

Elina Honkanen ja Laura Kuuva

TUOTEKANSIO RAMIN KONDITORIALLE

Opinnäytetyö
Palvelujen tuottaminen ja johtaminen


Joulukuu 2011




MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU

Mikkeli University of Applied Sciences

KUVAILULEHTI

| | | |
|---|--|--|
|  MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences | | Opinnäytetyön päivämäärä 8.12.2011 |
| Tekijä(t) Elina Honkanen ja Laura Kuuva | Koulutusohjelma ja suuntautuminen Palvelujen tuottamisen ja johtamisen ko. | |
| Nimeke Tuotekansio Ramin konditorialle | | |
| Tiivistelmä <p>Teimme opinnäytetyönämme tuotekansion ja tuotteiden katetuottolaskennan Ramin konditorialle. Ramin konditoria on mikkeliläinen perheyrittys, joka on viime vuosina laajentanut toimintaansa. Tällä hetkellä Ramin konditorialla on kolme kahvilaa ja leipomo yhden kahvilan yhteydessä. Laajentumisen myötä yritykselle syntyi tarve tuotekansiolle, mistä työntekijöiden on helppo tarkistaa tuotteiden raaka-ainesisällöt. Tänä päivänä erityisruokavalioiden määrä on lisääntynyt, joten työntekijöiden tuotetietouden merkitys kasvaa, jotta palvelu pysyy ammattitaitoisena, luotettavana ja turvallisena.</p> <p>Tutkimusmenetelmänä käytimme osallistuvaa havainnointia, joka kuuluu kvalitatiivisiin tutkimusmenetelmiin. Menetelmä sopi tarkoitukseemme, sillä tuotteista ei ollut tarkkaa reseptiikkaa, joten havainnoimme leipomossa, mitä raaka-aineita tuotteisiin käytetään. Samalla punnitsimme kaikki raaka-aineet tuotteiden myyntikatteiden selvittämiseksi.</p> <p>Työmme keskeisissä teoria-aihealueissa käsitellään tuotekansiota sisäisen markkinoinnin apuvälineenä, tuotetietouden merkitystä ja erityisruokavalioiden huomioimista myyntityössä, sekä katetuottolaskentaa.</p> <p>Olemme yhdessä toimeksiantajan kanssa erittäin tyytyväisiä toiminnallisen opinnäytetyömme tuloksena syntyneeseen tuotekansioon. Tuotekansiosta tehtiin selkeä sekä käytännöllinen ja se palvelee yritystä jatkossa. Myös Excel-annoskorttipohjaan oltiin tyytyväisiä, sillä nyt yrityksellä on selvillä todelliset myyntikatteet, joita ei ennen ollut selvitetty. Tuotteista tehtyjen annoskorttien pohjalta yrityksen on helppo jatkossa lähteä kehittämään myyntikatteita tavoitteidensa mukaisiksi.</p> | | |
| Asiasanat (avainsanat) Tuote, ainesosaluettelo, sisäinen markkinointi, erityisruokavaliomerkinnot, katetuottolaskenta | | |
| Sivumäärä 24s.+liitteet 2s. | Kieli Suomi | URN |
| Huomautus (huomautukset liitteistä) Liitteet 1 ja 2, esimerkkisivut tuotekansiosta ja Excel-annoskorttipohjasta, jotka ovat salaisia | | |
| Ohjaavan opettajan nimi Tiina Tuovinen | Opinnäytetyön toimeksiantaja Ramin konditoria & leipomo | |

