



**KAHVILAKONSEPTIN
TUOTEVALIKOIMAN IDEOINTI
TOISELLE ASTEELLE**

Tampereen Ateria

Sanna Laitinen

Opinnäytetyö
Helmikuu 2015
Palvelujen tuottamisen ja
johtamisen koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

SANNA LAITINEN:
Kahvilakonseptin tuotevalikoiman ideointi toiselle asteelle
Tampereen Ateria

Opinnäytetyö 51 sivua, joista liitteitä 2 sivua
Helmikuu 2015

Opinnäytetyössä ideoitiin tuotevalikoima toisen asteen kahvilakonseptille. Työssä haettiin vastauksia kysymyksiin: millainen on kahvilakonseptiin sopiva tuotevalikoima, mitä asiakkaat haluavat ja mitkä ovat toimeksiantajan toiveet. Toimeksiantaja Tampereen Ateria yhtenäistää kahvilapalvelut toiseen asteen toimipaikoissa, joissa se on ateriapalvelujen tuottajana. Opinnäytetyön teoriaosuudessa tutustuttiin ravitsemuksellisiin tekijöihin ja aisteihin makujen välittäjinä. Aihealueeseen tutustuminen suositusten, tutkimusten ja vallitsevien trendien kautta oli keskeisessä asemassa. Toisen asteen opiskelijoiden kahvilakäyttäytymistä ja toiveita tutkittiin kyselytutkimuksen avulla. Kyselytutkimus toteutettiin sekä määrällisiä että laadullisia menetelmiä käyttäen. Toisten toimijoiden tuotevalikoimiin tutustuttiin benchmarkkauksen avulla.

Toteutetun kyselyn tuloksista selvisi, että kahvilapalveluja käytetään useimmin iltapäivisin. Kahvilasta ostetaan eniten leipätuotteita, makeisia ja leivonnaisia. Juomista suosituimpia olivat kahvi ja virvoitusjuomat. Tuotevalikoimaan toivottiin terveellisempiä tuotteita, vaihtelevuutta, erityisruokavalioiden parempaa huomioimista ja edullisempaa hintatasoa. Asiakkaiden ja toimeksiantajan toiveiden pohjalta lähteneen ideoinnin lopputuloksena syntyi välipalapainotteinen perustuotevalikoima Tampereen Aterian kahvilakonseptille. Tuotevalikoimassa on huomioitu suomalaiset ravitsemussuositukset, aistittavat ominaisuudet, trendien vaikutus ja soveltuvuus moneen erityisruokavaliioon sekä valmistamisen vaivattomuus ja tuotteiden monikäyttöisyys. Ideoidut tuotteet antavat ne valmistaville mahdollisuuden käyttää ammattitaitoaan lopullisen toteutuksen suhteen.

Toisen asteen opiskelijat tarvitsevat vielä ohjausta terveellisten välipalojen valintaan. Yleisesti on tiedossa terveellisen välipalan kriteerit, mutta helposti sorrutaan satunnaisesti nautittaviksi suositeltuihin vaihtoehtoihin. Kahvilapalveluja tarjoavan tahon on huomioitava tämä saatavuudessa ja esille laitossa. Ideoidun tuotevalikoiman oheen suunniteltu kiertävä kausituotevalikoima olisi luonteva jatkotoimenpide perustuotevalikoiman rinnalle. Jatkotutkimusaiheena voitaisiin tutkia, miten toisen asteen opiskelijat ovat ottaneet vastaan ideoidun tuotevalikoiman.

ABSTRACT

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

LAITINEN, SANNA:
Product Selection for High Schools
Tampereen Ateria

Bachelor's thesis 51 pages, appendices 2 pages
February 2015

This thesis planned a product selection for a high school cafeteria concept for the client Tampereen Ateria, which provides a standardized meal service to high schools. Using quantitative and qualitative survey methods, the following questions were studied: what is an appropriate product selection, what do the cafeteria customers want, and what are the needs of the client. Nutritional and sensory factors were considered.

According to the surveys, bread products, sweets and pastries are sold most. Coffee and soft drinks are the most popular beverages. Students indicated that they want healthier products, more variety, more consideration of special dietary needs, and lower prices. Considering both the students' and the cafeteria's wishes, a basic product selection of snacks was conceptualized for the client.

High school students still need guidance in making healthy snack choices. Information is available about what is a healthy snack, but it is easy to choose something more enjoyable on the spur of the moment. Cafeterias need to take into consideration the availability of such products. A rotating seasonal selection of products can easily be offered alongside the basic selection of products that was recommended. A follow up project can be made about how the students have responded to the new product selection.

Key words: snack, nutrition, taste, sense

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	LÄHTÖASETELMAT.....	6
2.1	Tampereen Ateria	6
2.2	Vastuullinen toiminta.....	6
2.3	Kahvilakonsepti	8
2.4	Trendeistä.....	9
3	RAVITSEMUKSELLISET TEKIJÄT	11
3.1	Suomalaiset ravitsemussuositukset.....	11
3.2	Koulu ruokailusuositukset	14
3.3	Erityisruokavaliot.....	15
3.4	Nuorten ruokailutottumukset	17
3.5	Välipalalla on väliä	18
4	AISTIT MAKUJEN VÄLITTÄJINÄ	20
4.1	Viisi aistia	20
4.2	Aistittavien ominaisuuksien havaitseminen.....	23
5	TUTKIMUSMENETELMINÄ KYSELY JA BENCHMARKKAUS	26
5.1	Asiakkaan toiveiden selvittäminen kyselyllä.....	26
5.1.1	Kyselyn toteuttaminen	27
5.1.2	Kyselyn tulokset.....	28
5.1.3	Tulosten kertomaa.....	35
5.2	Benchmarkkauksella ideoita toisaalta.....	36
6	TUOTEVALIKOIMAN IDEOINTI	39
6.1	Ideointi	39
6.2	Tuotevalikoima	40
6.3	Tuotevalikoimasta.....	42
7	POHDINTA.....	44
	LÄHTEET.....	48
	LIITTEET	50
	Liite 1. Saate.....	50
	Liite 2. Kyselylomake	51

1 JOHDANTO

Laissa on säädetty, että toisen asteen opiskelijoilla on oltava mahdollisuus välipalaan koulupäivän aikana. Tarkoituksena on taata oppilaiden hyvinvointi, terveys ja vireystaso. Tähän haasteeseen Tampereen Ateria vastaa uuden kahvilakonseptin avulla. Tampereen Ateria tuottaa kuuden lukion ja kymmenen Tredun toimipisteen ateriapalvelut Pirkanmaan alueella. Konseptin avulla nykyiset kahvilat yhtenäistetään ja tarjotaan opiskelijoille samanlaiset mahdollisuudet välipalaan opiskelupaikasta riippumatta.

Opinnäytetyössä ideoidaan kahvilakonseptille perustuotevalikoima. Ideoinnissa otetaan huomioon asiakkaiden toiveet, vallitsevat trendit, ravitsemukselliset tekijät, aistittavat ominaisuudet ja Tampereen Aterian arvot ja resurssit. Opinnäytetyössä haetaan vastauksia kysymyksiin. Millainen on kahvilakonseptiin sopiva tuotevalikoima? Mitä asiakkaat haluavat? Mitkä ovat toimeksiantajan toiveet? Ideointi rajataan koskemaan kahvilakonseptin perustuotevalikoimaa, valmistettavia suolaisia ja makeita tuotteita.

Toisen asteen opiskelijoiden kahvilan käyttöä ja toiveita selvitetään kyselyn avulla. Kyselyn toteuttamisessa ja analysoinnissa käytetään sekä laadullisia että määrällisiä menetelmiä. Benchmarkkauksella selvitetään toisten toimijoiden tuotevalikoimia. Nuorten ruokailutottumuksista ja välipalojen nauttimisesta on tehty useita tutkimuksia, niin Suomessa kuin ulkomailla. Opinnäytetyöhön on valikoitunut muutama tarkoituksenmukainen tutkimus.

Työn lopputuloksena on asiakkaiden ja toimeksiantajan toiveiden pohjalta ideoitu, helposti toteutettava, toimiva ja johdettu tuotevalikoimakokonaisuus. Ravitsemussuositukset täyttävät, moniin erityisruokavalioihin soveltuvat ja helposti muunneltavat tuotteet tarjoavat terveellisen välipalavaihtoehdon, satunnaista herkuttelua unohtamatta. Syntyneet tuote-ehdotukset esitellään Tampereen Aterian tuotekehitykselle ja luovutetaan tuotetietoineen Tampereen Aterian käyttöön.

”Ruokapöydän ilot kuuluvat niin köyhille kuin rikkaille, kaikille ikäluokille ja kaikille kansoille, vuoden kaikkina päivinä, ne voidaan yhdistää kaikkiin muihin nautintoihin ja ne jäävät viimeisinä lohduttamaan näiden ehtyessä” (Brillat-Savarin, 25).

2 LÄHTÖASETELMAT

2.1 Tampereen Ateria

Tampereen Ateria on Tampereen kaupungin liikelaitos, jolla on kokonaisvastuu kaupungin ateriapalveluiden järjestämisestä. Palvelutoiminta on organisoitu asiakaslähtöisesti liiketoiminta-alueille, joita ovat lasten ja nuorten ateriat, vanhusten ja hoitoalan ateriat sekä ravintolapalvelut. Liiketoiminta-alueet vastaavat ateriapalveluiden tuottamisesta palvelukonseptien mukaisesti, sekä päivittäisestä asiakaspalvelusta että toiminnallisten ja taloudellisten tavoitteiden saavuttamisesta. Johtokunta on Tampereen Aterian Liikelaitoksen ylin päättävä elin. (Tampereen Ateria.)

Tampereen Aterian tehtävänä on tuottaa asiakkaille herkullisia makuelämyksiä, uskoen hyvän aterian antavan mukavan hengähdystauon, rytmittävän päivää ja antavan energiaa arjen askareisiin. Hyvän olon luomiseen kuuluvat myös siivouspalvelut. Yhdessä asiakkaan kanssa suunnitellen toteutuvat myös tilaisuudet arjesta juhlaan. Tampereen Ateria tekee pieniä ihmeitä joka päivä. (Tampereen Ateria.)

Tampereen kaupunki tarjoaa toisen asteen opiskelijoille jokaisena työpäivänä tarkoituksenmukaisesti järjestetyn ja ohjatun täysipainoisen maksuttoman aterian. Tampereen Ateria järjestää tällä hetkellä kuuden lukion ja kymmenen Tredun toimipisteen ateriapalvelut. Koulu- ja oppilaitosruokailun keskeisenä tavoitteena Tampereen Aterialla on varmistaa oppilaiden hyvinvointi, terveys ja vireystaso. (Tampereen Ateria.)

2.2 Vastuullinen toiminta

Tampereen Aterian toiminta on vastuullista. Ympäristöohjelmaan on kirjattu ympäristötavoitteet. Tarjottavassa ruoassa ei ole geenimuunneltuja organismeja eikä lisättyä natriumglutamaattia. Tampereen kaupunki on Reilun kaupan kaupunki. Tampereen Ateria tarjoaa henkilöstöravintoloissa, lukioissa ja Tredun toimipaikoissa Reilun kaupan tuotteita. Tampereen Aterian ravintoloille on myönnetty oikeus käyttää Sydänmerkkiä. Se on Sydänliiton ja Diabetesliiton tuotemerkki, joka auttaa ruokailijaa valitsemaan aterian, jossa rasvan määrä ja laatu sekä suolan määrä ovat optimaaliset. (Tampereen Ateria.)

Toimenpiteistään luomuruoan lisäämisestä ruokalistoilta Tampereen Ateria sai Luomudiplomin vuonna 2011. Portaat luomuun -diplomi löytyy kaikista Tampereen Aterian keittiöistä. Tampereen Ateriassa on sitouduttu luomutuotteiden säännölliseen käyttöön ja edistämään kestävä kehitystä. Ammattikeittiöiden luomutuotteiden käytön ja luomutietoisuuden lisäämiseksi on tehty Portaat luomuun -ohjelma. Luomutuotteita käytetään eniten henkilöstöravintoloissa, oppilaitoksissa ja palvelukeskusten ravintoloissa. (Tampereen Ateria.)

Reilu kauppa

Reilu kauppa antaa kehitysmaiden viljelijöille ja työntekijöille mahdollisuuden parantaa toimeentuloaan ja päättää omasta tulevaisuudestaan. Reilun kaupan tuotteita käyttämällä kuluttaja voi osaltaan vaikuttaa kehitysmaiden ihmisten elämään. Reilussa kaupassa viljelijä saa tuotteestaan vähintään takuuhinnan, joka kattaa ympäristön ja ihmisten kannalta kestävä kehityksen tuotannon kustannukset. Näin turvataan viljelijän tulo maailmanmarkkinahintojen heilahtelun varalle. Työntekijät suurtiloilla saavat lakien mukaisista palkkaa, asialliset työolot ja mahdollisuuden liittyä ammattiyhdistykseen. Reilun kaupan lisää, joka käytetään koko yhteisöä kehittäviin hankkeisiin, maksetaan takuuhinnan lisäksi. Lapsityövoiman hyväksikäyttö on kielletty Reilussa kaupassa. Ympäristön hyvinvointi huomioidaan viljelyssä, luonnon monimuotoisuutta vaalien. (Reilukauppa 2011.)

Luomu ja lähiruoka

Luomutuotannossa tuotetaan tuotteita, joiden valmistus ei ole haitallista ympäristölle tai ihmisten, kasvien tai eläinten hyvinvoinnille tai terveydelle. Luomuviljelyllä suojellaan luonnonvaroja ja vaalitaan luonnon monimuotoisuutta. Perustana luonnonmukaisessa viljelyssä on viljelykierto, eli kasvilajit vuorottelevat kasvupaikoilla. Näin ehkäistään kasvintuhoojien säilyminen ja lisääntyminen kasvustossa. Luonnonmukaisessa tuotannossa huomioidaan eläinten hyvinvointi, hoitokäytännöt ja ruokinta. Luonnonmukaisesti tuotetuista maataloustuotteista jalostettuja ja luonnonmukaisina markkinoitavia tuotteita voidaan kutsua luomuelintarvikkeiksi. Keinotekoisien väriaineiden ja makeutusaineiden käyttö on kielletty ja sallittujen lisäaineiden määrä on rajoitettu välttämättömiin. (Evira 2014.)

Keski-Euroopassa luomuelintarvikkeiden ravitsemuksellista laatua tutkittaessa on luomukasvien havaittu sisältävän tavanomaista enemmän terveyttä edistäviä antioksidant-

teja ja eläintuotteiden hyviä rasvahappoja. Eläinten yhä kasvava lääkintä ja torjunta-aineiden käyttö lisääntyvät jatkuvasti normaalituotannossa Euroopassa. Torjunta-aineiden ja lääkinnän käyttökieltoja valvotaan tarkasti, joten kuluttajina voimme luottaa siihen, ettemme altistu jäämille käyttäessämme luomutuotteita. (Luomu 2014.)

Lähiiruoka on suomalaista ruokaa, joka on tuotettu mahdollisimman lähellä. Tällöin tiedetään tuotteen alkuperä, tuottaja ja valmistaja. Lähiiruoka on tuoretta, sen pystyy jäljitämään, alkuperä ja valmistusolosuhteet tiedetään. Laatu on korkea, lyhyen kuljetus- ja säilytysajan vuoksi lisäaineita ei tarvita. Syömällä kotimaista lähiiruokaa säilytämme paikallisen perinteisen ruokakulttuurin sesongin tuoreita raaka-aineita hyödyntäen. Kuljetusmatkan lyhetyksessä polttoaineiden käyttö vähenee ja pakkausmateriaalien käyttö pienenee. Paikallista luomuvehnnää käyttämällä voidaan haitallisten päästöjen määrää vähentää huomattavasti. Lähiiruokaa ostamalla tuemme myös paikallisia tuottajia. (MTK 2013.)

