i ett recept. Hur man använder sig av rester kan också dyka upp i ett recept vilket ger en syn på det ekonomiska inom matlagning, det kan ge oss en helt ny matupplevelse. (Paulsson 2010, 5)

7.3 Bilder

En bildserie på hur matlagningen går till underlättar arbetet till en viss del. På så sätt utgår man inte från sin egen bild i huvudet utan en korrekt bild i boken eller på nätet. En bild kan inspirera till matlagningen, dessutom får man se hur slutresultatet ser ut. (Paulsson 2010, 5)

8 LUNCH

Ordet lunch är ett nytt ord i stället för middag, ordet lunch har vi lånat från engelskan där det tidigare har betytt ”stort brödstycke”. (Hallning 1999, 36)

Lunchen brukar ätas mellan fyra och fem timmar efter morgonmålet och på så sätt avdelar man arbetsdagen på mitten. En lämplig tid att servera lunch för café och restauranger är mellan kl.11 och 15. (Hallning 1999, 36)

8.1 Planera lunchen

När man planerar en lunchmeny ska man börja i tid, kontrollera att alla ingredienser och råvaror finns, och även räkna ut hur lång tid det tar att tillaga måltiden. Att förbereda maträtter på förhand är väldigt bra, om man gör det flera dagar på förhand går de flesta maträtter att frysa ner och sedan är det bara att värma upp maten när man vill. Att förbereda är bra för att undvika stress och problem. (Marthaförbundet 2005, 152)

Att använda sig av portionskort när man planerar och tillagar lunchen är till stor nytta för kocken och även för kunden. Fördelarna med portionskort är att måltiden håller samma kvalitet vem som än lagar den, bra planering är grunden för företaget, man har noggrann koll på inköp och lagerhållning och att lita på att portionen håller samma kvalitet ger kunden trygghet. Personalen har sitt ansvar och därför behöver inte chefen övervaka arbetet hela tiden. (Lehtinen, Peltonen & Talvinen 1996, 46)

8.2 Lunchpausen

Lunchen ska vara en fullständig måltid som består av lättare rätter. Den får inte vara för kraftig för en dåsighet kan uppstå på eftermiddagen ifall man har ätit för mycket. I Norden är det inte så vanligt att man tar en efterrätt till lunchen, i stället tar man en kaka till kaffet. Men i Amerika, Frankrike och Italien sägs det att det inte är en hel måltid om efterrätten lämnas bort. Under lunchen måste man ta hänsyn till gästernas tid, lunchpausen är inte så lång och därför måste man se till att maträtten kan bli snabbt tillredd och serverad. (Hallning 1999, 37)

9 PLANERING AV TEMAVECKAN

I mitten av januari 2015 tog jag kontakt med min uppdragsgivare. Det var jag som tog initiativ och frågade ifall de skulle vara intresserade av att ställa upp som uppdragsgivare för en temavecka. De var positiva till min idé om att planera en temavecka åt dem. Jag fick fria händer att planera allt, så jag började fundera på när temaveckan skulle passa in bäst, jag ville få tillräckligt tid på mig att planera och också ha tid att sammanställa allt efter temaveckan. När jag kollade i kalendern märkte jag att påskveckan inföll vecka 14, vilket innebar att jag hade cirka två månader på mig att planera och fundera. I och med att jag bestämde mig för påskveckan blev temat ganska självklart påsk. Innan jag märkte att det var påskvecka så hade jag tankar på en temavecka med någon särskild råvara, som exempel att vitlök eller potatis.

9.1 Menyplanering

I planeringen av menyn så planerade jag för fyra dagar, eftersom långfredagen är en röd dag vilket betyder att caféet är stängt. Efter det började jag söka recept överallt för att få så mycket inspiration som möjligt. Jag har ju fria händer så det fanns inget jag måste följa. Mitt fokus var på varmrätten men jag hade en sallad i salladsbuffén dagligen under veckan som var påskinspirerad.

Varmrätten läggs upp på tallrik eller i takeaway-låda inne i köket och den maten varierar från dag till dag men vanligtvis så består den av en paj bit, en biff av något slag eller bakad potatis med fyllning som serveras tillsammans med sallad, pasta eller potatis. Salladen tar kunden åt sig själv. Salladsbuffén består vanligtvis av en grönsallad, två eller tre matsallader och mellan fyra till sex olika salladstillbehör såsom ägg, tonfisk, frukt, rivna morötter och frön. I lunchpriset ingår det varmrätt eller salladsbuffén, därför vill jag också att salladsbuffén skall få ett intryck av påsken.

9.1.1 Menytestning

Lunchen på måndag blir påskpaj serverad med en sallad. Påskpajen innehåller skinka, purjolök och färgglada paprikor, namnet påskpaj kom jag på tack vare de färgglada paprikorna. Till tisdagens lunch blir det kycklingfilé med tsatikisås och färskpasta, kyckling tycker jag hör till påskan därför valde jag det. Lunchen på onsdag blir lammfärslimpa serverad med sallad, lamm är ju något som hör påskan till och ett kött som de inte vanligtvis använder sig av vid caféet. Torsdagens lunch kommer att bestå av påskgriskfilé, jag blandade in ordet påsk i den maträtten för att filén kommer att marineras i påskmust.

Jag testade endast en av de rätter jag skulle utföra inför temaveckan, orsaken till att jag inte testade flera var att jag tog recept som jag redan hade lagat och visste att detta var bra recept. Dessa recept var dessutom lätta att förstora, därför valde jag också att ta recept som jag hade använt mig av förut.

Receptet som jag valde att testa före temaveckan var grisfilé marinerad i påskmust, jag var osäker på om det skulle smaka gott. Jag är glad att jag testade den på förhand för mängden salt var alltför liten, för påskmusten är så söt så den krävde mera salt än jag trodde.

9.1.2 Portionskort

För att kunna hålla mig till det dagliga lunchpriset på Café Malmia så har jag gjort portionskort på alla rätter som jag skall göra. På så vis får jag reda på vad råvarukostnaderna är på alla rätter. Till min hjälp har jag tagit gamla forsedlar för att få ett pris på de råvaror jag skall använda mig av, de priser jag inte har hittat kollade jag upp i när liggande butiker.