DESCRIPTION

| | | |
|---|---|---|
|  <p>MIKKELIN AMMATTIKORKEAKOULU Mikkeli University of Applied Sciences</p> | | Date of the bachelor's thesis 8.12.2011 |
| Author(s) Elina Honkanen ja Laura Kuuva | Degree programme and option Hospitality management | |
| Name of the bachelor's thesis Rami confectionery's product file | | |
| Abstract <p>We did a product file and profit marking calculation for the Rami's confectionery by our bachelors thesis. Rami's confectionery is a local family company that has extended last years. At the moment Rami's confectionery has three cafeteria and a bakery by one of them side. Because of extend there is a need for the product file where employees can check out the ingredients list for the products. In nowadays amount of the customers that has some special diet has increased. So that serving is professional, loyal and safety it's very important that employees knows what they sold.</p> <p>Our research method was observation that is one method of the quantitative methods. Observation was a good choice for us because there weren't any proper recipes. We made observation notes in a bakery that what ingredients are used in products and also the amount of them.</p> <p>The main theory in our thesis handle product file in a profit marketing, product knowledge and taking notice for the special diets in sales work. Also profit marketing calculation is one of theory subjects.</p> <p>The product file is excellent; it is clear and useful so that it will serve the company in the future. Also we are happy for the part of the Excels cost card calculator because now the company has real sales marking numbers that they hadn't had before. By the cost card calculation the company is easier to improve their sales marking toward their goals.</p> | | |
| Subject headings, (keywords) Product, ingredient list, internal marketing, special diet marks, profit marking calculation | | |
| Pages 24 pgs. + app.2pgs. | Language Finish | URN |
| Remarks, notes on appendices Attachment file 1 and 2 example sides of the product file and Excels cost card calculator that are secrets | | |
| Tutor Tiina Tuovinen | Bachelor's thesis assigned by Rami's confectionery & bakery | |

SISÄLTÖ

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 1 |
| 2 | TUOTEKANSIO SISÄISESSÄ MARKKINOINNISSA..... | 2 |
| 3 | TUOTETIETOUS | 4 |
| 3.1 | Ainesosaluettelo..... | 4 |
| 3.2 | Erytisruokavalioiden huomioiminen | 6 |
| 3.3 | Yleisimmät erityisruokavaliomerkinnot | 8 |
| 4 | KATETUOTTOLASKENTA..... | 10 |
| 4.1 | Kannattava toiminta..... | 10 |
| 4.2 | Myyntikate..... | 11 |
| 4.3 | Excelin annoskorttipohja | 12 |
| 5 | TYÖN TAVOITTEET | 13 |
| 6 | TYÖN TOTEUTTAMINEN..... | 14 |
| 6.1 | Ramin konditoria | 14 |
| 6.2 | Lähtökohta | 15 |
| 6.3 | Tutkimusmenetelmä ja sen luotettavuus..... | 16 |
| 6.4 | Kansion kokoaminen ja katteiden laskenta..... | 17 |
| 7 | LOPPUTULOSTEN TARKASTELU | 19 |
| 8 | POHDINTAA | 21 |
| | LÄHTEET | 22 |
| | LIITTEET | |

Liite 1(1) Esimerkkisivu tuotekansiosta, kinkkusämpylä

Liite 2(1) Esimerkkisivu Excelin annoskorttipohjista, kinkkusämpylä

1 JOHDANTO

Opinnäytetyömme koostuu tuotekansiosta Ramin konditorialle sekä tuotteiden kate-tuottolaskentaosuudesta. Valitsimme opinnäytetyömme aiheeksi toiminnallisen opin-näytetyön, jonka tuotoksia edellä mainitut ovat. Jokin konkreettinen tuote onkin aina lopullisena tuotoksena toiminnallisessa työssä. (Vilka & Airaksinen 2003, 51.)

Valitsimme aiheemme Mikkelin ammattikorkeakoulun ravitsemisalan aihepankista. Ramin konditorialla oli ollut tarvetta tuotekansiolle, joten Pirita Huikuri oli ilmoitta-nut aiheen käytettäväksi opiskelijoille, sillä yrittäjillä itsellään ei ole ollut aikaa työn toteuttamiseen. Valitsimme aiheen, sillä halusimme käytännönläheisen opinnäytetyön, joka tukee urapolkuamme.