Luomu- ja lähiruoasta on tullut pysyvä ilmiö, muuttaen koko ruoan valtavirtaa. Tuottajia lähellä olevat ja makuelämyksiä vaalivat uudet toimijat tuovat uutta merkitystä markkinaaan. Poliittinen ilmapiiri tukee kestävästä kehityksestä, maaseudun mahdollisuuksia ja paikallisen tuotannon kehittämistä, edistäen luomu- ja lähiiruoka ajattelua. Vahvoja brändejä ei lähiiruokamarkkinoilla ole, joten markkinoille tulo on helpompaa. Kuluttajien arvot ilmenevät kulutuksen kautta, ja onkin syntynyt erilaisia lähiiruokaa suosivia ryhmiä. Kuluttajat lisäävät lähiiruokan kulutusta, jos sitä on helposti saatavilla. Lähiiruokaa ostetaan tuoreuden ja korkean laadun vuoksi hinnan ollessa sivuseikka. Elintarvikkealan asiantuntija ETM Minna Kantèn arvioi (keväällä 2011) lähiiruokan osuuden olevan jopa 8 % päivittäistavaran elintarvikemyynnistä, vastaten 960 miljoonan euron myyntimääriä vuodessa. (Sitra 2014.)

2.3 Kahvilakonsepti

Toisen asteen toimipisteissä, joissa Tampereen Ateria toimii ateriapalvelujen tuottajana, on järjestetty kahvilapalvelut. Lukioissa toimii Kipsat ja Tredun toimipisteissä on kahvilat, joiden tuotevalikoimiin kuuluvat myös oppilaiden itse tehdyt leivonnaiset. Kahviloiden tuotevalikoimat vaihtelevat toimipaikkakohtaisesti. Tämä asettaa toisen asteen

opiskelijat eriarvoiseen asemaan koulutuspaikan mukaan välipalojen saatavuuden suhteen.

Tampereen Ateria yhtenäistää kahvilapalvelut kaikissa toimipisteissä kahvilakonseptin avulla. Kahviloiden toimitilat remontoidaan samankaltaisiksi ja varustetaan samanlaisilla laitteilla. Värimaailma (kuva 1) kertoo asiakkaalle heti, että on kyseessä Tampereen Aterian kahvila. Tuotevalikoima tulee olemaan kaikissa konseptin kahviloissa perusvalikoiman osalta yhteneväinen. Tuotteissa on yhtenevät tuoteselosteet ja hinnoittelu. Tuotteet ja raaka-aineet kahviloihin toimittaa Tampereen Aterian sopimustavarantoimittajat. Kahviloiden remontointi aloitetaan vuonna 2015, jolloin päästään sanoista tekoihin.



KUVA 1. Tampereen Aterian värimaailma (Tampereen Ateria).

2.4 Trendeistä

Smoothie on noussut kaikkien tuntemaksi ilmiöksi Suomessa. Tämä marjoista, hedelmistä, kasviksista ja vihanneksista valmistettu juoma on hurmannut suomalaiset. Oman smoothien haluamallaan koostumuksella voi hankkia helposti, joko paikanpäällä tehtynä tai teollisesti valmistettuna tuotteena. Kotikokeille löytyy valmiita ohjeita lukuisia määriä. Jokaiselle löytyy varmasti oma suosikki. Nopeasti valmistuva, terveellinen herkku onkin tervetullut tuote meille suomalaisille.

Samaa puuroa on syöty vauvasta vaariin, tylsää vai mitä? Nyt on puurosta kuitenkin tullut trendituote kahviloissa ja ravintoloissa. Maailman metropoleissa nautitaan puuroja

erilaisina muunnelmina. Lontoossa kaurapuuro on superfoodia. Euroopassa villitsevä kaurailmiö on rantautunut nyt myös Suomeen. Fazer on kuluttajien toiveiden mukaisesti lanseerannut lisääineettomat uudenlaiset Alku-puurot, joita voi maistella esimerkiksi puuro-baareissa ympäri Suomen. (Karjalainen 2014.) Myös muilta valmistajilta löytyy puurobaareja, joissa voi itse tuunata puuron omaan makuun sopivilla lisukkeilla.

Erikoiskahvit ovat saavuttaneet suuren suosion suomalaisten keskuudessa. Lähes jokaisesta kahvilasta löytyy erikoiskahvivalikoima palvelemaan asiakkaan mieltymyksiä. Suomalaisethan ovat maailman ahkerimpia kahvinjuojia, kuten hyvin tiedämme (Aro 2013). Hiilihapolliset juomat on nyt yhdistetty myös kahviin. Kahviloissa ympäri maailmaa tarjoillaan hiilihapollista kahvia. Hiilihapot lisätään kahviin joko jälkikäteen tai jo valmistusvaiheessa. Tämä kahvin raikkaaksi tekevä ilmiö on jo saanut omat tykkääjensä Amerikassa, mutta Suomessa tämä on vielä uutta ja ihmeellistä. Aika näyttää ihastuuko suomalaisetkin tähän villitykseen. (MTV 2014.)

3 RAVITSEMUKSELLISET TEKIJÄT

3.1 Suomalaiset ravitsemussuositukset

Ravitsemussuositusten tarkoituksena on parantaa väestön terveyttä ravitsemuksen avulla. Suosituksia käytetään seurannassa, poliittisessa ohjauksessa, suunnittelussa ja viestinnässä. Seurannan avulla voidaan tehdä johtopäätöksiä ruokavalion ravintosisällön yhteyksistä terveyteen. Jos havaitaan jonkin ravintoaineen liian vähäistä saantia, voidaan tietoa käyttää poliittiseen ohjaukseen. Suunnittelua käytetään ateriapalveluita suunniteltaessa, jolloin perustana ovat ruokasuositukset sekä ravintoaineiden saantisuositukset. Elintarviketeollisuus voi käyttää suosituksia uusien elintarvikkeiden kehityksessä. Viestinnällä pyritään vaikuttamaan väestön ruokatottumuksiin sekä kuluttajiin että ammattilaisiin. Viestintää on sanallisen viestinnän lisäksi myös ruokien tarjonta ja esillepano. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)

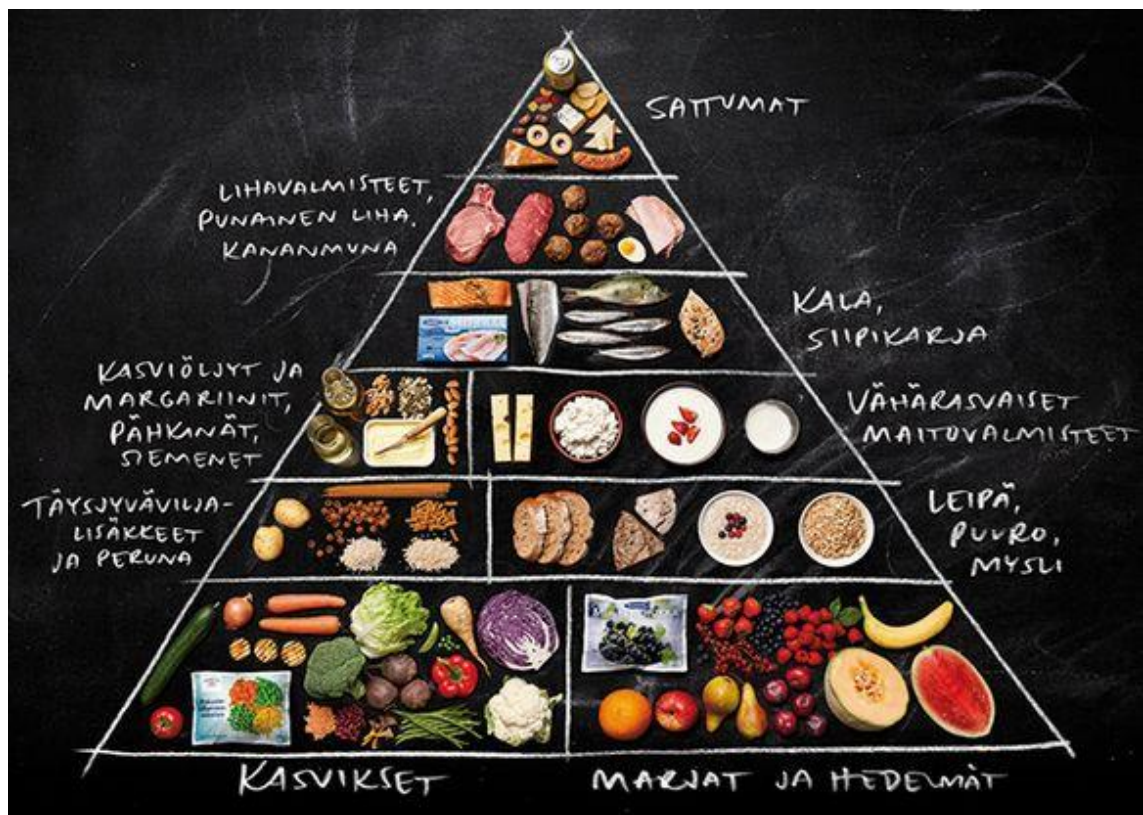
Ravitsemussuositukset käsittävät koko väestön, terveet ja kohtuullisesti liikkuvat ihmiset. Ravintoaineiden tarve vaihtelee eri ihmisten välillä. Varmuusvara turvaa ravintoaineen riittävän saannin väestötasolla. Yksittäisten ravintoaineiden saantisuositusten tulisi täytyä viikkojen tai kuukausien aikana. Elimistö pystyy varastoimaan ravintoaineita, ja käyttämään niitä tarvittaessa. Eri ravintoaineet varastoituvat eri tavoin, vesiliukoiset huonommin ja rasvaliukoiset paremmin. Suositusten mukainen ruokavalio kattaa ravintoaineiden saannin, jolloin ravintolisät ovat yleensä turhia. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)

Sekä ruoasta että ravintoaineista annetaan ravitsemussuosituksia. Ruokasuositukset tarkoittavat ruoka-aineryhmiä koskevia ohjeita ja kannanottoja. Ruokakolmio ja lautasmalli havainnollistavat eri ruoka-aineryhmien suhteellisia osuuksia suosituksia noudattavassa ruokavaliassa. Ruokasuosituksia tehtäessä on huomioitu suomalainen ruokakulttuuri ja ruokatottumukset. Ravintoainesuositukset ovat energian, energiaravintoaineiden, vitamiinien ja kivennäisaineiden saantisuosituksia. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)

Juureksia, vihanneksia, marjoja, hedelmiä ja sieniä suositellaan nautittavaksi 500g päivässä, joka on 5–6 annosta. Nämä sisältävät runsaasti kuitua, vitamiineja ja kivennäisai-

neita. Rasvan ja hiilihydraattien laatu on näissä aineissa hyvä. Viljavalmisteteita suositellaan päivittäin käytettävän naisten 6 annosta ja 9 miesten annosta. Tästä määrästä vähintään puolet tulee olla täysjyväviljaa ja kuitupitoisuuden 6g/100g. Maitovalmisteteita, jotka ovat hyviä proteiinin, kalsiumin, jodin ja vitamiinien (D) lähteitä, tulisi nauttia vähärasvaisina. Juustoista tulisi valita vähäsuolainen vaihtoehto. 5–6 dl nestemäisiä maitovalmisteteita ja 2–3 viipaleta juustoa päivässä kattaa elimistön kalsiumin tarpeen. Kalaa tulee nauttia 2–3 kertaa viikossa, kalalajeja vaihdellen. Lihavalmisteteita ja punaista lihaa enintään 500g viikossa. Kananmunien suositeltava käyttömäärä on 2–3 kpl viikossa. Ravintorasvoissa suositellaan käytettävän kasviöljypohjaisia tuotteita. Ruokajuomaksi suositellaan vähärasvaisia ja sokerittomia tuotteita. Paras janojuoma on vesi. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)

Ruokakolmion avulla (kuva 2) voidaan hahmottaa terveellisen ruokavalion kokonaisuus. Kolmion alaosasta löytyvät päivittäin käytettävät ruoka-aineet, kun taas kolmion huipulla olevia sattumia ei suositella käytettävän päivittäin. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)



KUVA 2. Ruokakolmio (Valtion ravitsemusneuvottelukunta).

Lautasmalli (kuva 3) auttaa suositeltavan aterian kokoamisessa. Oikeaoppinen lautanen kootaan näin: kasviksia lautasesta puolet, perunaa, täysjyväpastaa tai muuta täysviljalisäkettä neljännes ja viimeinen neljännes lihaa, kalaa tai munaa tai palkokasveja, pähkinöitä ja siemeniä. Ruokajuomaksi maitoa tai piimää. Leiväksi täysjyväleipää kasvirasvaveitteilä. Marjoja tai hedelmä jälkiruoksi. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)



KUVA 3. Lautasmalli (Valtion ravitsemusneuvottelukunta).

Energiasaannista on laadittu viitearvot. Niiden lähtökohtana on perusaineenvaihdunta, joka vaihtelee sukupuolen, iän ja painon mukaan. Painoksi otetaan ravitsemussuosituksissa huomioon normaalipaino. Energiansaannin viitearvoa voidaan käyttää esimerkiksi ateriapalvelujen suunnittelussa. Päivittäinen energiantarve lasketaan perusaineenvaihdunnan ja fyysisen aktiivisuuden kertoimen avulla. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)

Energia- ja ravintoaineille on asetettu saantisuosituksia (taulukko 1). Rasvojen saantisuosituksissa vaihteluväli on 25–40E %. Rasvojen laatu on tärkeä ja suositukset on jaettu neljään eri rasvahappotyyppiin. Kertatyydyttymättömät rasvahapot 10–20E %, monitydyttymättömät rasvahapot 5–10E %, tyydyttymättömien rasvahappojen osuus 2/3 osaa kokonaisrasvasta, ja tyydyttyneitä rasvahappoja alle 10E %. Hiilihydraattien suo-

situksissa 45–60E % huomioitavaa on laatu. Proteiinien saantisuositus on 10–20 %. Kuitua tulee saada 25–35g päivässä. Liiallista sokerin saantia täytyy välttää, lisätyn sokerin osuus tulee olla alle 10E %. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)

TAULUKKO 1. Energiaravintoaineiden saantisuositukset.

Hiilihydraatit	45–60 %
Rasvat	25–40 %
Proteiinit	10–20 %
Kuitu	25–35g/pvä

Säännöllisin väliajoin syöty terveellinen ateria pitää veren glykoosipitoisuuden tasaisena. Näin voidaan hillitä nälän tunnetta ja välttyään napostelulta ja ahmimiselta ja tuetaan painonhallintaa. Säännöllinen ateriarytmi on hyvä oppia jo lapsena. Sopiva ateriarytmi on aamupala, lounas ja päivällinen, sekä tarpeen mukaan yhdestä kahteen välipalaa. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014.)

3.2 Kouluruokailusuositukset

Kouluruokailu on osa koulun opetus- ja kasvatustehtävää. Kouluruokailu edistää terveyttä ja hyvinvointia ja edistää terveellisten ruokatottumusten sisäistämistä. Kouluissa tarjottava ruoka suunnitellaan ravintosisällöltään suomalaisia ravitsemussuosituksia vastaavaksi. Valtion ravitsemusneuvottelukunta pitääkin erittäin tärkeänä, että jokainen opiskelija syö kouluaterian päivittäin, kokonaisuudessaan. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2008.)

Opetuslait ohjaavat kouluruokailun järjestämistä. Perusopetuslaki 628/1998, 31§, lukiolaki 629/1998, 28§ ja laki ammatillisesta koulutuksesta 630/1998, 37§. Maksuton ateria päivittäin kuuluu koulupäivään esi- ja perusopetuksesta lähtien aina toisen asteen opintojen loppuun saakka. Tämän aterian on oltava tarkoituksenmukaisesti järjestetty, ohjattu ja täysipainoinen. Oppituntien kestäessä pidempään, kuin kolme tuntia ruokailun jälkeen, on koulujen järjestettävä mahdollisuus välipalaan. Suunnitelma välipalojen järjestämisestä, ohjauksesta ja valvonnasta on löydettävä koululta. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2008.)