9.2 Personal och utrustning

Under vardagar är det tre stycken som jobbar under lunchen, så jag har två stycken till min hjälp att laga dagens lunch under veckan. Sedan på eftermiddagen kommer en till in, så då har man bra möjligheter att förbereda inför nästa dag.

Till mitt förfogande under min temavecka har jag en spis med fyra plattor och en ugn, en hushållsmaskin och diverse små maskiner såsom mixer, elvisp, matberedare. Så i och med planeringen av recepten tog jag i beaktande det smala utbudet på maskiner för att få den maträtt jag vill nå med hjälp av de maskiner som finns på plats.

9.3 Caféet dekorerades

När jag valde temat påsk slog det mig också att det är ett tema som är lätt att ta fram med hjälp av dekorationer. Till salladsbuffén planerade jag att ha påsk gräs och olika påsk dekorationer, på borden i matsalen tänkte jag mig vaser med påskliljor och videkissar för att kunderna skulle uppmärksamma temat. Veckans meny skrev jag på ett stort orange papper som dekorerades med fjädrar och den planerade jag att den skulle placeras invid kassan så att alla kunde se den. Allt detta skulle jag göra helgen före temaveckan, så att kunder som inte besöker caféet dagligen har möjlighet att uppmärksamma att det är något speciellt på gång.

9.4 Kundundersökning

Till min temavecka planerade jag även en kundundersökning, jag ville göra det så att jag skulle få feedback på det jag gjorde. Med de frågor jag hade på enkäten var vad det meningen jag skulle få fram vad det tyckte om temat, om maten och om de skulle vara intresserade av flera temaveckor. Jag planerade att enkäten skulle delas ut när kunden betalade sin mat och på så sätt skulle jag få så många som möjligt utdelade. Jag skrev också högst uppe på enkäten vilken maträtt det var den dagen, så att de kunder som åt flera dagar visste vilken maträtt de bedömde den dagen och även för min egen skull så att jag skulle veta sedan vilken maträtt som det var frågan om. Enkäten rullade jag ihop med ett påskinspirerat band så att även den ger rätt känsla åt kunderna.

10 FÖRVERKLIGANDE

Temaveckan förverkligade jag vid café Malmia i Jakobstad. Denna temavecka inleddes den 30.3.2015 och pågick till den 2.4.2015. I detta kapitel kommer jag att beskriva hur jag förverkligade temaveckan dag för dag.

10.1 Marknadsföring

Marknadsföringen av temaveckan gick till på så vis att Café Malmia skickade ut menyn via e-post åt sjukhuspersonalen som är den största kundgruppen. Vi gjorde så eftersom det är så de vanligtvis brukar göra, och att menyn skickades ut en vecka på förhand berodde på att alla skulle ha möjlighet att hinna läsa sin e-post. För att marknadsföra min vecka inne i själva caféet valde jag att skriva veckans meny på ett stort papper, färgen på pappret var orange dels för att det är en färg som förknippas med påsk och för att det är en färg som syns och på så sätt drar den till sig blickar. Jag lade även gula fjädrar som ram på menyn pappret för att få ännu mer påskkänsla runt det hela.

10.2 Tema veckan

Under veckan så var det jag som styrde arbetet i köket. Till min uppgift som köksansvarig hörde det att jag skulle hålla koll på vilka råvaror som fanns, vem som skulle göra vad, vad som behövde göras till lunchen, vad som behövde göras till nästa dag, jag hjälpte också de andra i köket ifall de behövde hjälp eller inte förstod vad som skulle göras. Till min uppgift hörde det även att bestämma upplägget på den varma maten.

Jag skötte om lunchen och den andre skötte om kassan och kunderna. Vid niotiden kom det ännu en som hjälpte till under lunchen, jag delade upp sysslorna mellan oss och allt gick smidigt under veckans lopp. Eftermiddagarna gick åt till att förbereda inför nästa dag och jag tog hjälp av de andra ifall det behövdes.

Recepten var anpassade till den mängd varm mat som går att tillaga på en gång i det extremt lilla köket, så runt 40 portioner per dag. Resten av lunchportioner som

gick var åt salladsbuffé och antalet av dem varierade från dag till dag men runt 30 portioner där också.

Den varma maten gick åt varje dag, vissa kunder ringde en dag på förhand eller på förmiddagen och beställde en portion så att de inte skulle bli utan. De sallader jag lagade till salladsbuffén som var påskinspirerade räckte till fler än en dag, men det gjorde inget eftersom det uppskattades att det var annorlunda sallader på buffén.

När kunderna betalade sin lunch fick de samtidigt en enkät som de sedan fick lämna in till caféet senast vecka efter. Kunderna var positiva till enkäterna och ville gärna hjälpa till att undersöka temaveckan.

10.3 Förhandsarbete

Min planering av temaveckan påbörjades i januari då sökte jag recept och inspiration. Under sportlovsveckan var jag vid Café Malmia och jobbade, då var de nyfikna på vad jag planerade så då berättade jag om mina planer och de väntade med spänning på att jag skulle utföra min temavecka.

Två veckor före temaveckan visade jag alla recept för Café Malmia och gjorde en beställningslista på det jag behövde, också arbetsfördelningen på olika uppgifter visade jag upp och lämnade in. Veckan före skrev jag även ut enkäterna som skulle delas ut under veckans gång. Helgen före var jag och förberedde inför veckan. På lördag kokade jag klart potatis till potatissalladen, skalade klart morötterna så att det bara återstod att riva dem på måndagen och tog upp räkor till nudelsalladen ur frysen. Jag tog även upp skinka ur frysen som skulle vara en del av fyllingen till pajen på måndag. På söndagen gjorde jag klart pajbotten till måndagen och hackade även klart resten av fyllningen till pajen. Jag gjorde så många förberedelser som möjligt eftersom det är så mycket annat som måste göras på måndagar. Jag fick då under helgens lopp reda på att lammfärs var svårt att få tag på, så vi hade inget val utan det blev vanligt köttfärs till köttfärslimporna på onsdagen.