Ramin konditoria on tunnettu ja suosittu yritys Mikkelissä. Heidän tuotevalikoimansa on laaja ja suosion myötä yritys on laajentanut toimintaansa viime aikoina. Laajan tuotevalikoiman ja usean toimipisteen myötä syntyi tarve tuotekansiolle, josta selviää helposti tuotteiden ravintoainesisällöt ja erityisruokavaliomerkinnot. Työn tarkoituk-sena on helpottaa yrityksen työntekijöiden jokapäiväistä myyntityötä sekä parantaa työntekijöiden tuotetietoutta ja sitä kautta taata asiakkaille tuoteturvallisuus.

Nykyään allergiat ja yliherkkyydet raaka-aineille ovat hyvin yleisiä ja samalla ne ovat kasvava kansanterveydellinen ongelma (Terveysten ja hyvinvoinnin laitos 2009). Ta-vallisin allergioista on siitepölyherkistymiseen liittyvä ruoka-aineallergia, joka vai-vaakin nykyään yli viittä prosenttia Suomen väestöstä (Mäkelä 2011). Tämä asettaa ruuan valmistajille sekä myyjille paljon vaatimuksia ja tuotetiedon ja tuntemuksen merkitys kasvaa asiakaspalvelutyössä. Niinpä opinnäytetyömme oli todella tarpeelli-nen tilaajalle.

Työmme teoriaosuudessa käsitelläänkin tuotetietoutta ja erityisruokavalioiden huomi-oimista. Lisäksi on teoriatietoa sisäisestä markkinoinnista ja katetuottolaskennasta.

2 TUOTEKANSIO SISÄISESSÄ MARKKINOINNISSA

Tuotekansio on käytössä monilla eri alojen yrityksillä ja se kokoaa yrityksen valmistamat tuotteet tai jonkin tuoteryhmän samaan kansioon. Tuote on käsitteenä monialainen, sillä se voi olla konkreettinen esine, palvelu, järjestelmä tai toiminnallinen kokonaisuus. Tuote on yritykselle markkinoinnissa keskeisin kilpailukeino ja onnistuessaan se tyydyttää asiakkaiden odotukset, mielihalut ja tarpeet. Tämän päivän kiristyneessä kilpailutilanteessa tuotteen tarjoama kokonaisuus ratkaisee monesti tuotteen paremmuuden kilpailijoihin nähden. (Hirvilahti ym.1994, 75.)

Tuotekansio on yrityksen työntekijöiden työväline ja sitä voidaan käyttää apuna markkinoinnissa, jolloin kansiota ja sen tuotteita voidaan esitellä asiakkaille. Kansio voi myös olla henkilökunnan työvälineenä tiedonlähteenä. Tuotekansio voi olla yrityksestään ja tehtävästään riippuen hyvin monenlainen, tekijänsä ja edustamansa tuotteiden näköinen. Tuotekansiota voidaan verrata myös portfolioon, sillä molemmilla on samoja ominaisuuksia. Yrityksen portfolio kattaa myös kaikki tuotteet ja palvelut, joita se tarjoaa asiakkailleen. ”Portfolion rakentuminen määräytyy kunkin tuotteen ja palvelun asemasta sekä roolista ja niiden keskinäisistä suhteista yrityksen toiminnassa” (Stragedy train 2009). Samat ominaisuudet määräävät myös tuotekansion rakentumisen.

Sisäinen markkinointi on hyvin laaja käsite, mutta Rissanen määrittelee sen mieles-tämme onnistuneesti: ”Sisäisellä markkinoinnilla tarkoitetaan niitä toimenpiteitä, joita yritys kohdistaa omaan henkilöstöönsä edistääkseen tavallisesti uuden tuotteen tai palvelun tuntemusta, asenteita ja kulkua omassa yritysorganisaatiossa” (Rissanen 2005, 93). Tavoitteena sisäisellä markkinoinnilla on lisätä henkilöstön tuotetietoutta, kehittää heidän palveluvalmiuttaan, parantaa työntekomotivaatiota ja myönteistä asennetta. Sisäinen markkinointi on yrityksen keino, jolla se pyrkii sitouttamaan koko henkilöstön yritykseen ja sen tavoitteisiin. (Yritys-Suomi.)