Kouluruokailu on järjestettävä oppilaiden päivärytmiin sopivaksi, vähimmäisajaksi on asetettu 30 minuuttia. Ruokailuympäristön on oltava sellainen, että se kannustaa ruokailemaan, samalla ohjaten syömään terveellisesti. Herkullisen näköiset, maistuvat ruoat, jotka tarjoillaan oikean lämpöisinä yhdistettynä viihtyisään ruokailuympäristöön auttavat lapsia ja nuoria ruokailemaan ja voimaan hyvin. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2008.)

Kouluruokailusuosituksia ei anneta pelkästään Suomessa. Esimerkiksi Yhdysvalloissa United States Department of Agriculture (USDA), paikallinen maatalousministeriö, antaa ohjeita terveellisen kouluruoan valintaan. Erilliset ohjeistukset löytyvät niin aamupalan, lounaan kuin välipalankin koostamiseen. Kasvisten, vihannesten ja täysviljan käyttöä suositellaan ja suolan vähentämiseenkin otetaan kantaa. Food and Nutrition Service sivuilta löytyvät ohjeet kuvineen terveellisiin valintoihin koulupäivän aikana. (United States Department of Agriculture.)

3.3 Erityisruokavaliot

Huomioitavia erityisruokavalioita ovat vähälaktoosinen, laktoositon, keliakia ja kasvisruokavalio. Tampereen Aterian ateriapalveluissa valmistettava ruoka on pääsääntöisesti laktoositonta. Kasvisruoka valmistetaan yleisimmin lakto-ovovegetaarisenä. Usein määrääkaiseksi luokiteltavat erityisruokavaliot, kuten maidoton ja vilja-allergia, kuuluvat myös toteutettaviin erityisruokavalioihin, henkilökohtaisten allergioiden ohella.

Laktoositon ruokavalio

Laktoosi-intoleranssi on laktoosin eli maitosokerin imeytymishäiriö. Laktoosia imeytyvään muotoon hajottavaa laktaasi-entsyymiä erittyy ohutsuoleen liian vähän, jolloin laktoosia pääsee paksusuoleen, jossa bakteerien käyminen saa aikaan erilaisten kaasujen muodostumista. Tällöin ilmenee oireita, joita ovat esimerkiksi vatsakivut, turvotus, ripuli ja ilmavaivat. (Ihalainen & Lehto & Lehtovaara & Toponen 2009, 136.) Luonnostaan laktoosia on maidossa ja maitotuotteissa. Laktoosi-intolerantikon ruokavalio koostetaan vähälaktoosisista tai laktoosittomista tuotteista henkilön sietokyvyn mukaan. Tuote on vähälaktoosinen, kun laktoosia siinä on alle 1g/100g ja laktoositon kun alle 0,01g/100g. Maidottomassa erityisruokavaliossa on kysymys maito-allergiasta, jonka aiheuttaa mai-

toproteiini. Tällöin ruokavaliosta jätetään pois kaikki maitotuotteet, jotka voidaan korvata kasvipohjaisilla valmisteilla.

Keliakikön ruokavalio

Keliakia on ohutsuolen sairaus. Vehnässä, rukiissa ja ohrassa oleva proteiini eli gluteeni aiheuttaa keliakian. Ohutsuolen limakalvoille syntyy tulehdus gluteenin vaikutuksesta ja suolinukka vaurioituu. Ravintoaineiden imeytyminen on tällöin normaalia heikompaa. Keliakian oireita ovat esimerkiksi vatsavaivat, laihtuminen, väsymys ja anemia tai se voi olla täysin oireeton. (Ihalainen & Lehto & Lehtovaara & Toponen 2009, 143.) Tällöin on noudatettava eliniän kestävää gluteenitonta ruokavaliota. Ruokavaliossa käytetään gluteenittomia tai erittäin vähägluteenisia tuotteita. Gluteenittomissa tuotteissa saa olla gluteenia enintään 20mg/kg ja erittäin vähägluteenisissa 100mg/kg. Vilja-allergian aiheuttaa kyseisen viljan proteiini. Silloin jätetään ruokavaliosta pois kaikki kyseistä viljaa sisältävät tuotteet.

Kasvisruokavalio

Kasvisruokavaliota noudatetaan monista eri syistä, esimerkiksi uskonnollisista, aatteellisista, ravitsemuksellisista tai makumieltymyksellisistä syistä. Ravitsemussuosituksissa (2014) kasvisruokavaliot jaetaan neljään eri tyyppiin seuraavanlaisesti (taulukko 2): semivegetaarinen, lakto-ovovegetaarinen, laktovegetaarinen ja vegaaninen. Kasvisruokavalio koostetaan joko pelkästään kasvikunnantuotteista tai kasvikunnantuotteista ja kullekin tyyppiä soveltuvista eläinkunnantuotteista. Tampereen Ateriassa kasvisruokavaliot jaetaan edellisten lisäksi pollovegetaarisiin ja pescovegetaarisiin ruokavalioihin. Pollovegetaariseen ruokavalioon kuuluvat maitovalmisteiden ja kananmunan lisäksi kana ja pescovegetaariseen ruokavalioon kala. Ravitsemussuosituksista poiketen Tampereen Ateriassa määritellään semivegetaariseen ruokavalioon kuuluvaksi kalan lisäksi myös siipikarjatuotteet.

TAULUKKO 2. Kasvisruokavaliot (mukaillen ravitsemussuositukset 2014).

Semivegetaarinen	Maitovalmisteet, kananmuna, kala
Lakto-ovovegetaarinen	Maitovalmisteet, kananmuna
Laktovegetaarinen	Maitovalmisteet
Vegaaninen	Kasvikunnantuotteet

3.4 Nuorten ruokailutottumukset

Jokainen kuluttaja on yksilö, ominaisuuksiltaan, tarpeiltaan ja toiveiltaan omanlainen. Yksilö on oman persoonansa ja ympäristön vaikutusten tulos. Yksilötekijät ja ympäristöstä tulevat markkinoilliset tekijät vaikuttavat ostokäyttäytymiseen. Tekijöitä voidaan luokitella esimerkiksi seuraavin perustein: sukupuoli, elämänvaihe, ikä, tulotaso, perhe- tausta, rotu ja uskonto. Asuinpaikka, persoonallisuus, arvot ja elämäntyyli vaikuttavat myös ostokäyttäytymiseen. Yksilö oppii jatkuvasti asioita, tiedon ja kokemuksen samalla karttuessa. Tunnetilat ja käytettävissä olevat voimavarat ohjaavat osaltaan kuluttajakäyttäytymistä. Nuorisokulttuureissa on viiteryhmiä, joihin samaistutaan ja halutaan olla samanlainen kuin muut. Tuotetietoisuus ja brändit ohjaavat kuluttajaa. Tuote- ja laatuominaisuudet, tuotepakkaukset, saatavuus, pakkaus, esille laitto ja puskaradio vaikuttavat osaltaan ostopäätökseen. (Raatikainen 2008, 10–15.)

Ruokaan liittyvät valinnat ja kulutustottumukset liittyvät vahvasti kulttuuriin ja identiteettiin. Mediat ja mainonta ovat osa nuorisokulttuuria. Nuoria voidaan opastaa niin terveellisiin tapoihin kuin ymmärtämään kulttuuriamme. Media- ja kuluttajakasvatukseen kuuluu mainonnanlukutaito. Hyvän olon perusasiat taas opitaan ravitsemus-, kuluttaja- ja terveyskasvatuksen myötä. Länsimaisen pikaruokakulttuurin kasvuvauhti on hurjaa. Liiketoiminta on kasvanut maailman muuttuessa yhä kiireisemmäksi ja automatisoituneemmaksi. Tämä osaltaan selittääkin yhä kasvavaa ylipaino-ongelmaa ja kansamme heikkenevää kuntoa. (Opetushallitus 2014.)

Suurin osa nuorista pitää terveellisiä elämäntapoja tärkeinä, usein kuitenkin ruokaillessa tämä ajatus jää toissijaiseksi. Ravitsemussuositusten mukaisesti syödään yhä harvemmin, mikä näkyikin painonnousuna nuorisossa. Epäterveelliset ruokailutottumukset vaikuttavat painon lisäksi terveyteen ja jaksamiseen arjessa. Ruokailutottumukset opitaan kotoa, myöhemmin myös kaverien vaikutus on suuri. Onkin tärkeää, että lasten ja perheiden parissa työskentelevät aikuiset voivat kannustaa syömään terveellisemmin, ravitsemussuositusten mukaisesti. (Terveiden ja hyvinvoinnin laitos 2014.)

Nuorten ruokailutottumuksia tutkitaan valtakunnallisesti. Terveiden ja hyvinvoinnin laitos on tutkinut Suomalaisnuorten kouluaikeista ateriointia valtakunnallisesti viimeksi vuonna 2012 valmistuneessa seurantaraportissa. 2010–2011 tehtyyn tutkimukseen osallistui peruskoulujen 8. ja 9. luokat sekä lukioiden ja ammatillisten oppilaitosten 1. ja 2.

vuoden opiskelijat. Tutkimuksen mukaan kouluruokaa syödään useasti, vain 10 % käy ruokalassa harvoin. Tutkimuksen mukaan useampi kuin joka toinen syö kouluaikana muutakin kuin kouluruokaa eli välipaloja. Lukioissa ja ammatillisissa oppilaitoksissa keskiarvoksi saadaan 57 %. Lukioissa keskimäärin 53 %, tytöistä 53 % ja pojista 52 %. Ammatillisissa oppilaitoksissa keskimäärin 62 %, tytöistä 64 % ja pojista 60 %. Eli ammatillisissa oppilaitoksissa opiskelevat syövät välipaloja hieman useammin kuin lukioissa opiskelevat. Suosituimpia välipaloja olivat makeiset, virvoitusjuomat ja leipä. (Vikstedt, Raulio, Puusniekka & Prättälä 2012.)

3.5 Välipalalla on väliä

Hyvään välipalaan kuuluvat kouluruokailusuositusten (2008) mukaan kasvikset, hedelmät, marjat, vähärasvaiset maitotuotteet ja kuitupitoiset viljavalmisteet. Virvoitus-, energia- ja urheilujuomat, sokeroidut mehut ja makeiset eivät ole kouluihin soveltuvia välipaloja. Myöskään runsaasti sokeria, suolaa ja rasvaa sisältävät tuotteet eivät ole suotavia. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2008.)

Kouluruokailusuosituksissa annetaan välipaloille myös kriteerit ja vinkkejä. Kasviksia, marjoja ja hedelmiä suositellaan vaihtelevasti jokaisen välipalan yhteyteen. Täysjyvävalmisteita, hiutaleita ja leseitä voi lisätä taikinoihin ja jogurtteihin. Puurot ovat hyvä vaihtoehto, perinteistä leipää unohtamatta. Leivonnassa suositellaan käytettävän hiiva- taikinapohjaisia leivonnaisia, kuten pullat. Karjalanpiirakka on suositeltava suolainen vaihtoehto. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2008.)

Puhuttaessa terveellisestä ruokavaliosta on kysymys kokonaisuudesta eikä yksittäisillä ruokavalinnoilla ei ole merkitystä. Tyypillisiä välipalavalintoja ovat makeiset, leivonnaiset ja juomat. Välipalojen osuus onkin energian saannissa suurta. Ruokavalion tarkastelussa kannattaakin ottaa huomioon välipalojen määrä ja energiapitoisuus. (Opetushallitus 2014.)

Nestlèn (2013) teettämän välipalatutkimuksen mukaan neljä kymmenestä suomalaisesta ei tiedä nauttimiensa välipalojen energiamääriä tarkalleen. Kolmasosa ei tiedä millainen määrä liikuntaa kuluttaa välipalan sisältämän energian. Merkittävälle osalle epäterveelliset välipalat aiheuttavat huonoa omaatuntoa ja usein päätetäänkin jättää seuraava ateria

syömättä tai aiotaan syödä seuraavana päivänä vähemmän. 12 % vastaajista kertoo lähetevänsä liikkumaan epäterveellisen välipalan jälkeen. 33 % tietää mitä olisi tehtävä, mutta liikunta jää suorittamatta. Neljä kymmenestä napostelee välipaloja ilman huonoa omaatuntoa. Puolet suomalaisista syö suositusten mukaan eli välipalat aterioiden välissä. Suunnitelluilla välipaloillahan välttyään turhalta napostelulta ja makeanhimolta. Tutkimuksen mukaan suosituimmat välipalat ovat hedelmät, ruisleipä, suklaapatukat, pähkinät ja jogurtti. (Makuja 2014.)

USA Todayn artikkelissa Nielsen Global Survey of Snacking tutkimuksen (2014) mukaan välipalojen käyttö kasvaa jatkuvasti maailmanlaajuisesti. Tutkimukseen osallistui yli 30 000 kuluttajaa 60:sta eri maasta. 91 prosenttia heistä söi päivittäin ainakin yhden välipalan. 21 prosenttia söi kolme tai neljä välipalaa päivän aikana. Tutkimuksen mukaan välipaloja syödään yhä useammin aterian korvikkeina. 45 prosenttia tutkimukseen osallistuneista henkilöistä kertoi tekevänsä näin. Aamiainen korvataan yleisimmin välipalalla. Yleistä on myös lounaan ja päivällisen korvaaminen. Tutkimuksen mukaan maailmanlaajuisesti katsottuna yleisin välipala on suklaa. Hedelmiä syödään toiseksi eniten ja kolmanneksi eniten syödään kasviksia. Euroopassa syödään eniten hedelmiä, suklaata ja juustoa. Yhdysvalloissa perunalastut ovat yleisin välipala. (Keventäjät 2014.)

4 AISTIT MAKUJEN VÄLITTÄJINÄ

4.1 Viisi aistia

Ihminen saa aistien kautta tietoa ympäröivästä maailmasta. Tieto muuttuu aistimisen seurauksena sisäisesti koetuksi tilaksi ohjaten käyttäytymistämme. Aistimukset ovat osa ravintofysiologista järjestelmäämme vaikuttaen elimistömme toimintaan. Ruoan näkeminen, haistaminen tai pelkästään näkeminen voivat parantaa sen hyväksikäytettävyyttä elimistössä. Aistit muodostavat aistipiirejä. Ruoan aistimisessa eri aistipiirit toimivat kiinteässä yhteistyössä. (Tuorila ja Appelbye 2005, 33.)

Makuaisti

Maut aistitaan makusilmujen kautta. Kaksi kolmasosaa näistä sijaitsee kielen makunystyjen ulkoreunoissa ja loput suuontelon muissa osissa. Kielen makunystyjen määrä on keskimäärin 4600. Makureseptorisolut ovat makusilmujen sisällä. Jokaisessa makusilmussa on 50–100 reseptorisolua ja saman verran tyvi- ja tukisoluja. Ruoan ja juoman nauttiminen stimuloi koko suun makureseptoreja samanaikaisesti. (Tuorila ja Appelbye 2005, 37.)

Ihminen pystyy aistimaan ainakin viittä eri makua: makeaa, suolaista, hapanta, karvasta sekä umamia. Eläinkokeista on saatu viitteitä siitä, että rasvakin voi aiheuttaa makuaistimuksen. Mauiksi on pyritty luokittelemaan myös muita kemotunnoksi luettavia aistimuksia. Näitä ovat esimerkiksi etanoli ja aistimukset terävä ja pistävä. Metallinen maku syntyy makujen kuten suolainen, hapan, karvas, retronasaalin hajun ja astringoivuuden yhteisvaikutelmana. Astringoiva, suuta kutistava, kurova, kuivaava, aistimus on tuntoaistimus. Se syntyy astringoivan yhdisteen reagoidessa ja saostuessa syljen proteiinien kanssa. Astringoivat yhdisteet ärsyttävät myös makureseptoreja, joita on esimerkiksi viineissä, teessä ja marjoissa. (Tuorila ja Appelbye 2005, 38.)