10.3.1 Måndag

På måndag började mitt skift 7.30, även en till från personalen började då. Till de vanliga sysslorna på morgonen vid caféet hör det till att den ena göra smörgåsarna som ska säljas och den andre förbereder med kaffe, lägger upp bullar, kollar kassan och sådana saker. 8.00 öppnar caféet och då skall smörgåsarna vara klara och efter det började jag på med dagens lunch. Jag hade ju förberett mig väl under söndagen så det var lätt att bara fylla pajskalen med den planerade fyllningen. Jag lade sedan in den första av sammanlagt fyra pajer i ugnen. Under tiden gjorde jag nudelsalladen som skulle vara dagens påskinspirerade sallad på buffén, där uppstod ett litet problem. Jag hittade inte nudlarna, men vi löste det bra. Hon som kom till arbetet till klockan tio var i god tid så hon hade tid att åka till närliggande butik och köpa några paket med nudlar. Under tiden som hon var borta gjorde jag den grönsallad som skulle serveras med pajen och även en grönsallad till buffén. När hon kom tillbaka kokade jag nudlarna och blandade ihop salladen och hon blandade ihop den potatissallad jag hade förberett till. Runt halv elva förde vi ut salladsbuffen och ställde den i ordning. Lunchen pågår mellan 11.00-13.00 och under den tiden lade jag upp den varma maten och de andra såg till att salladsbuffen var i sin ordning och skötte kassan. Redan efter en timme hade den varma maten gått åt. När lunchen var slut städade vi undan den och vissa gick hem för dagen. Jag fortsatte att förbereda det jag kunde inför nästa dag och sedan var första dagen förverkligad.

10.3.2 Tisdag

På tisdag morgon var vi tre stycken som började halv åtta, orsaken till det var att vi hade en kaffebeställning åt 20 personer som skulle vara klar till åtta. Efter det började min med hjälpare på med ostfyllningen till de pinchos som skulle vara på salladsbuffén. Ostfyllningen spritsade hon ut på batongskivor, lade de på fat och dekorerade. Jag tog fram de kycklingfiléer som blev förstekta på måndagen och lade dem i formar tillsammans med buljong och satte in i ugnen på låg värme. Under tiden det var i ugnen, så gjorde jag klart melonsalladen som skulle vara på buffén. Olika melonsorter hade blivit skurna dagen innan så det var bara att skära rödlöken, blanda ihop och strö fetasten på så var melonsalladen klar. Till

tsatskisaåsen hade jag rivit gurkan och lagt den i en sil över natten för att få bort så mycket vätska som möjligt. Så jag blandade den rivna gurkan med yoghurt, salt, peppar och lite citronsaft.

När lunchen var igång började jag med att koka färskpastan efterhand, för den är som godast då. Men när det började komma mycket folk på en gång funkade det inte, det tog för lång tid och det resulterade i att pastan klibbade ihop och såg inte alls så trevlig ut i slutet av lunchen. Innan jag avslutade mitt skift på tisdagen så gjorde jag och en annan köttfärslimporna klara så det bara skulle vara att lägga dem i ugnen på onsdag morgon.

10.3.3 Onsdag

Även på onsdag morgon var vi tre stycken som började halv åtta, för vi hade en tårt- beställning som skulle levereras före klockan nio. Men det skötte de andra och jag hade fokus på varmrätten och salladerna. Jag lade in köttfärslimporna i ugnen, och kokade sedan ägg som jag halverade. Sedan var det min medhjälpare som fyllde halvorna, det blev så många halvvaror så jag räknade ut att det skulle räcka en åt varje som åt varmrätt också fast det till en början var tänkt att det skulle vara enbart till salladsbuffen. Då kom jag på att det kan vara som en liten överraskning och som tröst för att det inte blev lammfärs utan vanlig köttfärs till limporna. När jag skulle ta ut limporna ur ugnen märkte jag ett litet problem, jag hade lagt de tre limporna på en och samma plåt, en plåt utan någon högre kant. Jag hade inte tänkt på hur mycket vätska de tappat under tillagningen. Plåten hade svämmat över med all köttsaft och det hade runnit ut i hela ugnen. Men jag fick ut limporna iallafall och kunde då stänga av ugnen och tvätta den.

När lunchen drog igång hade den varma maten en så snabb åtgång att jag knappt hann med, det var till och med kunder som ringde under förmiddagen och reserverade en portion så att de inte skulle gå miste om dagens lunch. Kunderna började också under lunchen säga nej till enkäterna för att de redan hade fått en tidigare i veckan, men hon som stod i kassan sa att det är en ny dag och ny maträtt att bedöma vilket gjorde att vissa kunder då tog emot enkäten.

På eftermiddagen stekte jag strimlad kyckling som skulle vara till en sallad nästa dag, jag hackade även tillbehören klart till salladen. En annan ur personalen skalade färdigt potatis till potatismosen och jag putsade och marinerade ytterfilén. Denna eftermiddag började de första enkäterna komma in till caféet.

10.3.4 Torsdag

Torsdagen var den sista dagen på min temavecka. Detta på grund av att långfredagen inföll och caféet hade stängt under hela påskhelgen.

Morgonen var en vanlig morgon utan några beställningar, så vi var två stycken som hade hand om allt. Denna morgon var det jag som skötte om kassan och kunderna fram till klockan nio, detta kunde jag göra eftersom jag hade min medhjälpare att göra salladerna och jag hade lagt potatisen att koka och köttet in i ugnen, så det skötte sig själv. Under morgonen kom det in flera enkäter med den intrena posten på sjukhuset vilket var roligt när det började komma in någon respons på det jag hade gjort.

När köttet hade nått den rätta innertemperaturen skar jag upp det, sedan berättade jag för de andra hur vi skulle lägga upp maten idag. Halv elva dök de första lunchgästerna upp, maten var klar så det var inga problem. Ett större problem var att få kunderna att fylla i enkäterna, för det var nästan bara kunder som hade ätit flera gånger under veckan som var där och åt den dagen.