Tuotekansio on siis yrityksen markkinoinnin väline ja yrityksen sille suunnittelema-käyttötarkoituksesta riippuen sitä käytetään joko ulkoiseen tai sisäiseen markkinointiin. Meidän opinnäytetyönämme toteuttama tuotekansio on suunnattu sisäiseen markkinointiin, joten keskitymme tässä luvussa siihen.

Sisäisen markkinoinnin päämäärä on vaikuttaa myyntiin ja yrityksen tulokseen. Onnistuessaan sen avulla pystytään lisäämään molempia ja yrityksen kannattavuus paranee. Niinpä sisäiseen markkinointiin panostaminen kannattaa. (Hämeen uusyrityskeskus ry.) Parhaiten myyntiin ja yrityksen tulokseen vaikuttavat yrityksen työntekijät, joten sisäisen markkinoinnin tavoitteena on motivoida ja kannustaa työntekijöitä ja lisäksi saada heidät työskentelemään mahdollisimman tehokkaasti yritykselle. Sisäisellä markkinoinnilla on lukuisia eri keinoja. Näitä ovat muun muassa tehokas ja toimiva sisäinen tiedotusjärjestelmä sekä aktiivinen tiedottaminen, koulutukset, kannustinjärjestelmät, esimerkiksi henkilökuntaedut, yhteishengen luominen yhteisissä tapahtumissa esimerkiksi pikkujoulut tai yhteinen harrastustoiminta, uusien tuotteiden esittely, kannustava esimiestyö, toimiva palautteen antaminen ja merkkipäivien muistaminen. (Hämeen uusyrityskeskus ry.)

Tuotekansion avulla lisätään työntekijöiden osaamista tuotetuntemuksen kautta. Sisäisen markkinoinnin keskeisimpiin tavoitteisiin kuuluu varmistaa, että henkilöstöllä on käytössään kaikki tarvittava tieto ja taito työssä onnistumisensa kannalta. Niinpä tuotetuntemuksen lisääminen kuuluu sisäisen markkinoinnin keskeisimpiin tavoitteisiin. Työtehtävien hallitseminen ja ammattitaito lisäävät työntekijän motivaatiota ja työssä viihtyvyyttä. Työssään hyvin viihtyvä ja motivoitunut työntekijä palvelee myös asiakkaita paremmin, jolloin ammattitaito ja pätevyys lisäävät samalla yrityksen imagoa. Työntekijät ovatkin yrityksen vahvin kilpailun etulyöntiasema. (Hämeen uusyrityskeskus ry.)

Sisäinen viestintä ja työntekijöiden informoiminen ovat myös iso osa sisäistä markkinointia. Kaikki yrityksen työntekijät toimivat sisäisen viestinnän kohderyhmänä ja siihen voidaan liittää myös yrittäjät/omistajat ja yhteistyökumppanit. (Rope 2005, 360–361.) Työtyytyväisyyteen, työilmapiiriin ja työmotivaatioon vaikuttaa henkilöstön yhteinen tietoperusta, joka sisäisellä tiedottamisella syntyy (Åberg 2006, 111). Sisäinen markkinointi pyrkii parantamaan työntekijän reaktiokykyä.

Sisäinen markkinointi alkaa välittömästi perehdytettäessä uusia työntekijöitä toimintaan. ”On oleellista, että uudetkin työntekijät tuntevat yrityksen tuotteet omikseen ja toimivat asiakaslähtöisesti”, (Yritys-Suomi). Tuotekansio on hyvä ja toimiva apuväli-

ne perehdyttämistilanteissa. Uuden työntekijän on helppo omaksua tuotetietoutta kansista.