Ihmisten herkkyys eri mauille vaihtelee. Suurin osa ihmisistä tunnistaa lapsesta asti makean. Myös suolainen maku opitaan tunnistamaan varhain. Hapan ja karvas sekaantuvat helposti keskenään, ja umami tunnistetaan huonoiten. Harjoittelun avulla opitaan yleensä tunnistamaan kaikki maut. Makuaisti heikkenee vanhemmiten, mutta vähemmän kuin

hajuaisti. Makean ja suolaisen maistaminen säilyy iän karttuessa paremmin kuin karvaan ja happaman maistaminen. (Tuorila ja Appelbye 2005, 39.)

Hajuaisti

Hengittämällä sierainten kautta havaitaan hengitysilmassa olevia haihtuvia yhdisteitä, ortonasaali haju. Ruoan ja juoman haihtuvia yhdisteitä, retronasaali haju, kulkeutuu syömisen ja pureskelun aikana suun ja nenänielun kautta nenäonteloon. Nenäonteloiden ylätakaoassa sijaitsee hajuepiteeli. Hajuaistimus syntyy hengitysilman tai suun ja nenänielun kautta nenäontelon hajuepiteelin limaan liuenneiden yhdisteiden sitoutuessa värekarvojen reseptorikohtiin. (Tuorila ja Appelbye 2005, 42.)

Maku on paljolti retronasaalia hajua. Ruoan pureskelu vapauttaa aromimolekyylejä pakkottaen hajut nenäonteloon. Vähän vettä sisältävien ruoka-aineiden kostuminen syljen ja pureskelun vaikutuksesta on tärkeää haihtuvien yhdisteiden vapautumiselle. Hajut havaitaan niiden molekyylien ollessa höyrystyneessä muodossa. Tästä syystä kylmien ruokien aromi voimistuu niiden lämmitessä suussa. Ihminen pystyy erottamaan jopa tuhansia eri hajuja. Ei ole olemassa perushajuja. Elintarvikkeiden haju ja aromi syntyvät kymmenien tai satojen yhdisteiden yhteisvaikutuksesta. Hajuaistin herkkyyks on yksilöllinen. Ikääntymisen myötä hajuaisti heikentyy, jolloin hajujen tunnistus ja erottelu huononee. (Tuorila ja Appelbye 2005, 43–45.)

Tuntoaisti

Tuntoaistimuksia välittäviä reseptoreita sijaitsee eripuolilla elimistöä. Reseptorit reagoivat erilaisiin tuntoaistimuksiin. Tuntoaistin avulla aistitaan kosketusta, lämpötilaa ja kipua. Kemialliset yhdisteet saavat myös aikaan tuntoaistimuksia eli kemotunnon. Myös kehon asennot ja liikkeet tiedostetaan tuntoaistin avulla. Suun ja nenän limakalvojen hermopäätteet ottavat vastaan kemiallista ärsytystä, jotka koetaan polttavana, pistävänä, turruttavana, kirvelynä tai jopa kipuaistimuksena eli kemotuntona. Samat hermosäikeet ottavat vastaan kosketustunnon, kylmän, kuumaa ja kivun aistimuksia. Jotkut ruoka-aineet, mausteet, curry, chili, sinappi ja esimerkiksi etikka ja hiilidioksidi, aiheuttavat vasteen kemotunnossa. Myös monet hajut saavat aikaan ärsytyksen, polton, lämmön ja kylmän tunnetta. (Tuorila ja Appelbye 2005, 45–46.)

Suuontelon kosketustunto, suutuntuma, on tärkeä ruokaan liittyvien aistimusten välittäjä. Lämpötila ruoassa vaikuttaa makujen ja hajujen aistimiseen ja niiden voimakkuu-

teen. Makukynnykset ovat suurempia kylmissä ja kuumissa kuin lähellä kehonlämpötilaa olevissa tuotteissa. Elintarvikkeen lämpötilan kohotessa hajun voimakkuus taas kasvaa. Lämpötilan muutos ruoassa pureskelun aikana vaikuttaa rakenteen aistimiseen. Lämpötila on tärkeä elintarvikkeen hyväksyttävyyden osatekijä. (Tuorila ja Appelbye 2005, 47.)

Näköaisti

Näköaisti luetaan silmässä sijaitsevien vastaanotinten kyvyksi reagoida osaan sähkömagneettista säteilyä. Kameraa muistuttava linssijärjestelmä, joka kohdistaa ympäristön esineistä heijastuvan valon silmän takaosan verkkokalvon aistinsoluihin. Näin verkkokalvolle muodostuu terävä kuva ympäristöstä. Verkkokalvo lähettää tiedon edelleen näköhermoa pitkin aivoihin, jossa tiedot muuttuvat näköaistimukseksi. Ruoan näkeminen aktivoi otsalohkon orbitaalaisia alueita sekä eräitä limbisen järjestelmän osia. Samat alueet aktivoituvat myös ruokaa maisteltaessa. Ruoan ulkonäön perusteella arvioidaan sen tuttuutta ja laatua. Tietyt värit yhdistetään tiettyihin aromeihin. Elintarvikkeen rakenneominaisuudet havaitaan parhaiten visuaalisesti. Ruokaa katsomalla voidaan päätellä myös ruoan lämpötila. (Tuorila ja Appelbye 2005, 47–48.)

Kuuloaisti

Ulkokorva kerää ympäristön ääniaaltoja. Tärykalvo ja välikorvan kuuloluut taas johtavat ääniaallot nesteen täyttämään sisäkorvan simpukkaan ja sen ääniin reagoiviin aistinsoluihin. Simpukasta ääni etenee aivorungon kautta talamukseen ja sieltä ohimolohkossa sijaitsevalle primaariselle ja sekundaariselle kuuloaivokuorelle. Kuuloaistilla on tiettävästi vähiten merkitystä elintarvikkeiden aistimisessa. Jotkut rakenneominaisuudet, kuten rapeus, ovat yhteydessä kuulohavaintoihin. Myös eräät ulkonäkö- ja rakenneominaisuudet, kuten poreilu, havaitaan myös kuuloaistilla. (Tuorila ja Appelbye 2005, 49.)

Aistipiirit ja flavori

Aistipiirien, maku, haju, tunto, näkö ja kuulo, kautta vastaanotettu informaatio yhdistyy aivoissa, jossa aistimuksen välittämiseen osallistuu useita alueita. Otsalohkon alaosassa sijaitsevalla orbitaalaisella alueella on keskeinen rooli lopullisen aistimuksen muodostamisessa. Se alue vastaanottaa viestejä sekä maku- ja hajualueilta, tuntoaivokuorelta että näköinformaatioon käsittelyyn osallistuvilta aivoalueilta. Kokonaiskuvan muodostamiseen vaikuttavat myös aikaisemmat kokemukset. Pysyvien maku- hajuyhdistelmien muodostuminen edistää vakiintuneiden käsitysten syntymistä tuttujen ruokien mausta.

Maku ja visuaalisten ärsykkeiden välille muodostuva yhteys muuttuu herkemmin esimerkiksi yhdistelmän palkitsevuuden mukaan. (Tuorila ja Appelbye 2005, 49–51.)

Ruoan flavori, flavour eli maitto on suussa tuntuva kemiallisten aistien kautta välittyvä yhteisvaikutelma. Siihen kuuluvat maku, retronasaali haju ja kemotunto. Yleiskielessä puhutaan mausta, vaikka kysymyksessä on kokonaisuistimus. (Tuorila & Parkkinen & Tolonen 2008, 38.)

4.2 Aistittavien ominaisuuksien havaitseminen

Tuotteen näköaistilla havaittavia ominaisuuksia ovat väri, muoto, rakenne, koko, kiilto ja läpikuultavuus. Väri on havainto, joka syntyy valon ja tuotteen vuorovaikutuksesta. Tuotteen väriin vaikuttavat sekä kemiallinen ja fysikaalinen koostumus että valaistus ja näkökyky. Ruoan ulkonäkö muodostuu useista tekijöistä. Kiinteissä elintarvikkeissa, kuten marjat, hedelmät, juurekset, juusto, leipä, liha ja kala, ovat koko ja pinnan tyyppi tärkeitä. Nestemäisissä elintarvikkeissa kiilto, läpikuultavuus ja liike ovat tärkeitä. Väri on kaikissa elintarvikkeissa ratkaiseva tekijä. Osa ulkonäöstä perustuu ruoan sisältämiin kemiallisiin yhdisteisiin. Ulkonäöllä havaitaan rakenneominaisuudet, huokoisuus ja pinnan rakenne. (Tuorila & Parkkinen & Tolonen 2008, 18.)

Näköaistilla nähdään tuote. Aivot tulkitsevat nähdyn, käyttäen aikaisempia kokemuksia apuna. Tuttu elintarvike tai ruokalaji voidaan tunnistaa jo ulkonäöstä, ja osataan odottaa tietynlaista hajua, makua ja rakennetta. Ruokaan ja ruokailutilanteeseen liittyvät näköhavainnot ovat erittäin tärkeitä. Ulkonäön perusteella päätetään onko ruoka herkullista vai ei. Ulkonäöltään miellyttävä, kauniisti esille laitettu, väreiltään ja muodoiltaan tasapainoinen tuote herättää ruokahalun. Myös pakkaus, astiat, tarjoiluvälineet ja ruokailuympäristö vaikuttavat osaltaan ruoan ulkonäköön. On tärkeää, että ulkonäkö ja muut aistittavat ominaisuudet ovat tasapainossa keskenään. (Tuorila & Parkkinen & Tolonen 2008, 18–19.) Maistelemme ruokaa silmillämme aivan yhtä paljon kuin maku- tai hajuaistillamme. Näköaisti voi olla jopa makua voimakkaampi. (Hopia 2008, 132.)

Elintarvikkeella on ominainen ulkonäkö, joka määräytyy alkuperän tai valmistuksen mukaan. Kasvisten, hedelmien ja marjojen muoto syntyy kasvaessa ja kehittyessä. Tuotteiden muotoilun perusteella voidaan kertoa, mistä tuotteesta on kysymys. Samasta taikinasta esimerkiksi saadaan muotoa muuttamalla erinimisiä leipiä. Elintarvikkeita ja

uusia ruokalajeja voidaan kehittää muuttamalla niiden kokoa. Esimerkiksi keksien kokoa suurentamalla tai pienentämällä saadaan samasta tuotteesta erilaisia versioita. Perinteisiä tuotteita voidaan myös modernisoida yhdistelemällä niitä uusien lisäkkeiden kanssa tai uusin tarjoilutavoin. Ulkonäön perusteella arvioidaan tuotteen laatua. Esimerkiksi ravintolassa tavaraa vastaanotettaessa ja asiakkaille tarjottaessa arvioidaan tuotteen laatu. (Tuorila & Parkkinen & Tolonen 2008, 20.)

Värin aistimiseen vaikuttavat silmän herkkyys ja valaistus. Värisävy, kirkkaus ja kylläystymisaste eli värisävyn puhtaus ovat värin kolme ulottuvuutta. Elintarvikkeiden luontaiset väriaineet antavat tuotteelle luonnollisen värin. Myös lisäaineilla voidaan antaa väri tuotteelle. Valmistuksen aikana tuotteiden väri muuttuu. Värin perusteella voidaan saada selville marjojen, hedelmien ja kasvien kehitysaste, lajike ja tuoreus. Väristä huomataan varastoinnin vaikutus, ruoan kypsyyssaste, ruoanvalmistuksen onnistuminen, kirjolohen ja kananmunan keltuaisen laatu, kahvin paahtoaste, viinin laatu ja viljavalmisteiden täysjyväisyys. (Tuorila & Parkkinen & Tolonen 2008, 20–22.)

Muoto ja koko ovat tärkeitä laadun määrittäjiä. Näköhavainnoilla aistittavia rakennominaisuuksia ovat sileyys, kokkareisuus, hiutaleisuus, kiinteys, huokoisuus, tasaisuus, koloisuus, kiteisyys, lehtevyys, säikeisyys, karkea- tai hienosyisyys, läpinäkyvyys, sameus, kiilto, juoksevuus ja jähmeys. Nestemäisien ruokien rakenteelle on ominaista muodon muuttuminen ja tapahtuva liike. Tuotteiden juoksevuus, valuvuus, virtaus, vahto ja poreilu nähdään katsomalla. Ulkonäön perusteella voidaan havaita myös lämpötila. (Tuorila & Parkkinen & Tolonen 2008, 24–25.)

Aromi on ravinto-, mauste- tai nautintoaineen ominaisuus. Kun taas aromiaine on elintarvikkeeseen lisätty hajua tuottava valmiste. Tuoksu on miellyttävä haju. Ruoan tuoksu on tärkeä osa ruoan houkuttelevuutta. Hajut voivat palauttaa muistiin erilaisia muistoja ja tunnetiloja. Hajuja voidaan luokitella miellyttäviin ja epämiellyttäviin, virkistäviin ja rauhoittaviin, sekä hajun lähdettä ilmaiseviin. Hajujen kokeminen miellyttäväksi tai epämiellyttäväksi on kulttuureittain erilaista. (Tuorila & Parkkinen & Tolonen 2008, 27–28.)

Elintarvikkeen haju, aromi, muodostuu haihtuvien yhdisteiden yhteisvaikutuksesta, joita voi olla satoja. Jokainen kemiallinen yhdiste voi aktivoita samanaikaisesti useita reseptoreita ja taas reseptori voi aktivoitua erilaisista hajuyhdisteistä. Monipuolisen aktivoin-

nin seurauksena impulssit sulautuvat kokonaisuuksiksi eli aromeiksi tuotteissa. Hajuja antavia yhdisteitä ovat esimerkiksi aldehydit, esterit, terpeenit ja rikkiyhdisteet. Vaniljassa tuoksuu vanilliini, aniksessa anetoli ja kaaleissa rikkiyhdisteet. Hedelmien ja marjojen hajut ovat estereitä. Aromit muuttuvat, kun ruokia ja elintarvikkeita käsitellään tai kypsennetään ja myös niiden pilaantuessa. (Tuorila & Parkkinen & Tolonen 2008, 18.)

5 TUTKIMUSMENETELMINÄ KYSELY JA BENCHMARKKAUS

5.1 Asiakkaan toiveiden selvittäminen kyselyllä

Tutkintatavaksi valittiin kysely. Tarkoituksena oli kyselyn avulla selvittää opiskelijoiden kahvilapalvelujen käyttöä ja toiveita. Kyselyssä käytettiin sekä strukturoituja että avoimia kysymyksiä. Kyselylomakkeeseen valikoitui neljä kysymystä. Ensimmäisellä kysymyksellä haluttiin selvittää, mihin aikaan opiskelijat kahvilapalveluja käyttävät. Toisella kysymyksellä selvitettiin, mitä tuotteita opiskelijat kahvilasta ostavat. Kolmannessa kysymyksessä annettiin opiskelijoille mahdollisuus kertoa tuotetoiveita uuden kahvilakonseptin tuotevalikoimaan. Neljännessä kysymyksessä tiedusteltiin vastaajan sukupuolta. Valmiita vastausvaihtoehtoja ei toiseen ja kolmanteen kysymykseen annettu, vaan haluttiin vastaajien omin sanoin tuottaa vastaukset. Avoimilla kysymyksillä voidaan saada vastauksia, joita ei itse olisi huomattu ja ne voivat tuoda uusia ideoita, näkökantoja tai parannusehdotuksia (Heikkilä 2008, 49–50).

Kyselyn muotona voi olla posti- tai verkkokysely, jolloin lomake lähetetään tutkittavalle postitse tai sähköisesti. Menetelmän etuina ovat nopeus ja vaivaton aineiston saanti. Kyselyssä voi olla haasteellista löytää vastaajien nimet ja osoitteet. Henkilörekisterien käyttöön on myös useimmiten hankittava lupa. Lomake voidaan lähettää myös jonkin organisaation, instituution tai yhteisön välityksellä. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 196.)

Kyselylomaketta suunniteltaessa on tekijällä oltava tavoitteet tiedossa. Lomakkeessa tulee olla vain tarpeelliset kysymykset, joiden avulla saadaan tavoitteiden mukaisia vastauksia. Kyselylomakkeen on oltava selkeä, kysymykset tarkkoja ja yksiselitteisiä. Kysymysten määrä ja järjestys kannattaa myös miettiä. On käytettävä kieltä, joka on vastaajat huomioiden ymmärrettävää. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 130–131.)