11 KUNDUNDERSÖKNING

En kundundersökning gjordes i samband med temaveckan för att få reda på vad kunderna tyckte om temaveckan och vad de tyckte och tänkte om maten.

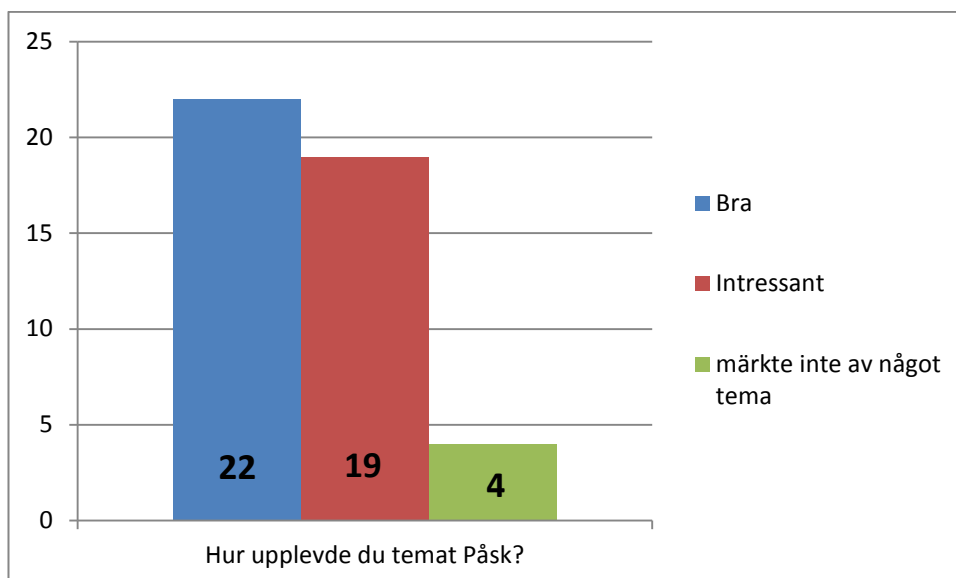
Den metod jag valde för att undersöka min temavecka var den kvantitativa undersökningsmetoden. Jag använde mig av en enkät på papper som fylldes i av kunderna efter de hade ätit sin lunch. Anledningen till att jag har valt att ha enkäter är för att det är förmånligt och för att denna metod lämpade sig bäst i denna undersökning.

Under temaveckans lopp var det cirka 30 enkäter som delades ut dagligen samtidigt som kunden betalade sin lunch. Antalet enkäter som delades ut berodde på ifall personalen kom ihåg att fråga alla som kom och köpte lunch ifall de ville fylla i. Kunden fick sedan i lugn och ro fylla i den anonymt efter de hade ätit och lämna in den åt någon i cafépersonalen. De som tog med sig maten tog ju även med sig enkäten och de fick lämna in den senast veckan efter vid Café Malmia.

Antalet ifyllda och inlämnade enkäter var 41 stycken. I fråga ett fanns det flera svarsalternativ och då hade några kunder valt att fylla i flera än ett alternativ, vilket gör att på första frågan har jag fått flera svar än inlämnade enkäter.

11.1 Hur kunden upplevde temat

I den första frågan ville jag veta hur kunden upplevde temat. Vissa kunder hade fyllt i att det var både bra och intressant med temaveckan, men av de 41 ifyllda enkäterna var det 22 stycken som tyckte det var bra och 19 stycken som tyckte det var intressant och enbart fyra stycken som inte märkte av något tema. (Figur 1)



Figur 1. Hur kunden upplevde temat. N = 45

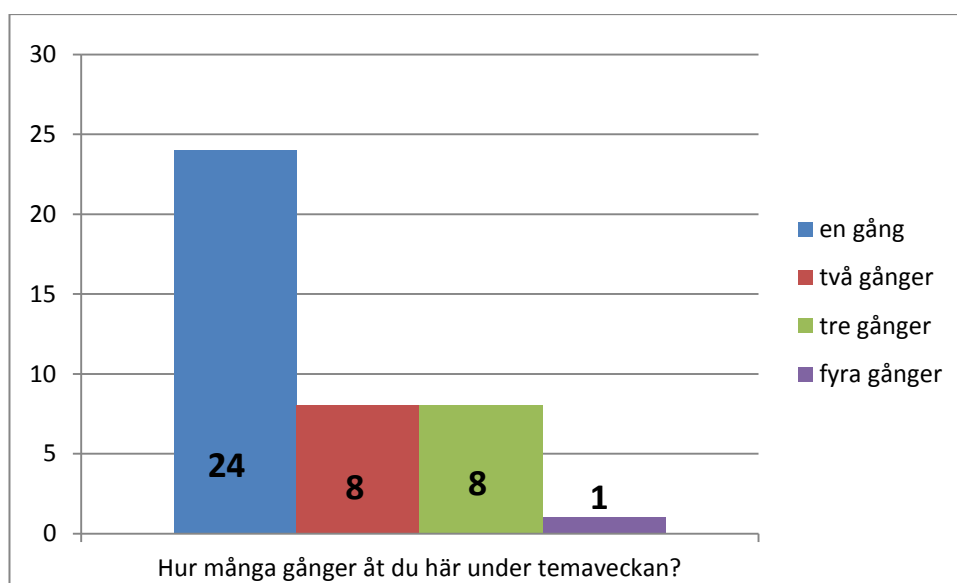
11.2 Kundernas intresse av flera temaveckor

I följande fråga på enkäten undrade jag ifall det fanns intresse bland kunderna att ha flera temaveckor. Det var 38 personer som svarade på denna fråga och endast en var inte intresserad av flera temaveckor.

Av de 37 som var intresserade av fler temaveckor så hade 14 stycken gett förslag på olika temaveckor. Det var tre teman som de flesta var intresserade av och det var mat från olika länder, grönsakstema och olika årstider.