3 TUOTETIETOUS

Tuotetietous tarkoittaa tuotteen ominaisuuksien hallintaa ja hyvä työntekijä tuntee myymänsä tuotteet ja niiden sisällön, sekä osaa myydä asiakkaalle oikeat tuotteet (Jokinen ym. 2000, 136). Tuotetietous sisältyy myös palvelun laadun ulottuvuuksiin, sillä se on osa palvelun luotettavuutta sekä turvallisuutta. Lisäksi tuotetuntemuksen hallitseva myyjä on ammattitaitoinen sekä pätevä, ja voi omalla toiminnallaan minimoida riskejä. (Rissanen 2005, 215.) Meidän työssämme tuotetietoutta käsitellään lähinnä tuotesisältöjen hallitsemisena ja erityisruokavalioiden oikeaoppimisena huomioimise-

3.1 Ainesosaluettelo

Ainesosaluettelosta selviää, mitä raaka-aineita tuote sisältää. Raaka-aineet tulee ilmoittaa raaka-aineen painon mukaan alenevassa järjestyksessä siten, että eniten käytetty raaka-aine on listassa ensimmäisenä. Kuluttajan on saatava tietoa siitä, mitä tuote sisältää, niinpä ainesosaluettelot ovat pakollisia, muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta, kaikissa myytävissä tuotteissa.

Ainesosaluettelo ei tarvitse merkitä seuraavissa tapauksissa:

- Elintarvikkeissa, jotka pakataan samassa paikassa kuin myydään, esimerkiksi kaupan paistamat leivät ja leivonnaiset
- Oppilaitten oppimislaitoksissa tekemät ja myymät elintarvikkeet.
- Tilapäisesti myytävissä elintarvikkeissa, kuten myyjäisissä tai maatilatalouksissa.

Poikkeuksena ovat kaikki yliherkkyyttä aiheuttavat ainesosat, jotka tulee aina merkitä myös edellä mainituissa tapauksissa. (Evira 2010.)

Ainesosina pidetään kaikkia aineita, valmisteita, lisäaineita, ravitsemuksellisia lisiä kuten kivennäisaineita ja vitamiineja, joita on elintarvikkeen valmistuksessa käytetty

ja joita valmis elintarvike jossakin muodossa sisältää. Ainesosat pitää ilmoittaa elintarvikkeen virallisella nimellä, eikä se saa johtaa kuluttajia harhaan. (Eviran ohje 17005/4 2010, 25–26.)

Elintarvikkeissa on kuitenkin muutamia poikkeuksia, joiden ainesosia ei tarvitse ilmoittaa. Poikkeuksena ovat käsittelemättömät marjat, hedelmät, kasvikset ja sienet, yhdestä ainesosasta koostuvat tuotteet, kuten tuore liha, kala tai kana, kerma tai hapattettu maitovalmiste, joihin ei ole lisätty muita kuin valmistuksen kannalta välttämättömiä maitovalmisteita, entsyymejä tai mikrobeja. Lisäksi voi ja kypsytetty juusto, jotka sisältävät ainoastaan maitovalmisteita, entsyymejä tai mikrobiviljelmiä, hiilihapotettu vesi, jonka nimestä käy ilmi siihen lisätty hiilihappo ja juomat, jotka sisältävät yli 1,2 % tilavuusprosenttia alkoholia, kuuluvat edellä mainittuihin poikkeuksiin. (Eviran ohje 17005/4 2010, 25–26.)

Kauppa- ja teollisuusministeriön asetukseen elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä on kuitenkin säädetty, että ainesosaluettelossa ei tarvitse ilmoittaa aineita, joita ei pidetä ainesosina, lukuun ottamatta yliherkkyyttä aiheuttavia ainesosia, jotka tulee aina ilmoittaa. Seuraavia ainesosia ei pidetä ainesosina:

- Ainesosia, jotka ovat väliaikaisesti erotettu valmistusprosessin aikana, mutta kuitenkin myöhemmin palautettu alkuperäiseen määräänsä.
- Lisäaineita, joilla ei ole lisäaineellista vaikutusta lopullisessa elintarvikkeessa, vaan ne ovat joutuneet siihen toisen ainesosan mukana.
- Valmistuksen apuaineena käytettyjä lisäaineita.
- Toiminnan kannalta teknisesti välttämättömiä lisäaineita, joita on käytetty aromiaineen tai lisäaineen liuottimena tai kantaja aineena mahdollisimman pienenä pitoisuutena toimiakseen.
- Lopullisessa elintarvikkeessa edelleen jossain muodossa olevia aineita, jotka eivät ole lisäaineita, mutta joita käytetään samalla tavalla kuin valmistuksen apuainetta.