Saatteiden laatiminen kyselytutkimuksiin on tärkeää kyselytutkimuksen onnistumisen kannalta. Saatekirjeestä vastaajalle tulee selvitä kyselyn tarkoitus, sen tekijät, teettäjät ja vastausaika. Etukäteiskiitokset yhteistyöstä on oltava myös saateissa. Vastausprosentti on parempi onnistuneen saatekirjeen kera lähetetyllä kyselyllä. Ajankäyttö tämän dokumentin luomiseen onkin tarpeellista. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 133.)

Hirsijärvi ym. ovat sitä mieltä, että parhaimmillaan suurelle yleisölle lähetetty kyselylomake antaa vastauksia 30–40 prosenttia. Survey Monkeyn ohjeistuksessa verkkokyselyssä, jossa vastaajiin ei ole ennestään suhdetta, pidetään 20–30 prosentin vastausprosenttia erittäin hyvänä. Realistisempaan tavoitteena pidetään 10–15 prosentin vastausprosenttia. Kannustimet, aihe, monimutkaisuus ja pituus vaikuttavat osaltaan vastusmääriin.

5.1.1 Kyselyn toteuttaminen

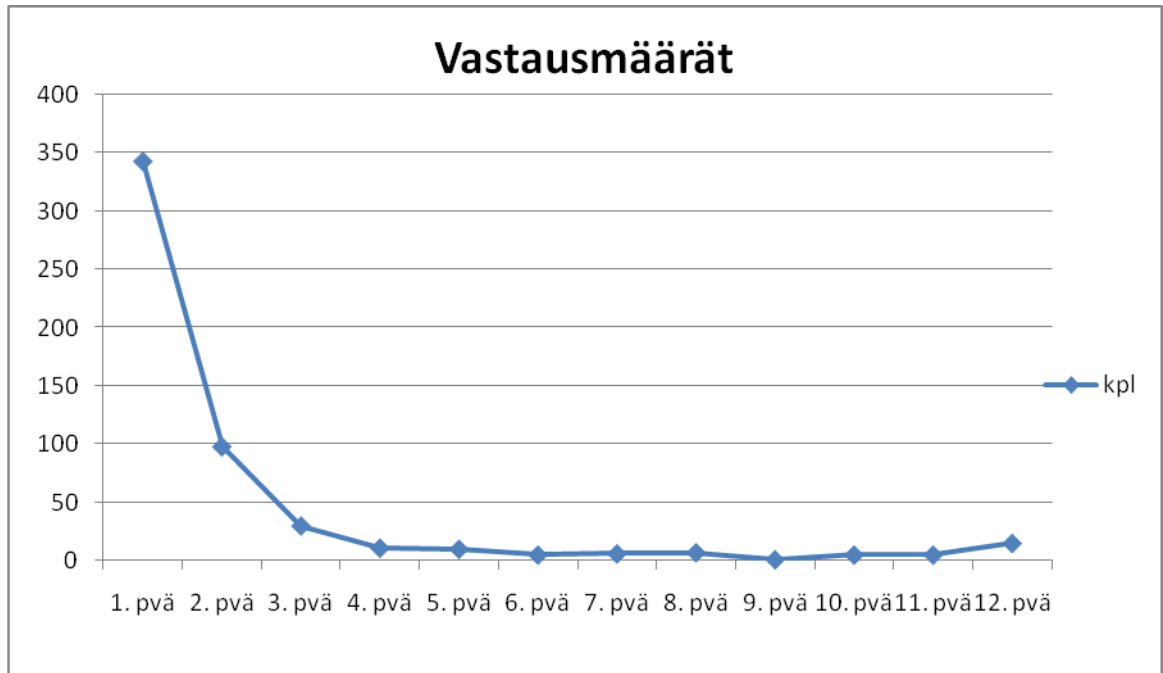
Kyselyn kysymysten miettimiseen käytettiin aikaa ja tavoitteena oli saada tarkoituksenmukaiset kysymykset ja sitä kautta vastaukset. Kysymykset esiteltiin sekä ohjaavalle opettajalle että toimeksiantajalle ennen kentälle lähtöä. Kyselyn toteuttamiseen haettiin lupa Tampereen kaupungin sivistystoimikunnalta. Kysely toteutettiin Survey Monkeyta käyttäen. Survey Monkey on internetsovellusohjelma, omin sanoin kyselytutkimustyökalu. Kyselyn kysymykset syötettiin ohjelmaan ja aktivoitiin tutkimus käyntiin. Seuraavaksi tehtiin saate (liite 1) kyselylomakkeelle. Kyselylomake (liite 2) lähetettiin saateen kera sähköisesti Wilmaa hyödyntäen. Wilma on oppilaitosten opiskelijahallinto-ohjelman www-liittymä. Apuna kyselyn lähettämisessä Wilman välityksellä toimi yhteyshenkilöt, joilla on valtuudet käyttää kyseistä ohjelmaa.

Perusjoukko tutkimuksessa on kuuden lukion ja kymmenen Tredun toimipisteen opiskelijat, joita on 3200 (lukiot) ja 4100 (Tredut) eli yhteensä 7300 opiskelijaa. Näistä kyselyt lähetettiin satunnaisotannalla kolmen lukion ja kolmen Tredun toimipisteen opiskelijoille. Yhteensä kyselyjä lähti 4380 kpl, joka on 60 % perusjoukosta. Vastausaikaa annettiin 12 päivää. Kysely toteutettiin lokakuussa 2014.

Survey Monkey antoi reaaliaikaiset tiedot annetuista vastauksista. Näin pystyttiin seuraamaan kyselyn onnistumista ja tarkastelemaan annettuja vastauksia päivittäin. Vastusajan päätyttyä saadut tiedot siirrettiin ohjelmasta Exceliin. Strukturoitujen kysymysten vastaukset saatiin Survey Monkeyn avulla valmiiksi koottuina. Avoimet vastaukset analysoitiin laadullisia menetelmiä käyttäen.

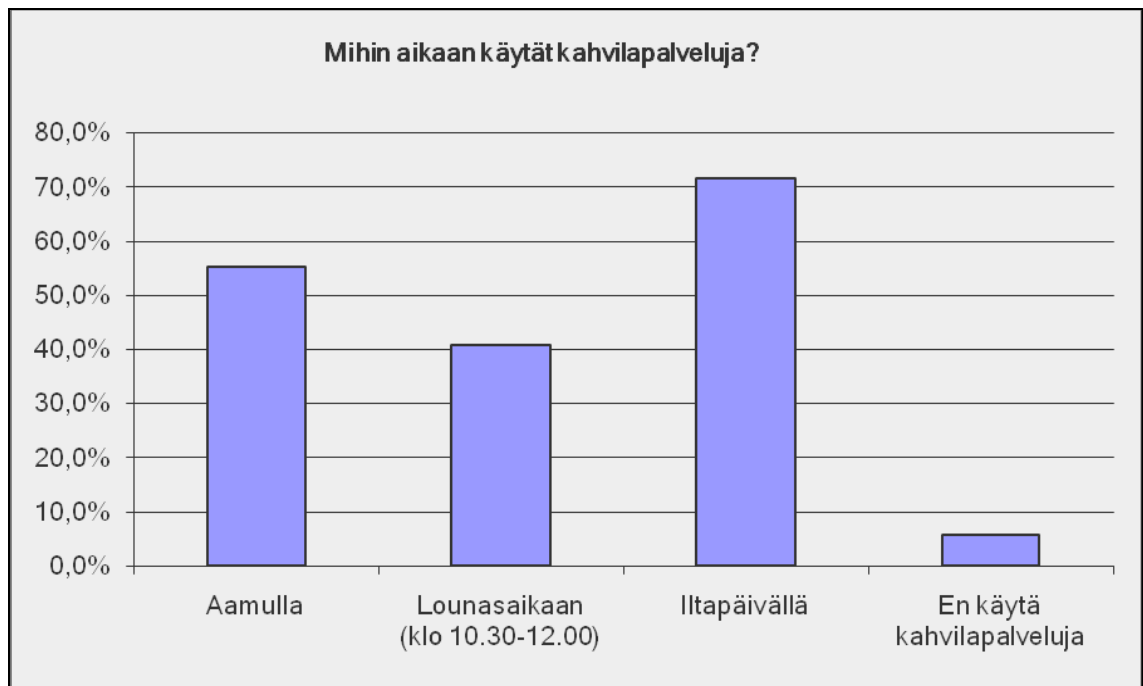
5.1.2 Kyselyn tulokset

Vastauksia 4380 lähetetystä kyselystä saatiin 536 kpl. Vastaamisprosentiksi tuli 12 %. Vastausaikana 8.10.–19.10.2014 vastausten määrät jakautuivat seuraavanlaisesti (kuvio 1): Ensimmäisenä päivänä vastauksia saatiin 343 kpl, toisena päivänä 98 kpl ja kolmantena päivänä 30 kpl. Kolmen vastauspäivän jälkeen vastausmäärät pienenevät ja vaihtelevat yhden ja 15:sta vastauksen välillä.



KUVIO 1. Vastausmäärien päiväkohtainen jakautuminen vastausaikana.

Ensimmäiseen kysymykseen, mihin aikaan käytät kahvilapalveluja, vastasi 536 opiskelijaa (kuvio 2). Aamulla kahvilapalveluita käyttää 296, 55 %, vastanneista, lounasaikaan (Klo 10.30–12.00) 219, 41 %, vastanneista ja iltapäivällä 385, 72 %, vastanneista. Kahvilapalveluita ei käytä 30 eli 6 % vastanneista.



KUVIO 2. Kahvilapalveluiden käyttö prosentuaalisesti.

Toiseen kysymykseen, mitä tuotteita ostat kahvilasta, vastasi 514 opiskelijaa. 22 ohitti kysymyksen. Vastaajista 301 oli tyttöjä ja 211 poikia.

Juomina (taulukko 3) ostettiin kahvia, virvoitusjuomia, teetä, kaakaota, jogurttijuomia, smoothieta ja mehua. Yleisnimityksellä juomaa ilmoitettiin ostettavan myös.

TAULUKKO 3. Kahvilasta ostetut juomat (vastausmäärät).

Kahvi (228)
Tee (51)
Kaakao (25)
Virvoitusjuoma (113)
Mehu (14)
Smoothie, jogurttijuoma, pirtelö (18)
Juoma, yleisnimityksellä juomaa (81)

Kahvilasta ostettiin (taulukko 4) leipää, sämpylöitä, paniineja, piirakoita, pasteijoita ja karjalanpiirakoita, kuten myös leivonnaisia, leivoksia, pullaa, munkkeja, donitseja, muffinsseja ja morkkapaloja. Hedelmät kuuluivat myös ostettaviin tuotteisiin. Puuroa ilmoitti ostavansa muutama vastaaja. Jogurtti ja rahka nousivat esille ostetuissa tuotteissa. Keksejä tai välipalapatukoita ostettiin muutamassa vastauksessa. Makeiset ja jäätelö

olivat suosittuja ostettavia. Proteiinipitoisia tuotteita ostettiin myös. Yleisnimityksillä aamupalaa, välipalaa ja suolaista vastattiin ostettavan myös. Opiskelijoiden tekemät leivonnaiset löytyivät myös ostettavista tuotteista. Eräs vastaaja ilmoitti ostavansa alle euron hintaisia tuotteita.

TAULUKKO 4. Ostetut tuotteet (vastausmäärät).

Leipä (166)
Sämpylä (115)
Paniini (21)
Piirakka (5)
Pasteija (3)
Karjalanpiirakka (3)
Munkki, donitsi (49)
Pulla (72)
Leivonnainen (38)
Leivos (36)
Muffinssi, mokkapala (11)
Hedelmä (29)
Puuro (6)
Keksi, välipalapatukka (9)
Jogurtti (18), rahka (34)
Makeinen, suklaa, jäätelö (102)
Välipala (20)
Proteiinipitoinen tuote (9)
Suolainen tuote (8)
Aamupala (6)
Naposteltava (2)

Kolmanteen kysymykseen, mitä tuotteita toivoisit kahvilavalikoimaan, vastasi 444 opiskelijaa, 92 ohitti kysymyksen. Vastaajista 258 oli tyttöjä ja 184 poikia.

Juomatoiveissa (taulukko 5) toivottiin erilaisia vaihtoehtoja kahviin, teehen ja kaakaon. Erilaisia mehujuomia, kuten tuoremehuja oli toiveissa. Energiajuomat ja virvoitusjuomat useine laatuineen tulivat myös esille. Smoothie itse valmistettuna oli toiveissa.

Juotavat jogurtit kuuluivat myös toiveisiin. Kalja ja ykkösolut saivat molemmat yhden äänen.

TAULUKKO 5. Juomatoiveet (vastausmäärät).

Kahvi (34), erilaisia kahvivaihtoehtoja, soija- ja kauramaito saataville myös
Tee (10), monipuolisempaa teevalikoimaa
Energiajuoma (16), muutama palautusjuomatoive
Virvoitusjuoma (17), vaihtoehtoja enemmän, kivennäisvesi
Mehu (14), mehujuomia ja tuoremehuja
Smoothie (12), paikanpäällä valmistettava, juotava jogurtti (4)
Kaakao (9), erilaisia, soijakaakao

Vastauksissa (taulukko 6) toivottiin leipää, sämpylöitä, patonkeja ja paniineja erilaisilla täytevaihtoehdoilla, kooltaan isompia, myös täysjyvätuotteina ja lämpiminä. Karjalanpiirakoita, pasteijoita ja pizzaa toivottiin myös. Hedelmiä toivottiin useampaa laatua. Salaatteja toivottiin, esimerkiksi hedelmäsalaattia. Kekseistä nimellä mainittu oli cookie. Proteiinipitoiset välipalat nousivat toiveissa esille. Puuro nousi tuotetoiveeksi muutamalla vastaajalla, riisipuuro mainittiin nimeltä. Pähkinöitä kaipailtiin tuotevalikoimaan. Sipsejä ja ruisnachoja toivottiin. Leivonnaisia ja leivoksia oli toiveissa, myös suolaisina. Kakkuja tuotevalikoimaan haluttiin myös, kuten porkkanakakkua ja juustokakkua. Munkkeja ja munkkeja erilaisin toteutuksin oli toiveissa. Pullia toivottiin tuoreina ja erilaisina versioina. Perinteisiä korvapuusteja toivottiin myös. Jogurttia, myös luonnon, kaipailtiin valikoimiin. Kattava makeisvalikoima oli toiveissa, jäätelöiden kera. Terveellisiä välipalapatukoita haluttiin jatkossa tuotevalikoimasta löytyvän. Yleisesti toivottiin suolaista syömistä. Yksittäisissä toiveissa tulivat esille mangopiltti, kiisseli, hampurilainen, ranskalaiset ja raejuusto. Jesari oli yhden vastaajan toive.

TAULUKKO 6. Toivotut tuotteet (vastausmäärät).

Hedelmä (28), erilaisia vaihtoehtoja
Sipsit (5), pieniä pusseja, ruisnachoja
Pähkinät (8), cashewpähkinät
Puuro (4), riisipuuro
Salaatti (16), hedelmäsalaatti
Leipä (63), enemmän vaihtoehtoja, runsaampia täytteitä, ruisleipää, lämpimiä leipiä
Cookie (2)
Proteiinipitoinen välipala (16), patukoita, rahkaa
Sämpylä (30), erilaisilla täytevaihtoehdoilla, ruissämpylä, siemenetön sämpylä, isompi koko
Paniini (21), patonki (4), erilaisilla täytteillä
Croissant (9), täytetty
Karjalanpiirakka (5), pasteija (7)
Pizza (6)
Leivonnainen (20), leivos, mokkapalat, erilaisia, suolaisiakin
Kakku (15), porkkanakakku, juustokakku
Munkki (15), eri variaatioita
Pulla (8), erilaisia, tuoreita, korvapuusti
Jogurtti (18), luonnonjogurtti
Makeinen (22), enemmän valikoimaa, karkkipusseja, askeja, kurkkupastilleja, purkkaa ja suklaata, tummaakin
Jäätelö (7), mehujää
Suolaista syömistä (20)
Välipalapatukka (4), terveellisiä
Mangopiltejä, kiisseliä, hampurilaisia, ranskalaisia, raejuustoa. Ja jesaria.