11.3 Antal luncher kunden åt under temaveckan

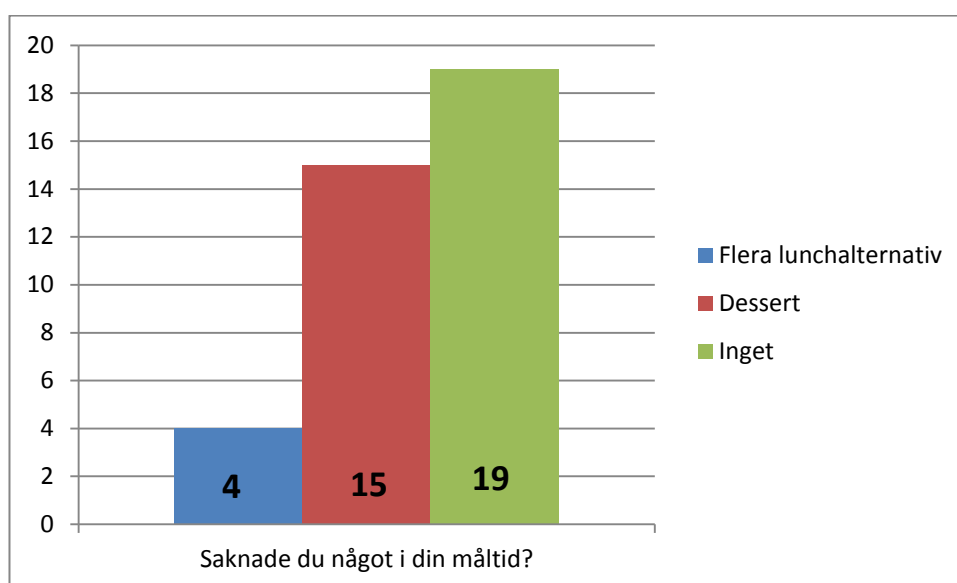
Eftersom Café Malmia är ett av flera lunchställen man kan välja på vid sjukhuset, ville jag få reda på hur många gånger kunderna valde Café Malmia under veckan. Av de 41 svaren jag fick så var det endast en som hade ätit sin lunch varje dag vid Café Malmia. Det var 24 personer som åt en gång och 16 personer som åt mellan två och tre gånger under temaveckan.



Figur 2. Antal luncher kunden åt under temaveckan. N = 41.

11.4 Saknade kunden något i sin måltid

De flesta som åt under temaveckan var stamkunder vilket betyder att de äter sin lunch ofta vid Café Malmia. Därför ville jag veta ifall de saknade något i sin måltid, av de 38 personer som svarade på frågan så var det 19 stycken som var nöjda med sin lunch och inte krävde mera. Men 15 personer ville ha dessert efter lunchen, detta är kanske något man kan införa men det kan leda till att lunchpriset blir högre vilket kan i sin tur leda till att kunderna inte är villiga att betala en högre summa. Fyra av de 38 som svarade ville ha flera lunchalternativ.



Figur 3. Saknade kunden något i sin måltid. N = 38.

11.5 Kundens bedömning av den varma maten

Under temaveckan serverades det en varmrätt om dagen, i enkäten som delades ut fick kunden bedöma maträtten genom att svara på fyra olika påståenden. Man skulle svara på påståendena genom en skala mellan ett och fem där ett motsvarade stämmer inte och fem motsvarade stämmer. Maträtterna bedömdes dagligen men frågan var ställd på samma sätt och hade samma svarsalternativ alla dagar och de som endast åt salladsbuffé svarade inte på denna fråga.

11.5.1 Påskpaj med sallad

Måndagens lunch bestod av en påskpaj som serverades med en grönsallad. På det första påståendet undrade jag om kunden tyckte maträtten var god. Av de nio svar jag fick så var det tre som tyckte det stämde, tre som tyckte det stämde delvis och tre stycken som tyckte det varken stämde eller stämde inte.

I det andra påståendet undrade jag om maträtten passade till temat påsk. Alla nio svar var överens, fem stycken tyckte att det stämde och fyra personer svarade att det stämde delvis.

I tredje påståendet ville jag veta ifall kunden kunde tänka sig äta maträtten igen. Två av nio ville inte äta den på nytt och de fem andra ville äta den på nytt.

I det fjärde påståendet undrade jag om maträtten krävde mera kryddor. Alla nio hade svarat att ingen mer krydda krävdes.

11.5.2 Kycklingfilé med färskpasta och tsatisikisås

Lunchen på tisdagen bestod av kycklingfilé med färskpasta och tsatisikisås. 12 personer svarade på denna enkät. Av dessa 12 svar var det en person som inte tyckte maten var god. Resten tyckte det stämde att maten var god. Även i det andra påståendet om maträtten passade till temat så var det en som inte tyckte att det stämde och 11 som tyckte temat passade.

I det tredje påståendet var det delade meningar. Av de 12 svaren så var det två stycken som inte skulle äta maträtten igen, en som inte visste och nio stycken som skulle äta maträtten igen. Men i det sista påståendet så tyckte hälften att maten var bra kryddad och andra hälften att maträtten krävde mera kryddor.

11.5.3 Lammfärslimpa med sallad

Onsdagens lunchalternativ bestod av köttfärslimpa som serverades tillsammans med en grönsallad. Det var svårt att få tag på lammfärs vilket resulterade i att jag fick använda mig av vanlig nötfärs, vilket var en besvikelse bland vissa kunder.

Men som ett plåster över såret så lade jag med två ägghalvor som var fyllda, vilket uppskattades av kunderna.

Denna dag var det 14 stycken som fyllde i enkäten, av dessa 14 var det alla utom en som tyckte maten var god. I det andra påståendet om temat påsk så svarade 11 att maträtten passade till temat och de resterande tre personerna svarade stämmer inte, stämmer delvis inte.

Alla 14 personer var av den åsikten att de ville äta maträtten igen och på sista påståendet var det sju stycken som tyckte att maträtten krävde mera kryddor och åtta stycken som tyckte det var bra kryddat.