(Kauppa – ja teollisuusministeriön asetus elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä 1084/2004. § 9.)

Kuten edellä jo totesimme, kaikki yliherkkyyttä aiheuttavat ainesosat tulee aina ilmoittaa, eikä niiden kohdalla voida noudattaa mitään poikkeuksia. Yliherkkyyttä aiheuttavia ainesosia ovat:

- Gluteiinia sisältävät viljat
- Äyriäiset ja äyriäistuotteet
- Kananmunat ja munatuotteet
- Kalat ja kalatuotteet
- Maapähkinät ja maapähkinätuotteet
- Soijapavut ja soijapaputuotteet
- Maito ja maitotuotteet, laktoosi mukaan lukien
- Pähkinät, näistä ilmoitettava lajike
- Selleri ja sellerituotteet
- Sinappi ja sinappituotteet
- Seesaminsienet ja seesamituotteet
- Rikkidioksidi ja sulfiitti
- Lupiini ja lupiinituotteet
- Nilviäiset ja nilviäistuotteet

(Eviran ohje 17005/4 2010, 26-28.)

3.2 Erityisruokavalioiden huomiominen

Elintarvike- ja ravitsemisalalla työskentelevät kohtaavat yhä useammin asiakkaita, joilla on jokin erityisruokavalio. Sairauksien ennaltaehkäisyssä ja hoidossa ruokavalioiden ja ravitsemuksen merkitys on kasvanut viime aikoina. (Immonen ym. 2006, 5.) Allergiat ja yliherkkyydet ovat kasvava kansanterveydellinen ongelma ja ne vaivaavatkin nykyään yli viittä prosenttia Suomen väestöstä (Mäkelä 2011).

Allergia- ja yliherkkyystermit menevät arkikäytössä helposti sekaisin, vaikkakin ne tarkoittavat hieman eri asioita. Yliherkkyys tarkoittaa, että yleisesti hyvin siedetyt aineet saavat henkilön elimistön reagoimaan. Yliherkkyys on siis eräänlainen yleisnimitys. Allergiaan puolestaan liittyy elimistön puolustusmekanismi, tällöin immuunijärjestelmä reagoi välittömästi havaitessaan pieniäkin pitoisuuksia allergisoivaa ruoka-ainetta, jolle se on herkistynyt. Tällöin elimistö puolustautuu tuottamalla vasta-

ainetta kyseistä ainetta vastaan. (Bona Nestle 2005, 40.) Mikä tahansa ainesosa voi aiheuttaa allergisen reaktion, jos henkilö on sille herkistynyt.

Ruoka-allergian oireet ovat hyvin yksilöllisiä ja monimuotoisia, ne ilmenevät eritaivoin. Lievimät oireet ovat suun kutina, iho-oireet ja turvotus esimerkiksi korvanlehdissä, sormissa, huulissa tai kasvoissa. Vakavimmat oireet ovat henkeä uhkaavat anafylaktiset reaktiot sekä hengityselinten ahtaumat. Anafylaksia on yleistynyt verenkiertoelimistön oire, yleisimmin verenpaineen voimakas lasku. Tämä reaktio voi tulla kaiken ikäisille allergikoille. (Mäkelä 2011, 7.)