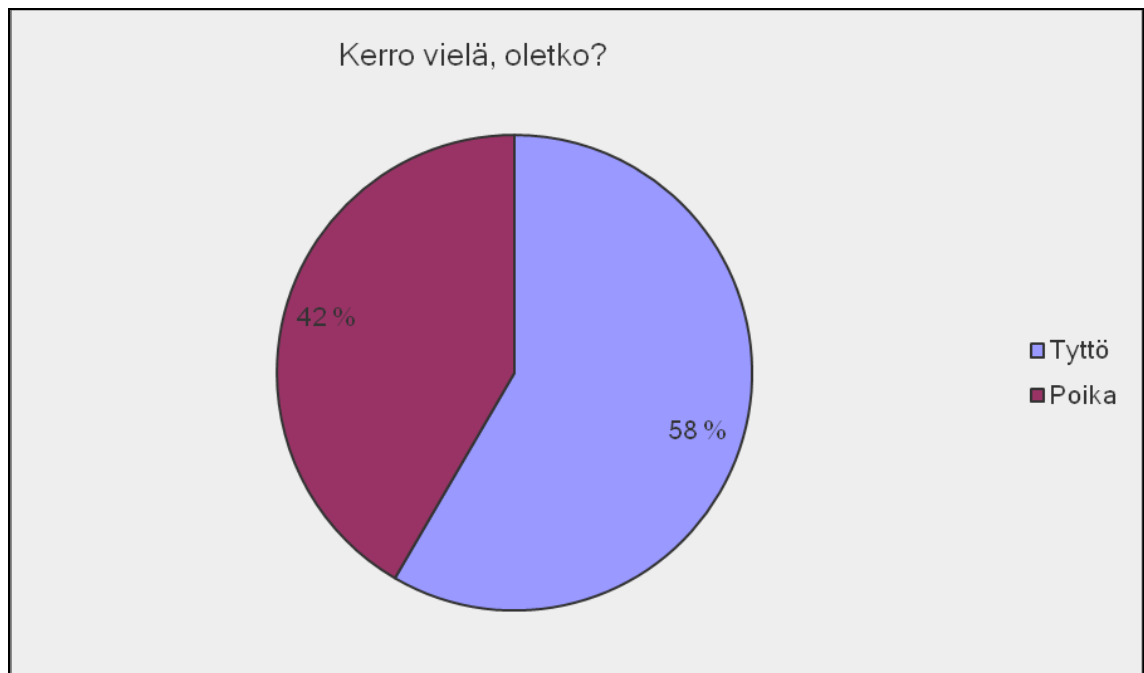
Kahvilan tuotevalikoimaan toivottiin enemmän vaihtelua. Eräs vastaaja totesi, että alkaa kyllästyttää samat kuivat sämpylät. Toivottiin varattavan tarpeeksi tuotteita, etteivät ne pääsisi loppumaan kuten kerrottiin käyneen useasti. Edullisempia tuotteita ja halvempia hintoja toivottiin useissa palautteissa. Hintaehtotuksia saatiin seuraavanlaisesti: pikku-suolainen 1,50–2,00 euroa, iso sämpylä 2 euroa ja valikoimiin alle euron hintaisia tuotteita. 1,80 euron hintaa leivästä pidettiin yhdessä vastauksessa kiskurihintana.

Terveellisiä tuotteita ja ravitsevia vaihtoehtoja toivottiin kahvilavalikoimaan enemmän. Toivottiin vähäkalorisia tuotteita, kokojyvätuotteita, vähemmän E-koodeja, vähärasvaisempia ja vähäsokerisia tuotteita. Terveellisiä vaihtoehtoja pidettiin kalliimpana kuin makeaa ja epäterveellistä syötävää. Toivottiin edullista, terveellistä ja hyvää välipalaa, joka auttaa jaksamaan.

Kasvistuotteita toivottiin tuotevalikoimaan enemmän ja myös vegaaneille soveltuvia tuotteita. Erityisruokavaliota noudattavat toivottiin otettavan huomioon paremmin. Kasvisruokailijoiden lisäksi mainittiin keliakikot, laktoosittomat ja maidottomat. Luomutuotteita toivottiin valikoimaan myös.

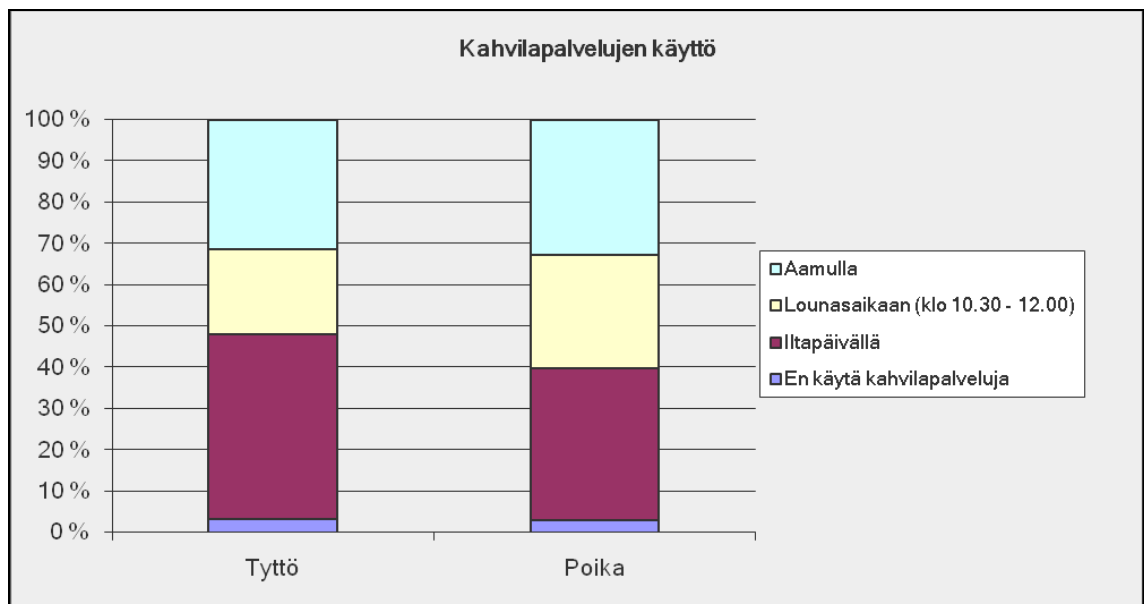
Aamuaikaan toivottiin enemmän suolaisia vaihtoehtoja ja taas leivoksia iltapäivälle. Erilaisten leipien kerrottiin vievän parhaiten nälän. Laadukkaampia tuotteita peräänkuulutettiin. Tuotteisiin toivottiin tuotetiedot kertovia lappuja. Tuotteita haluttiin olevan useammin saatavilla. Kausituotteita kaipailtiin, kuten joulutorttujen jouluna. Käyttöön otettaviksi toivottiin kestokahvikuppeja ja termosmukeja, jotka olisivat edullisesti uudelleen täytettäviä. Kahvipassi, sarjakortti, joka kymmenes kahvi ilmainen, nopeuttaisi asiointia erään vastaajan mukaan. Edellispäivän tuotteita ehdotettiin ilmaiseksi saataviksi. Peräänkuulutettiin tarjouksia tuotteista, esimerkiksi kahvi kaupan päälle. Mikroa toivottiin tuotteiden lämmittämistä varten. 37 vastaajaa oli tyytyväisiä nykyiseen kahvilan tuotevalikoimaan, eikä heillä tullut mieleen toiveita tuotevalikoimaan liittyen.

Neljänteen kysymykseen, kerro vielä, oletko tyttö vai poika, saatiin 534 vastausta. Kaksi kyselyyn vastannutta jätti vastaamatta tähän kysymykseen. Vastaajista 312 oli tyttöjä ja 222 poikia. Prosentuaalinen jakauma 58 % ja 42 % (kuviokuva 3).



KUVIO 3. Vastaajien prosentuaalinen jakauma sukupuolen mukaan.

Kuviosta 4 nähdään tyttöjen ja poikien kahvilapalvelujen käyttö ajankohdan mukaan. Sekä tytöt että pojat käyttävät kahvilapalveluja useimmin iltapäivisin. Vähiten kahvilapalveluja käytetään lounasaikaan.



KUVIO 4. Kahvilapalvelujen käyttö tyttöjen ja poikien välillä.

5.1.3 Tulosten kertomaa

Vastausprosentiksi saatiin kyselyssä 12 %. Tulos on odotetun kaltainen ja täten luotettava. Ensimmäiseen kysymykseen oli vastattava, muiden kysymysten ollessa vapaaehtoisia. Vastaukset olivat pääsääntöisesti asiallisia ja antoivat toivottuja vastauksia.

Kahvilapalveluja käytetään eniten iltapäivällä (72 %), toiseksi eniten aamulla (55 %) ja vähiten lounasaikaan (41 %). Vastauksien perusteella vastaajat käyttävät kahvilapalveluja useasti päivän aikana. Yli puolet vastanneista käyttää kahvilan palveluja aamuisin. Eli kahvilan palveluja tarvitaan aamuisin aamupalan tarvitsijoita palvelemaan. Lounasaikaan kahvilan palveluita käyttää hieman alle puolet vastanneista. Eli opiskelijat käyttävät kahvilan palveluja myös lounasaikana. Iltapäivällä kahvilapalveluita käyttää noin $\frac{3}{4}$ osaa vastanneista eli opiskelijat tarvitsevat välipaloja jaksakseen opiskella loppupäivän.

Toisessa kysymyksessä tiedusteltiin kahvilasta ostettuja tuotteita. Vastauksia annettiin hyvin. Juomia ostetaan paljon. Kahvi nousi suosituimmaksi juomaksi. Muita juomia ostetaan myös, etenkin virvoitusjuomia. Erilaiset leipätuotteet, esimerkiksi sämpylä ovat suurin ostoryhmä. Leivonnaiset ja leivokset ovat myös suosittuja. Makeiset ja jäätelö nousivat myös korkealle ostetuissa tuotteissa. Opiskelijoiden tekemiä leivonnaisia ostettiin, joka on mahdollista vain niitä myyvissä toimipisteissä.

Kolmannessa kysymyksessä saivat opiskelijat kertoa toiveitaan kahvilakonseptin tuotevalikoimaan liittyen. Vastauksista saatiin hyviä ehdotuksia. Juomat erilaisine vaihtoehtoineen olivat usean vastaajan toivelistalla. Trendituotteeksi luokiteltava smoothie löytyi tuotetoiveista. Leipätuotteet erilaisilla täytteillä olivat toivetuotteita. Erilaisia leivonnaisia ja leivoksia toivottiin paljon. Hedelmät löytyivät myös useasti toivottavana tuotteena. Makeisvalikoimaa toivottiin myös kahvilanvalikoimasta löytyvän. Toiveista huomioitavia ovat kahvilan valikoiman vaihtelevuus tuotteiden suhteen, edullisten tuotteiden saatavuus ja terveellisiin tuotteisiin panostaminen. Erityisruokavalioiden huomioinnottaminen myös tuli ilmi toiveissa.

Neljännän kysymyksen perusteella vastauksia antoivat sekä tytöt että pojat. Tyttöjen osuus annetuista vastauksista oli hieman suurempi, mutta ilahduttavan hyvin myös pojat olivat ottaneet osaa kyselyyn. Tarkastellessa tyttöjen ja poikien kahvilapalvelujen käyt-

töä ajankohdan mukaan ei ilmene suuria eroja. Pojat käyttävät hieman useammin kahvilapalveluja lounasaikaan, vastaavasti tytöt iltapäivällä ovat hieman suurempi asiakasryhmä.

5.2 Benchmarkkauksella ideoita toisaalta

Benchmarkauksessa, benchmarking, verrataan omaa kehittämisen kohdetta toiseen kohteeseen, esimerkiksi alan parhaaseen käytäntöön tai aivan eri alojen käytäntöihin. Perusidea on toisilta oppiminen ja samalla oman toiminnan kyseenalaistaminen. Toisten organisaatioiden käytänteitä joudutaan aina soveltamaan luovasti omaan organisaatioon sopivaksi. Benchmarkingin avulla opitaan tunnistamaan omia heikkouksia ja asettamaan tavoitteita ja kehitysideoita. Benchmarkingia voidaan käyttää organisaation laadun, tuotavuuden, toimintaprosessien ja työtapojen kehittämässä. Näin saavutettujen virikkeiden ja innoituksen avulla voidaan saada aivan uusia oivalluksia. Käyttämällä erilaisia kanavia, löydetään ne toimijat, joiden toimintaa halutaan omaan toimintaa vertailla. Benchmarking voidaan toteuttaa vierailulla valittuun organisaatioon. Etukäteen määritellään vierailun tavoitteet, tarkkoine havainnointi- tai kysymyslistoineen. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 43–44.)

Benchmarkkaus suoritettiin kahteen paikkaan lokakuun 2014 aikana. Tarkoituksena oli selvittää toisten toimijoiden tuotevalikoimaa ja näin saada tietoa alan toisista toimijoista ja mahdollisista trendeistä. Tarkastelun kohteeksi asetettiin tuotevalikoima, erityisruokavalioiden huomioiminen, asettelu ja hinnoittelu.

Ensimmäisessä benchmarkkauskohteessa, koulumaailmaan sijoittuvassa kahvilakohteessa, oli perinteinen kahvilatarjonta. Benchmarkkaus suoritettiin vierailemalla asiakkaana kohteessa. Juomina oli kahvia (peruskahvi), teetä, kaakaota, virvoitusjuomia, energiajuomia, kivennäisvettä, tuoremehua, maitopohjaisia juomia ja valmis smoothie. Tarjolla oli aamupuuro, täytettyjä sämpylöitä, kolmioleipiä, täytettyjä bageleita ja lämpimiä leipiä. Makeana leivonnaisena oli tarjolla mokkapaloja ja pikkuleipiä. Tuotevalikoimasta löytyi myös jogurttia, rahkaa, välipalakeksejä ja hedelmänä banaaneja. Makeisvalikoimaa ja jäätelöä oli tarjolla myös.

Tuotteissa oli hyvin esillä pakkausmerkinnät, tuoteselosteet, joten asiakas sai helposti tiedon siitä mitä tuotteet sisältävät. Lämpimän leivän valikoimissa ei ollut valmiina gluteenitonta vaihtoehtoa, mutta sellainen olisi järjestynyt tarvittaessa. Kasvisruokailijoille oli soveltuva juustosämpylä, mutta vegaaneja ei ollut otettu huomioon valmiiden leipätuotteiden valikoimissa. Tällainen olisi erillisestä pyynnöstä kyllä valmistettu.

Tuotteet olivat kauniisti esillä ja ryhmitelty omiksi kokonaisuuksiksi. Suolaiset ja makeat leivonnaiset olivat erillään. Kylmät juomat sijaitsivat omassa kylmävitriinissä ja kahvi sekä kuuma vesi omalla pöydällä helposti saatavissa. Makeiset olivat erillään omassa hyllyssään, joiden vieressä jäätelöt omassa altaassaan.

Hinnoittelu oli opiskelijaystävällistä. Esimerkkejä hinnoittelusta: lämmin leipä 3,50 €, itse täytetty sämpylä 2,60 €, valmis kolmioleipä 2,95 €, virvoitusjuoma 2,20 €, kauravälipalakeksi 0,50 €, makea leivonnainen 2 €, kahvi 1,10 €, puuro 1,10 €, valmis smoothie 3,20 € ja pähkinäsekoitus 1,60 €.

Toinen vertailukohde oli suosittu ketjukahvila, jolla on tunnettu brändi. Nettisivujen avulla bechmarkkaus suoritettiin kyseiseen kohteeseen. Konseptissaan kahvila X haluaa mahdollistaa tauon pitämisen, seurustellen, rentoutuen ja nauttien kahvilan antimista. Sivuilla oli kategorioitu tuotteet juomiin, kylmiin ja kuumiin, leivonnaisiin ja fresh foodiin.