11.5.4 Påskgrisfilé

På torsdagen serverade jag grisfilé som var marinerad i påsk must, därav namnet påsk-grisfilé. Detta serverades tillsammans med potatismos och en kall örtsås.

Denna dag var det endast två stycken som svarade på enkäten. Och de båda svarade precis lika på den tre första påståenden. I första så tyckte båda att maten var god, i andra så tyckte de att det stämde delvis med temat. De var osäkra på om de ville äta maträtten igen, svaret var varken stämmer eller stämmer inte. I det sista påståendet tyckte de olika, den ena ville ha mera kryddor men inte den andre.

11.6 Kundens egna ord

Till sist på enkäten fanns det rader för kunden att skriva övriga kommentarer. Det var 23 personer som hade skrivit en kommentar. Sju stycken tyckte att det var gott och bra med en temavecka. Sju stycken saknade sås till sin portion, en ville även ha lingonsylt till sin köttfärslimpa. De övriga kommentarerna var gällde olika saker såsom bra service, trevligt med ett påskinspirerat band runt enkäten, brödet vid salladsbuffén är så gott, bra initiativ till temavecka, för liten portion, lammfärs saknades och tillslut flera som tackade och önskade mig lycka till.

12 SAMMANFATTNING AV KUNDUNDERSÖKNINGEN

Efter att temaveckan utfördes så analyserades temaveckan och trovärdigheten i undersökningen bland kunderna.

Validitet och reliabilitet är viktiga begrepp när man ska bedöma kvaliteten i en kvantitativ undersökning. Validiteten i sig är ett mått på hur väl enkäten mäter det som ska mätas så ingenting annat mäts. Reliabilitet mäter om resultaten blir liknade eller samma ifall undersökningen genomförs på nytt någon gång. (Wikner, 2013)

Eftersom det var så få enkäter som blev ifyllda av kunderna kan man inte säga att denna undersökning är trovärdig, inte heller att man skulle få samma resultat ifall man skulle göra samma undersökning på nytt. Orsaken till att det kom så få enkätsvar tillbaka tror jag har att göra med att nästan 90 % av matgästerna tar med sig sin mat upp till avdelningarna och kanske inte har något ärende ner till caféet på nytt under veckans lopp och då glömdes enkäten bort och blev liggande någonstans.

I enkäten var det meningen att frågorna skulle ge svar på hur temaveckan upplevdes, ifall det fanns intresse för flera temaveckor och hur maten smakade. Jag ville inte ha en lång och invecklad enkät eftersom lunchpausen inte är så lång så då var tanken att det inte skulle ta någon lång stund att fylla i enkäten.

12.1 Kundernas utvärdering

Kundmängden under veckan var under det normala, detta på grund av påskveckan och sjukhuspersonalen tog tillfälle att ta ut semesterdagar. Men det led salladsbuffén av, inte den varma maten, för den gick åt varje dag. Kundernas reaktion när de såg att det var något speciellt på gång var positiv och de undrade hur det kom sig att det var sådan mat denna vecka. Även veckan efteråt var det kunder som frågade efter maten från temaveckan.

13 SAMMANFATTNING OCH DISKUTION AV TEMAVECKAN

Kunderna, uppdragsgivaren och jag är nöjda med den temavecka som utfördes under påskveckan. Att jag valde att göra ett projekt som lärdomsprov är jag glad över eftersom jag jobbar som bäst när jag får använda mig av mina händer och tillverka något.

13.1 Menyn och temat

När jag valde tema så kollade jag kalendern hur min tidplan såg ut och var en temavecka skulle passa in på våren. Jag räknade med att det skulle ta sin tid att planera och fundera på en temavecka så valde jag att utföra den sista veckan i mars, på så sätt fick jag ingen panik tidsmässigt och kunde på så sätt planera i lugn och ro. När jag då upptäckte att påskveckan inföll då så tyckte jag att det passade utmärkt med påsktema. Nu i efterhand märkte jag att det var ganska svårt att få tag på sådana råvaror som är relaterade till påskan och på så sätt kanske inte fick den meny jag ville, men jag gjorde så gott jag kunde av situationen.

13.2 Utförande av temaveckan

Jag hade ansvaret och ledde arbetet i köket alla dagar, det gick bra hela veckan och utan några större problem. Vi var två stycken som gjorde maten med hjälp av de recept jag hade valt. Recepten var lätta att förstå och lätta att tillaga. Även storleken på recepten var planerade så att all varm mat kunde göras samtidigt och det hade jag tänkt extra på eftersom köket vid caféet är extremt litet. Så det blev runt 40 varma matportioner dagligen och de gick åt, så inget svinn.

13.3 Enkäten

Enkäten var svår att göra märkte jag när jag satte mig ner några veckor före själva temaveckan och skulle göra en kort och lättförståelig enkät. Men tillslut fick jag ett resultat som var godkänt. I enkäten frågade jag hur de upplevde temaveckan på den frågan fyllde kunderna i flera alternativ såsom bra och intressant. Jag frågade även hur många gånger de hade valt att äta vid caféet under veckan och om flera

temaveckor vore intressant. Intresset för temaveckor var höga så i framtiden ifall man vill undersöka en temavecka, tror jag man måste tänka om med enkäten så man skulle få in flera svar.

När jag sedan började analysera enkäten märkte jag att ett alternativ på vad man tyckte om maten hade fallit bort från den finska enkäten vilket var synd. Jag märkte också i efterhand att flera kunder hade missuppfattat hur man skulle fylla i vad man tyckte om den varma maten för vissa hade suddat över siffran ett på flera enkäter och sedan ringat in nummer fem istället, detta tror jag berodde på att de trodde ettan betydde att det stämde med deras åsikt och inte andra vägen.

13.4 Personalens synpunkter

Personalen jag jobbade med sa flera gånger under veckans lopp hur roligt och skönt det var att jag var där och ordnade denna temavecka. De sa också vilken lättnad det var när jag hade allt ansvar och de slapp att tänka på matlagningen för en vecka. Det som de tyckte var synd var att det bara var en vecka.

På grund av att det kommer att hända förändringar angående luncherna vid café Malmia, så kommer det vara svårt att anordna temaveckor på nytt. Kanske efter några år men inte i nuläget.

13.5 Övrigt

Med facit i hand kan man säga att med bra planering och bra förhandarbete så är det inte alls svårt att utföra en temavecka. Och detta är något man kan göra flera gånger om med olika teman för det uppskattas av kunderna och även personalen som får bryta det vanliga mönstret.

KÄLLOR

Böcker

Andersson, A. 1997. Budgetering – en introduktion. Malmö. Liber

Ax, C. Johansson, C. och Kullén, H. 2006. Den nya ekonomistyrningen, Malmö. Liber.

Börjeson, L och Lisiderius, S. 1998. Att leda ett projekt. Första upplagan. Huddinge. Kjellis offset.

Finlands svenska marthaförbund rf. 2005. Kok Bok för alla. Helsingfors. Oy nord print Ab.

Halling, B. 1994. Måltider och matsedlar. Värnamo. Fälth & Hässler.

Kullén, H. 2009. Budget och budgetering. Malmö. Liber.

Larsson, O. 1998. Handbok i projektarbete. Arlöv. Semcon och Liber AB.

Lehtinen, M. Peltonen, H. Och Talminen, P. 2007. Handbok i matlagning. Tredje upplagan. Jyväskylä. Gummerus Printing.

Lönngren, B. 2006. 100 läckra pajer. Sundbyberg. Bokförlaget Semic.

Manninen, J. 1996. Marknadsföring av måltidsservice. Andra upplagan. Vanda. Utbildningsstyrelsen.

Paulsson, B. 2010. Rutiga kokboken. Upplaga 8. Ica Bokförlag.

Elektroniska publikationer

E	mind.	Hänvisat	28.4.2015
http://www.e-mind.se/marknadsfoering-tjaenstemarknadsfoering.php			

Ica.		Hänvisat	12.3.2015
http://www.ica.se/recept/paskagg-5501/			

Ica.		Hänvisat	12.3.2015
http://www.ica.se/recept/tzatziki-1526/			

Lykta	affärsutveckling.	Hänvisat	28.4.2015
http://www.lykta.se/marknadsforing.htm			

Mat	magasinet.	Hänvisat	12.3.2015
http://viewer.zmags.com/publication/a18fde2a#/a18fde2a/4			

Marknadsföring av ditt företag. Hänvisat 19.3.2015
<https://www.verksamt.se/starta/marknadsfor-ditt-foretag>

Metoddoktorn. 21.4.2015
<http://www.eki.mdh.se/Kurshemsidor/foretagsekonomi/robhan/reliabilitet.htm>

Udd, A. 2014. Ledarna sveriges chefsorganisation. Hänvisat 27.4.2015
<http://www.ledarna.se/sv/Chefsguider/Ledarskap/Att-leda-projekt/Projektledarens-roll/>

Wernor. Hänvisat 28.4.2015
http://www.wernor.se/kommunikation_vad_varfor_nar_hur.html

Wikner, R. 2013. Specialpedagogiska institutionen. Hänvisat 21.4.2015
<http://www.specped.su.se/sj%C3%A4lvst%C3%A4ndigt-arbete/3-att-skriva-sj%C3%A4lvst%C3%A4ndigt-arbete/trov%C3%A4rdighet-validitet-reliabilitet>

Hej, jag heter Nicolina Bondegård och studerar till restomon med inriktningen restaurangservice vid Vasa yrkeshögskola.

Jag har i samband med mitt lärdomsprov planerat och utfört denna påsk temavecka, så jag skulle vilja veta hur du har upplevt denna temavecka.

Jag skulle vara väldigt tacksam om du tog dig några minuter för att svara på mina frågor. Den ifyllda enkäten lämnas in vid caféet senaste **måndag 6.4.2015**.

Tack så mycket på förhand!

1. Hur upplevde du temat Påsk? Ringa in ditt svar.
 - a. Bra
 - b. Intressant
 - c. Märkte inte av något tema

2. Skulle du vara intresserad av flera temaveckor? Ringa in ditt svar.
 - a. Ja. Förslag till tema? _____
 - b. Nej

3. Hur många gånger har du ätit här under temaveckan? _____

4. Saknade du något i din måltid?
 - a. Flera lunchalternativ
 - b. Dessert
 - c. Inget

Ifall du inte åt varmrätt hoppa över fråga 5!

5. Vad tyckte du om den varma maten? Svara på dessa påståenden genom att ringa in det svarsalternativ som stämmer överens med dina svar. (1=stämmer inte, 2= stämmer delvis inte, 3= varken stämmer eller stämmer inte, 4=stämmer delvis, 5=stämmer)

God	1	2	3	4	5
Passade till temat	1	2	3	4	5
Äta maträtten igen	1	2	3	4	5
Mera kryddor	1	2	3	4	5

Övriga kommentarer:

Hei, olen Nicolina Bondegård ja opiskelen ravintolaalan restonomiksi Vaasan ammattikorkeakoulussa.

Opiskelunäytetyössäni suunnitellut ja valmistellut pääsiästeema viikon, haluisin tietää sinun mielipitesseen.

Olisin todella kiitollinen jos ajastasi liikenisi muutama minuutti ja vasraisit kysymyksiini. Palautaa lomake kahvilaan viimesiteen maanantaina 6.4.2015.

Kiitoksia paljon, jo etukäteen!

1. Miten kokeilit pääsiäis teemaa? Ympäröi vastauksesi.
 - a. Hyvää
 - b. Mielenkiintoinen
 - c. Ei huomannut mitään teemaa

2. Olisitko kiinnostunut usamastai teemaaviikkoista? Ympäröi vastauksesi.
 - a. Kyllä. Ehdotus? _____
 - b. Ei

3. Kuinka monta kertaa olet syönyt täällä teemalla viikolla?

4. Puuttuiko mielistäsi jotain sinun ateriasasi?
 - a. Lisää luonas vaihtoehtoja
 - b. Jälkiruokaa
 - c. Ei mitään

Jos et syönyt lämminruokaa jätä kysymys 5 vastaamatta.