Kohteessa tarjoillaan omaa vastajauhetuista pavuista tehtyä kahvia, espressoa, caffè lattea ja ensiluokkaisesta suklaasta valmistettua kuumaa kaakaota. Teevalikoimasta löytyy jokaiselle oma suosikki. Kuumien juomien alkuperä ja valmistusprosessi on jäljitettävissä, ja kahvilajikkeet kasvatetaan, käsitellään, kuljetetaan ja myydään sertifioitujen järjestön ympäristövaatimusten ja eettisten sääntöjen mukaisesti. Kylminä juomina ovat hedelmä- ja jogurttsmoothie, jäätee omista teevaihtoehdoista ja kaksi makeaa herkkujuomaa. Hedelmäsmoothieiden kerrotaan olevan laktoosittomia ja lisäaineettomia.

Leivonnaisten kerrotaan olevan olennainen osa kahvilaelämystä. Leivonnaisissa näkyy amerikkalainen leipomoperinne, ruotsalaisuus ja eurooppalaiset vaikutteet. Leivonnaisina ovat muffinit, amerikkalaistyyliset cookies keksit, nimikkopulla, kahta erilaista kakua, suklainen leivos ja pieniä herkuja kuten macaron-leivoksia ja minileivoksia. Vali-

koimasta löytyy myös luomumuffineita. Ruokatarjontaan kuuluvat täytetyt bagelit, toastit ja wrapit. Kuten myös salaattit, suolaiset piirakat ja lasagne.

Erityisruokavaliomerkitöjä ei nettisivuilla ole, kuitenkin muutamien tuotteiden kerrotaan olevan laktoosittomia ja lisääineettomia. Eettisistä arvoista muistutetaan myös. Hintoja ei nettisivuilta näe, lukuun ottamatta tarjoustuotteita.

6 TUOTEVALIKOIMAN IDEOINTI

6.1 Ideointi

Kahvilakonseptin tuotevalikoimaa ideoidessa otetaan huomioon toimeksiantajan, Tampereen Ateria, arvot, toiveet ja resurssit. Lähtökohtana ovat ravitsemukselliset tekijät, kohderyhmä nuoret, muiden toimijoiden vaikutteet, tuotteiden käyttötarkoitus ja aistittavat ominaisuudet. Pääpaino ideoinnissa kohdistuu suolaisiin ja makeisiin valmistettaviin tuotteisiin. Virvoitusjuomien ja makeisten osalta ei ideointia suoriteta, sillä ne eivät kuulu koulumaailmaan suositeltaviin tuotteisiin.

Kahvilapalveluja käytetään kyselystä saatujen tietojen perusteella eniten iltapäivällä, toiseksi eniten aamulla ja jonkun verran myös lounasaikaan. Näiden tietojen perusteella kahvilan tuotevalikoimaa lähdetään ideoimaan välipalavoittoiseksi, huomioiden aamupalan tarvitsijat ja lounasajan jälkiruokaa kaipaavat.

Aamuaikaan tulee olla tarjolla kahvin ja teen lisäksi aamupalaksi soveltuvia tuotteita palvelemaan asiakkaita joilta aamupala on jäänyt nauttimatta. Kahviloiden tulee avata ovensa hyvissä ajoin ennen ensimmäisten koulutuntien alkamista. Aamupalalle tarjolle laitetaan puuroa, täysjyvätuotteista valmistettuja täytettyjä sämpylöitä ja hedelmävalikoimaa.

Lounasaikaan tarjolle laitetaan kahvin ja teen lisäksi jälkiruokaksi soveltuvia tuotteita. Ideoinnin lähtökohtana on, että opiskelijat nauttivat heille kuuluvan ravitsemussuositukset täyttävän koululounaan. Lounasaikaan kahvilan valikoimista löytyy hedelmiä, hedelmistä ja marjoista valmistettuja tuotteita sekä leivonnaisia. Pullapohjaiset leivonnaiset ovat ravitsemussuositusten mukaisia vaihtoehtoja. Satunnaiseen herkutteluun suodaan myös mahdollisuus.

Iltapäivällä tarjolle tulee laittaa välipalatuotteita. Hyvä välipala sisältää kasviksia, hedelmiä, marjoja, vähärasvaisia maitotuotteita tai kuitupitoisia viljavalmisteita. Erilaiset täysjyvävalmisteiset täytetyt leivät tai marjoja ja hedelmiä sisältävät tuotteet ovat terveellinen vaihtoehto välipalaksi.

Kahvilan tuotevalikoimaan valittavien tuotteiden tulee olla helposti valmistettavia ja muunneltavissa olevia tuotteita, jotka soveltuvat mahdollisimman moneen erityisruokavalioon. Tampereen Aterian henkilökunnan ammattitaito huomioidaan tuotteiden toteutuksessa. Tuotteissa käytetään mahdollisuuksien mukaan luomu, lähiruoka sekä reilun-kaupan tuotteita.

6.2 Tuotevalikoima

Kahvi. Valmistettuna kahvilakonseptiin tulevan kahvikoneen avulla. Kahvin maku tulee olemaan jatkossa tasalaatuista ja palvelemaan erilaisia kahvimieltymyksiä. Tarjolle laitetaan erilaisia teevaihtoehtoja ja hunajaa (vegaaneille siirappia). Valikoima kaakaota, kuumalla maidolla. Juomien kanssa saataville maidon/kerman lisäksi myös maidoton vaihtoehto palvelemaan asiakkaita, joille maito ei sovi.

Puuro. Toteutettuna puuro-baarina, jossa voi itse tuunata oman puuronsa oman makunsa mukaan. Tuunakkeina esimerkiksi hillo, jogurtti, pähkinät, kookoshiutaleet, kuivatut marjat ja salmiakki.

Hedelmäkori. Varustettuna monipuolisesti erilaisilla hedelmillä.

Hedelmäsalaatti. Kootaan (tuoreista) hedelmäpaloista raaka-aineita vaihdellen. Hedelmäsalaatti sopii moneen erityisruokavalioon.

Smoothie. Valmistetaan mahdollisuuksien mukaan itse. Raaka-aineina käytetään marjoja, hedelmiä, jogurttia, rahkaa ja mehua. Valmistetaan vähintään laktoosittomana, myös vegaaneille ja maidottomille sopiva vaihtoehto, käyttäen esimerkiksi kauravalmisteita.

Sämpylä. Valmistetaan perinteisillä kinkku ja juustotäytteillä, kana/kalkkuna- ja kasvisvaihtoehdoilla täydennettynä. Sämpyläksi valitaan kuitupitoinen tuote. Gluteenittomat huomioidaan sämpylävalikoimassa.

Ruokaisa sämpylä. Valitaan isompi sämpylä ja täytteissä käytetään esimerkiksi majoneesipohjaisia ja proteiinipitoisia täytteitä. Täytteiksi valitaan laktoosittomia tuotteita, maidottomille ja kasvisruokailijoille/vegaaneille tarjolle sopiva vaihtoehto.

Grillileipä. Täytetty lämmin leipä ruis- ja kauravaihtoehdoilla. Leiväksi valitaan lisä- ja säilöntäaineeton, maidoton ja runsaskuituinen tuote. Gluteenittomille tarjolle oma leipä. Täytteistä löytyvät vaihtoehdot erityisruokavaliota noudattaville.

Rieska. Valitaan kuitupitoinen tuote, joka ei sisällä eläinperäisiä aineita. Gluteeniton rieska vaihtoehto huomioidaan myös. Rieska valmistetaan joko pizzaksi tai wrapiksi täytteitä vaihdellen ja erityisruokavaliot huomioiden.

Karjalanpiirakka. Itsepaistettava tuote. Täytteitä vaihdellen saadaan joka päivälle erilainen tuote. Erityisruokavaliot huomioidaan piirakan ja täytteiden osalta.

Pulla. Pullaksi valitaan maidoton pulla-aihiö, josta saadaan joka päivälle uusi versio erilaisia täytteitä/muotoiluja käyttäen. Maidottomana aihio itsessään sopii useaan ruokavaliioon. Gluteenittomille ja vegaaneille tarjotaan oma pulla.

Perinteinen korvapuusti. Maidoton ja kuitupitoinen raaka-pakaste. Vegaaneille ja gluteenittomille valitaan korvaava tuote valikoimaan.

Muffinssi. Paistetaan päivittäin valmisjauhetta tai taikinaa käyttäen. Koristellaan erilaisin päällystein. Otetaan huomioon laktoosittomat, maidottomat, gluteenittomat ja vegaanit myös päällysteiden valinnassa.

Munkki. Itse paistettava ja sokeroitava. Valitaan maidoton tuote, joka käy usealle erityisruokavaliota noudattavalle. Gluteeniton ja eläinperäisiä aineita sisältämätön tuote saataville myös.

Omenakakku, omenapiiras. Maidoton, sulattamalla valmis tuote. Gluteenittomille ja vegaaneille tarjolle vastaava tuote. Kausikohtaisesti tarjolle esimerkiksi porkkanakakua, juustokakua tai mokkapaloja, erikoisruokavaliot huomioiden.

Cookie. valmisjauheesta tai taikinasta valmistettava tuote, joka paistetaan paikan päällä.

Pähkinä- ja hedelmäsekoitukset. Erilaisista pähkinöistä ja kuivatuista hedelmistä kootut terveelliset välipalatuotteet.

6.3 Tuotevalikoimasta

Kahvi on meille suomalaisille ykkösjuttu, mikä tuli ilmi myös toteutetussa tuotevalikoimakyselyssä. Kahvilakonseptin kahviloihin tulee kahvikoneet, millä valmistuvat niin erikoiskahvit kuin tavallinen peruskahvikin. Tämä palvelee opiskelijoita, jotka haluavat erikoiskahveja tai kahvia myös aamulla tai iltapäivällä lounaan yhteydessä tarjottavan ilmaisen kahvin lisäksi.

Puuro, ja varsinkin kaurapuuro on nyt trendijuttu maailmalla. Puurobaarin avulla tämä terveellinen välipalavaihtoehto tuodaan opiskelijoiden saataville. Puuroa, jonka voi tuunata omaan makuun sopivaksi, voi nauttia mihin vuorokauden aikaan tahansa. Se on myös täyttävää, ollen samalla edullinen vaihtoehto opiskelijoiden välipalaksi. Puuroa päivittäin nauttimalla päästään helpommin päivän kuitutavoitteeseen, joka ravitsemussuositusten mukaan on 25–35g päivässä.

Kasvikset, hedelmät ja marjat kuuluvat ravitsemussuositusten mukaiseen ruokavalioon. Tuotevalikoimaan onkin otettu kattava valikoima hedelmiä ja salaattiksi valikoitui hedelmäsalaatti. Hedelmät nousivat esille myös tuotevalikoimakyselyssä. Juotavana versiona tuotevalikoimasta löytyy smoothie. Siihen voi hedelmien, marjojen ja kasvien lisäksi lisätä vähärasvaisia maitotaloustuotteita. Smoothie onkin nauttinut suurta suosiota jo jonkun aikaa. Myös molemmissa benchmarkkauskohteissa oli kyseinen tuote tuotevalikoimissa.

Sämpylä on perinteinen kahvilatuote ja opiskelijoiden toiveet huomioiden on tuotevalikoimaan otettu myös isompi runsaampitäytteinen sämpylä. Käyttämällä vaihtelevasti erilaisia täytteitä, kasviksia unohtamatta, tämä on terveellinen ja täyttävä välipala. Sämpylöiden lisäksi on valikoimassa lämmin leipä, grillileipä, joka palvelee lämmintä syötävää haluavia. Ruisleipäpohjaisena se on ravitsemussuositusten mukainen ja löytyy myös tuotevalikoimakyselyn tuotetoiveista.

Tuotevalikoimaan valikoitunut rieska muuntuu tarpeen mukaan sekä wrapiksi, että pizzaksi. Kuitupitoisen rieskan avulla saadaan helposti kullekin päivälle erilainen tuote tarjolle. Piirakaksi valikoitui ravitsemussuositusten mukainen karjalanpiirakka. Tämä perinteinen herkku maistuu sekä täytettynä että vaikkapa munavoilla tarjolle laitettuna.

Pulla-aihiö muuntautuu moneksi, vain mielikuvitus on rajana toteutuksessa. Maidottomana tämä käy niin maitoallergiselle kuin laktoositonta ruokavaliota noudattavalle. Pulla tuli ilmi tuotetoiveissa, ollen myös ravitsemussuositusten mukainen tuote. Perinteinen korvapuusti löytyy myös tuotevalikoimasta.

Muffinssi valikoitui tuotevalikoimaan monikäyttöisyytensä vuoksi. Jauheesta tai valmiista taikinasta valmistettava tuote on helposti valmistettava ja tasalaatuinen tuote. Päälysteillä voidaan helposti saada samasta perustuotteesta erilaisia versioita, esimerkiksi kuorrutettu cupcake. Nämä kuppikakut ovatkin olleet trendijuttu Suomessa jo useita vuosia ja löytyivät toisen benchmarkkauskohteen tuotevalikoimista.

Munkki löytyy myös tuotevalikoimasta, vaikkakin se sisältää rasvaa ja sokeria, niin ostettuna ja toivetuotteena pintansa pitänyt herkku pysyköön tuotevalikoimassa. Kakkuvaihtoehdoksi valittiin maidoton ja sulattamalla valmis tuote omenakakku. Tämä helposti esille laitettava ja tasalaatuinen tuote on sopiva satunnaiseen herkutteluun. Pieneen herkutteluun valikoitui valmiista jauheesta tai taikinasta valmistettava cookie.

Pähkinät ja kuivatut hedelmät ovat terveellinen ja kyselyssä toivottu välipala. Pähkinät ovat energiapitoisia, sisältäen hyvänlaatuista rasvaa, vitamiineja ja kivennäisaineita. Niitä on helppo ottaa mukaan ja syödä silloin kun välipalanälkä yllättää.

Aistit on otettu huomioon tuotevalikoimaa ideoidessa. Kahvilakonseptin ruokailuympäristö tulee olemaan viihtyisä. Tuotteista tehdään ulkonäöltään miellyttäviä, väreihin ja muotoiluun kiinnitetään huomiota ja ne laitetaan kauniisti esille. Tuotteen oikeaoppinen tarjoilulämpötila huomioidaan myös. Ruoan tuoksu on tärkeä osa houkuttelevuutta ja useat tuotteet paistetaankin juuri siksi ennen tarjoilua.

Puolivalmisteiden avulla varmistetaan tuotteiden tasalaatuisuus. Tampereen Aterian työntekijöiden ammattitaito tulee esille tuotteiden lopullisessa valmistuksessa ja esille laitossa. Tuotevalikoimaan lisättäessä kausittain vaihtuvat sesonkituotteet saadaan kattava tuotevalikoima Tampereen Aterian kahvilakonseptin käyttöön.

7 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kahvilakonseptin tuotevalikoiman ideointi toiselle asteelle. Aloittaessa työtä luotiin silmäys Tampereen Ateriaan, sen arvoihin, resursseihin ja toiveisiin työn ja ideoitavan tuotevalikoiman suhteen. Seuraavaksi palautettiin mieleen ravitsemussuositusten sanoma. Ravitsemuksellisiin tekijöihin valittiin ravitsemussuositusten lisäksi kouluruokailusuositukset ja yleisesti toteutettavat erityisruokavaliot. Nuorten suhtautumista ruokaan selvitettiin ja mietittiin välipalan merkitystä. Aistien merkitys makujen välittäjinä on kiistaton, ja tätä aihetta käsiteltiin myös.