5. Mitä tykkäsit lämpimästaruoasta? Vastaa näihin väitteisiin ympäröimällä se vastausvaihtoehto joka sopii parhaiten sinun mielestäsi. (1=täysin eri mieltä, 2=osittain eri mieltä, 3=ei tiedä, 4=osittain samaa mieltä, 5=täysin samaa meiltä)

Maistui hyvältä	1	2	3	4	5
Sopi temaan	1	2	3	4	5
Enemmän mausteita	1	2	3	4	5

Muita kommentteja:

PÅSK LUNCHMENY

Måndag 30.3	Påskpaj med grönsallad
Tisdag 31.3	Kycklingfilé med färskpasta och tsatsikisås
Onsdag 1.4	Lammfärslimpa med sallad
Torsdag 2.4	Grisfilé marinerad i påskmust med potaitsmos

SALLADSBUFFÉ

Måndag 30.3	Nudelsallad
Tisdag 31.3	Pinchos med örtost, melonsallad
Onsdag 1.4	Fyllda ägghalvor
Torsdag 2.4	Kycklingsallad

Recept för måndagen den 30.3.2015**Nudelsallad**

1kg risnudlar
2kg räkor
1st vitkål
5st salladslök
5dl cashewnötter

Dressing

4st färsk chili
3dl limejucie
6msk fisksås
4msk mango chutney

- Koka nudlarna och skär kålen i tunna strimlor
- Kärna ur och finhacka chilifrukten, blanda i med resten av ingredienserna till dressingen och håll hälften på den strimlade kålen
- Strimla löken och rosta nöterna i en torr stekpanna
- Vänd ihop nudlar, salladslöken, räkor och resten av dressingen
- Vänd ner kålen och nöterna strax före servering

Färgglad skinkpaj

2kg färgglada paprikor
1st purjolök
5msk smör
500g ost
1kg skinka
10st ägg
1l mjölk
salt
svartpeppar

- Hacka purjolöken och paprika i lagom stora bitar och fräs dem i stekpanna
- Fördela purjolöken, paprikan och skinkan i pajskalet
- Strö osten på
- Vispa samman ägg, mjölk, salt och peppar. Häll smeten i formen.
- Grädda av pajen

Recept för tisdagen 31.3.2015**Tzatziki**

2l naturell yoghurt
3st gurka
3st vitlöksklyftor
salt

- Skölj gurkan och riv den på grövsta sidan på råkostjärnet. Lägg i en tråd sil och strö över salt. Låt rinna av i 30 minuter. Krama ur saften med handen.
- Rör ihop yoghurt, pressad vitlök, gurkan, oregano och olivolja

Pinchos med örter

50st baguetteskivor
1kg färskost
5dl örter av olika slag
3tsk salt
3krm peppar
6msk olivolja

- Rosta baguetteskivorna på plåt i 250° ugn 2-3min
- Blanda färskosten med örter, salt, peppar och olivolja
- Bred osten på skivorna och dekorera med örter

Melonsallad

2st vattenmelon
2st cantaloupmelon
2st rödlökar
500g fetaost
4msk citronsaft
2msk olja
salt
peppar

- Skala, kärna ur och tärna melonerna
- Skala och strimla löken mycket tunt
- Blanda allt i en skål och strö smulad fetasost på
- Salta och peppra

Recept för onsdagen den 1.4.2015**Lammfärslimpa**

5paket bacon

6st äpplen

2st purjolök

5kg lammfärs

salt

peppar

fin hackad persilja

5msk olivolja

- Sätt ugnen på 200grader
- Strimla baconet och stek det, skala och riv äpplet och finhacka purjolöken
- Blanda färsen med salt och peppar. Blanda i purjolöken, äpplen, persilja och bacon.
- Forma färsen till en limpa och lägg den i en ugn form
- Pensla limpan med olja och in i ugnen i 30-40 min, minska värmen efter 15min till 175grader

Heta ägg

20st ägg

1st knippe gräslök

1dl crème fraiche

4msk mango chutney

tabasco

paprikapulver

- Hårdkoka äggen
- Finhacka gräslöken. Skala och dela äggen. Ta ut gulorna.
- Mosa gulorna med crème fraiche, mango chutney, lite tabasco och salt. Rör i gräslöken.
- Fördela i ägghalvorna
- Pudra över paprikapulver

Recept för torsdagen den 2.4.2015**Marinad till grisfilén**

2 1/2 dl påsk must
 1/2 dl rapsolja
 1-2 tsk sambal oelek
 1/2 msk kinesisk soya
 1/2 finriven vitlök

Sås till grisfilén

5dl creme fraiche
 1st pressad vitlöksklyfta
 1msk chilisås
 salt

- Rör ihop alla ingredienser och lägg sedan köttet i marinade i minst tre timmar
- Grilla filen till 70 grader
- Rör ihop alla ingredienser till såsen och låt stå kallt några timmar innan servering

Kycklingsallad

2kg strimlad kyckling
 5msk olivolja
 3msk soja
 500g sockerärter
 3st röda paprika
 20st rädisor
 3tsk salt
 3krm peppar
 Strimlad sallad

Dressing

4st äggulor
 4msk senap
 2st vitlöksklyfta
 3msk vitvinsvinäger
 4msk honung
 3-4dl olja
 2tsk salt

- Till dressingen blanda i en skål äggula, senap, vitlök, vinäger och honung. Vispa med elvisp och tillsätt oljan försiktigt i en fin stråle. Smaksätt med salt
- Hetta upp en del av oljan i en stekpanna. Stek kycklingen, håll över soja. Låt svalna
- Skär sockerärterna i bitar, likaså paprikan och rädisorna i skivor. Fräs grönsakerna i resten av oljan, tillsätt kycklingen och håll på hälften av dressingen. Smak sätt med salt och peppar
- Låt svalna, tillsätt sedan den strimlade salladen och resten av dressingen