Toisen asteen opiskelijoiden, kahvilan asiakkaiden, kahvilakäyttäytymistä ja toiveita selvitettiin kyselyn avulla. Kysely toteutettiin lokakuussa 2014. Kyselyssä hyödynnettiin kyselytutkimustyökalu Monkey Surveyta ja opiskelijahallinnon www-liittymää Wilmaa. Kyselyitä lähetettiin satunnaisotannalla 4380 kpl, joka on 60 % perusjoukosta. Vastauksia saatiin 536 kpl, jolloin vastaamisprosentiksi saatiin 12 %. Vastaamisprosentti oli realistinen ja antaa luotettavan näkemyksen perusjoukosta. Vastauksia saatiin sekä tytöiltä että pojilta, tyttöjen osuus vastaajista oli 52 % ja poikien 48 %. Vastauksia voidaan täten pitää molempia sukupuolia kuvaavina.

Kyselyn tuloksien perusteella kahvilanpalveluja käytetään eniten iltapäivällä, 72 % vastanneista. Aamuisin kahvilapalveluja käyttää 55 % vastanneista ja lounas-aikaan 41 %. Kahvilapalveluja ei käyttänyt 6 % vastaajista. Tulosten perusteella lähdettiin kahvilakonseptin tuotevalikoimaa ideoimaan välipalavoittoiseksi. Aamupalan tarvitsijat huomioitiin myös. Lounas-aikaan ideoinnin oletuksena oli, että opiskelijat nauttivat ravitsemussuositukset täyttävän ilmaisen koululounaan ja käyttävät kahvilan palveluja jälkiruoan hankkimiseen. Terveysten ja hyvinvoinnin laitoksen teettämä kysely tukee oletusta, sillä sen mukaan kouluruokaa syödään useasti tässä ikäryhmässä, vain 10 % ei käy ruokalassa. Ja samaisen tutkimuksen mukaan terveellisille välipaloille on tarvetta, sillä enemmän kuin joka toinen kyselyyn vastanneista kertoi syövänsä muutakin kuin kouluruokaa koulupäivän aikana.

Suosituimpia ostettavia tuotteita olivat leipätuotteet, makeiset ja leivonnaiset. Juomista suosituimpia olivat kahvi ja virvoitusjuomat. Terveysten ja hyvinvoinnin laitoksen teettämässä tutkimuksessa välipalasuositukset olivat vastaavanlaisia, suosikeiksi nousivat ma-

keiset, virvoitusjuomat ja leipä. Kahvi nousi tehdyssä kyselytutkimuksessa korkealle, olemmehan tutkitusti maailman ahkerimpia kahvin juojia.

Toivutuotteista esiin nousivat juomien osalta kahvi ja virvoitus- ja energiajuomat. Trendituotteeksi noussut smoothie sai myös kannatusta. Leipätuotteet erilaisin täyttein olivat toiveissa. Leivonnaisia ja leivoksia erilaisine variaatioineen toivottiin myös. Terveellisiä tuotteita toivottiin päivittäin kahvilasta löytyvän kaikista tuoteryhmistä. Erityisruokavalioiden parempi huomioiminen oli toiveissa. Nestlen teettämän kyselyn mukaan suosituimpia välipaloja suomalaisten keskuudessa ovat hedelmät, ruisleipä, suklaapatukat, pähkinät ja jogurtti, jotka kaikki löytyivät myös esitetystä tuotetoiveista. Kouluruokailusuosituksen mukaan hyvään välipalaan kuuluvat kasvikset, hedelmät, marjat, vähärasvaiset maitotuotteet ja kuitupitoiset viljavalmisteet. Toiveista löytyivät hedelmät, viljavalmisteiden monipuolinen saatavuus ja kasvisruokien parempi saatavuus. Toiveista nousi esille yleisesti tuotevalikoiman monipuolisuus, edullisten tuotteiden saatavuus ja tuotteiden riittävyys. Luomutuotteita toivottiin saataville. Makeisiin liittyviä toiveita annettiin myös. Hyviä hinnoitteluun liittyviä vinkkejä saatiin myös.

Tuotevalikoiman ideoinnista rajattiin pois virvoitusjuomat ja makeiset, jotka kouluruokailusuositusten mukaan eivät ole kouluihin soveltuvia tuotteita. Tuotevalikoiman ideoinnissa huomioitiin tuotteiden soveltuvuus koulumaailmaan, helppo valmistettavuus, monikäyttöisyys ja tasalaatuisuus. Kouluruokailusuositusten mukaiset hiivataikinapohjaiset leivonnaiset kuten pulla ja piirakoista suositeltava karjalanpiirakka on otettu tuotevalikoimiin. Toivomuksista esille nousseet monipuoliset leipävaihtoehdot on huomioitu. Trendituote, toivottukin puuro on mukana puurobaaritoteutuksella. Toivotut ja suositeltavat hedelmät ovat valikoimissa. Satunnaiseen herkutteluunkin löytyy toivottu tuote kuten munkki ja cookie. Toteutuneeseen tuotevalikoimaan valikoitui seuraavat tuotteet: puuro, hedelmävalikoima, hedelmäsalaatti, smoothie, sämpylä sekä perinteinen että runsaampi täytteenen, lämmin grillileipä, rieska wrapiksi tai pizzaksi tehtynä, karjalanpiirakka, pulla, perinteinen korvapuusti, muffinssi, munkki, omenapiiras, cookie sekä pähkinä- ja hedelmäsekoitus. Luomua ja lähiruokaa sekä reilunkaupantuotteita esitetään käytettävien mahdollisuuksien mukaan.

Opinnäytetyötä tehdessä otettiin asiakkaiden, toisen asteen opiskelijoiden, toiveet huomioon kahvilakonseptin tuotevalikoimaa kootessa. Kysely toteutettiin anonymisti, tarvittavat luvat hankittiin ja tuloksia käsiteltiin jokaista vastaajaa arvostaen. Kaikki oleel-

linen tieto tuodaan julki kyselyn toteutuksesta saatuihin vastauksiin saakka. Toisten tutkijoiden tuloksia käytetään vertailussa saatuihin omiin tuloksiin. Toimeksiantajan kanssa on sovittu työn tekemisiin liittyvistä asioista, saadut tutkimustulokset ja toteutunut työ kokonaisuudessaan annetaan toimeksiantajan käyttöön.

Reliaabelius kyselytutkimuksessa on hyvä, samansuuntaiset vastaukset saataisiin todennäköisesti kyselyn toistossa. Kyselyn virhemarginaali on pieni, tuloksia voidaan kutsua kyselyn perusrhmää kuvaaviksi. Tutkimuksen validius on hyvä, kyselystä saatiin niitä tuloksia joita toivottiinkin. Kysymykset oli ymmärretty niin kuin oli tarkoitettu ja vastauksista saatiin sitä mitä haluttiinkin.

Opinnäytetyön toimeksiannosta sovittiin Tampereen Aterian tuotekehityksen kanssa toukokuussa 2014. Aihe on työelämälähtöinen ja herätti mielenkiintoni välittömästi. Työn toteutukseen sain vapaat kädet, ammattitaitooni luotettiin. Työn etenemisestä olen ilmoittanut toimeksiantajalle säännöllisin väliajoin. Toimeksiantajalta olen myös saanut tietoa asian tiimoilta tarvittaessa. Vuoropuhelu on käyty pääsääntöisesti sähköpostin välityksellä.

Kesällä 2014 aloitin teoriapohjan keräämisen työhöni. Lokakuussa toteutin tuotevalikoimakyselyn toisen asteen opiskelijoille. Benchmarkkaus toteutui myös lokakuussa. Kyselyn tuloksiin tutustuminen alkoi heti ensimmäisten vastausten saavuttua. Kyselyn tuloksien läpikäyminen ja esitettävään muotoon saattaminen vei aikaa. Tuotevalikoiman ideointi alkoi heti toimeksiannon saatua ja on jatkunut työn valmiiksi saattamiseen saakka. Työstä on kesän ja syksyn aikana muodostunut toimeksiantoa vastaava työ, jossa ideoidaan kahvilakonseptille soveltuva tuotevalikoima. Asiakkaiden ja toimeksiantajan toiveet tulevat tuotevalikoimassa esille. Ravitsemussuosituksset, erityisruokavaliot ja muunneltavuus on otettu huomioon. Ideoinnissa on otettu huomioon Tampereen Aterian työntekijöiden vahva ammattitaito tuote-ehdotusten toteutusmahdollisuuksien suhteen. Ideoinnin tuloksena syntyneet tuote-ehdotukset on alustavasti esitelty Tampereen aterian tuotekehitykselle joulukuussa 2014.

Mielestäni olen onnistunut työssäni saavuttamaan asetetut tavoitteet hyvin. Työn valmiiksi saattaminen on vienyt kuitenkin suunniteltua enemmän aikaa, varsinkin kyselytutkimuksen avoimiin vastauksiin tutustuminen ja esitettävään muotoon saattaminen on ollut aikaa vievää ja aiheuttanut harmaita hiuksia. Työn selkeä rajaaminen jo alkuvai-

heessa on auttanut työn edetessä, tarvittavan teoriaosuuden ja lopulliseen työhön valittavan materiaalin valinnan taas ollessa aikaa vievää.

On tärkeää, että vielä toisella asteellakin opiskelijoita ohjataan nauttimaan ravitsemussuosittelun mukaisia välipaloja ja valitsemaan vain satunnaisesti runsaasti sokeria, rasvaa ja suolaa sisältäviä tuotteita. Tämän tulee tulla esille myös kahvilan tuotevalikoimassa saatavuuden suhteen. Tampereen Ateria tietää vastuunsa ja aikoo järjestää myös tietoisuuksia opiskelijoille suositeltavista valinnoista ravitsemissuunnittelijan toteuttamana.

Aistittavien ominaisuuksien huomioon ottaminen on tärkeää niin tuotesuunnittelussa, valmistuksessa kuin esille laitossakin. Ideoitujen tuotteiden loppuvalmistus ja esille laitto jäävät Tampereen Aterian työntekijöiden vastuulle, ja toivonkin siinä aistittavien ominaisuuksien huomioimista. Kausittain vaihtuvien sesonkituotteiden suunnittelu on luonteva jatkotoimenpide ideoidulle perustuotevalikoimalle. Jatkotutkimusaiheena omaan tutkimukseen liittyen olisi mielenkiintoista tietää, miten ideoimani tuotevalikoima otetaan vastaan opiskelijoiden keskuudessa.

LÄHTEET

- Aro, A. Kahvi. Terveyskirjasto. Kirjoitettu 4.3.2013.
http://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=skr00064
- Brillat-Savarin, A. 2014. Maun fysiologia. Suom. Mannerkorpi, J. Helsinki: Gummerus.
- Evira. 2014. Luomu. Luettu 1.9.2014.
<http://www.evira.fi/portal/fi/tietoa+evirasta/asiakokonaisuudet/luomu/>
- Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. 7. uudistettu painos. Helsinki: Edita.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uudistettu painos. Helsinki: Tammi.
- Hopia, A. 2008. Kemiaa keittiössä. Helsinki: Nemo.
- Ihalainen M., Lehto, M., Lehtovaara A. & Toponen T. 2010. Ravitsemustieto. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Karjalainen, M. Helsingin uutiset. Makumaailma. Fazer haastaa puuromarkkinat. Luettu 2.10.2014.
<http://www.helsingin uutiset.fi/artikkeli/241675-fazer-haastaa-puuromarkkinat-jattisatsaus-kauraan>
- Keventäjät. 2014. Aterioiden korvaaminen napostelulla yleistyy, tämä on suosituin välipala. Luettu 1.10.2014.
<http://www.keventajat.fi/hyvinvointi/ruoka/aterioiden-korvaaminen-napostelulla-yleistyy-tama-on-maailman-suosituin-valipala>
- Luomu.fi. Miksi luomua. Luettu 1.9.2014.
<http://luomu.fi/miksi-luomua/>
- Makuja. 2014. Kysely. Suomalaiset tuntevat huonoa omaa tuntoa välipalanapostelusta. <http://www.makuja.fi/artikkelit/3387006/ajankohtaista/kysely-suomalaiset-tuntevat-huonoa-omatuntoa-valipalanapostelusta/>
- MTK. 2013. Hyvää suomalaista lähiruokaa. Luettu 5.9.2014.
http://www.mtk.fi/maatalous/lahiruoka/fi_FI/hyvaa_suomalaista_lahiruokaa/
- MTV.fi. Kahvilla. Uusi trendi yllättää. Maistaisitko kuplivaa kahvia. Luettu 22.11.2014.
<http://www.mtv.fi/teemasivut/kahvilla/ajankohtaista/artikkeli/uusi-trendi-yllattaa-maistaisitko-kuplivaa-kahvia/4431708>
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro.
- Opetushallitus. Elämäntapa, mainonta ja ruokakulttuuri. Kriittistä kuluttajuutta mediakasvatuksen keinoin. Luettu 25.8.2014.
<http://www2.kuluttajavirasto.fi/File/d539a63f-e587-4f81-895a-3588b87803a9/Elamantapamainontaruokakulttuuritehtava.pdf>

Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita.

Reilukauppa 2011. Luettu 1.9.2014.

<http://www.reilukauppa.fi/meista/mikae-reilu-kauppa/>

Sitra. Luomu ja lähiruoka. Luettu 1.9.2014.

<http://www.sitra.fi/ekologia/luomu-ja-lahiruoka>

Survey Monkey. 2014. Luettu 1.9.2014.

<https://fi.surveymonkey.com/>

Tampereen Ateria. 2014.

<http://www.tampere.fi/tampereenateria/>

Terveysten ja hyvinvoinnin laitos 2014. Kasvun kumppanit. Hyvien ruokailutottumuksien tukeminen. Luettu 5.9.2014.

http://www.thl.fi/fi_FI/web/kasvunkumppanit-fi/tyon_tueksi/toimintatavat/hyvien_ruokailutottumuksien_tukeminen

Tuorila, H. & Appelbye, U. 2005. Elintarvikkeiden aistinvaraiset tutkimusmenetelmät. Helsinki: Yliopistopaino.

Tuorila, H., Parkkinen, K. & Tolonen, K. 2008. Aistit ammattikäyttöön. Helsinki: WSOY oppimateriaalit Oy.

United States Department of Agriculture. Food and Nutrition Service. Healthier school day. 7.10.2014.

<http://www.fns.usda.gov/healthierschoolday>

Valtion ravitsemusneuvottelukunta. 2008. Kouluruokailusuositus 2008.

http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/attachments/vrn/kouluruokailu_2008_kevyt_nettiin.pdf

Valtion ravitsemusneuvottelukunta. 2014. Suomalaiset ravitsemussuositukset 2014.

http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/files/attachments/fi/vrn/ravitsemussuositukset_2014_fi_web.3.pdf

Vikstedt, T., Raulio, S., Puusniekka, R. & Prättälä, R. 2012. Suomalaisnuorten kouluikäisen ateriointi. Ruokapalveluiden seurantaraportti. Terveysten ja hyvinvoinnin laitos.

<http://urn.fi/URN:ISBN:978-952-245-620-5>

LIITTEET

Liite 1. Saate

Hei,

Nyt on mahdollisuutesi vaikuttaa Tampereen Aterian uudistuvan kahvilan tuotevalikoimaan. Vastaamalla seuraaviin kysymyksiin olet mukana luomassa toimivaa kahvilakonseptia.

Vastaamaan pääset tästä

<https://fi.surveymonkey.com/s/Kyselyyn>

Tämä kysely on osa Tampereen ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä, jossa ideoidaan tuotevalikoimaa Tampereen Aterian kahvilakonseptille.

Vastaathan 19.10.2014 mennessä. Kiitos!

Terveisin, Sanna

Tampereen ammattikorkeakoulu, Palvelujen tuottaminen ja johtaminen

Kahvilakonseptin tuotevalikoimakysely

1. Mihin aikaan käytät kahvilapalveluja?

- Aamulla
- Lounasaikaan (klo 10.30 - 12.00)
- Iltapäivällä
- En käytä kahvilapalveluja

2. Mitä tuotteita ostat kahvilasta?

3. Mitä tuotteita toivoisit kahvilavalikoimaan?

4. Kerro vielä, oletko?

- Tyttö
- Poika

Kiitos vastaamisesta!

Valmis

[Kyselytutkimusten takana on SurveyMonkey](#)
[Luo omia kyselytutkimuksia ilmaiseksi verkossa!](#)