Allergioiden ja yliherkkyyksien takia ihmisillä tulee olla tiedossa tuotteen sisältämät ainesosat. Niinpä pakkausmerkinnöissä lukee, mistä tuote on tehty, ja jos jotain ainesosaa ei luettelosta löydy, tuote ei silloin sitä sisällä. Etenkin vakavien allergiaoireiden vuoksi lainsäädäntö aiheesta on tiukkaa, kuten edellä on kerrottu. Vapaaehtoiset negatiiviset ilmaisut ovat tänä päivänä yleistyneet pakkausmerkinnöissä. Tällaisia ovat esimerkiksi maidoton-, soijaton- ja munaton -merkintä. Tällaisia merkintöjä voidaan käyttää tuotteissa, joiden valmistuksessa on erityisin toimenpitein huolehdittu, että tuote ei sisällä mitään kyseistä ainesosaa, eikä kontaminaatiota pääse tapahtumaan. Merkittyjen tuotteiden tulee myös poiketa muista vastaavista, eikä esimerkiksi vadelmahillopurkkiin saa kirjoittaa maidoton, koska muissakaan vastaavissa tuotteissa ei ole maitoperäisiä ainesosia. (Evira 2010.)

Poikkeuksena negatiivimerkinnöistä ovat gluteenittomina myytävät elintarvikkeet ja laktoosittomina ja vähälaktoosisina myytävät maitovalmisteet. Tuotteet, joissa näitä merkintöjä käytetään, ovat erityisruokavaliovalmisteita, joita säätelee erityinen lainsäädäntö. Erityisruokavaliovalmisteet ovat elintarvikkeita, jotka koostumuksensa tai valmistusmenetelmänsä vuoksi soveltuvat henkilöille, joilla on imeytymis- ja aineenvaihduntahäiriöitä, tai jotka erityisen fysiologisen tilansa vuoksi hyötyvät tiettyjen elintarvikkeiden sisältämien aineiden valvotusta saannista. (Evira 2010.)

Jotta valmistetut tuotteet soveltuvat mahdollisimman monille, valmistajat pyrkivät valvomaan, että reseptiä noudatetaan, eikä tuotteisiin pääse ylimääräisiä allergeeneja. Välillä kuitenkin niiden pääsyn täydellinen estäminen on mahdotonta kontaminoitumisen seurauksena. Tällöin tuotteeseen tulee tehdä erillinen merkintä esimerkiksi

”saattaa sisältää mantelia”. Merkintöjen tulee olla hyvin tarkkoja ja niissä tulee kertoa esimerkiksi, mitä pähkinälajia kyseinen tuote saattaa sisältää. Saattaa sisältää –merkinnän saa tehdä vasta, kun kaikki voitava on tehty allergeenin poistamiseksi tuotteesta. Välillä huolellisen puhdistuksen jälkeenkin löydetään satunnaisia jäämiä jostakin tietystä allergeenista. Tällöin joudutaan turvautumaan edellä mainittuun merkintään. Elintarvikkeiden valmistajat eivät saa johtaa kuluttajia harhaan ja turhat merkinnät aiheuttavat sen, että vakavasti allergiset joutuvat välttämään tarpeettomasti kyseistä tuotetta. (Evira 2010.)

Tänä päivänä useat kuluttajat välttävät myös turhaan saattaa sisältää -merkinnällä varustettuja tuotteita ja tietämättömiä ihmisiä merkinnät johtavat harhaan. Suomessa on paljon ihmisiä, jotka ovat vain lievästi allergisia jollekin ainesosalle. Tällöin saattaa sisältää –merkinnän välttäminen on turhaa. Kuitenkin anafylaksian saaneen henkilön on tarpeellista välttää mahdollisen valmistuskontaminaation sisältämiä valmisteita. (Mäkelä 2011, 14.)

Nykyään ruokapalvelut ovat muuttuneet hyvin asiakaskeskeiseksi toiminnaksi. Osana asiakaskeskeistä toimintaa on ottaa huomioon myös erityisruokavalioiden asiakkaat niin, että heille on tarjota yhtä maukasta ja laadukasta ruokaa kuin asiakkaille, joilla ei ole ruokavalion suhteen rajoituksia. Asiakaspalvelussa hyvä asiakaspalvelija osaa huomioida erityisruokavalioiden asiakkaat ja heidän tarpeensa sekä opastaa heitä. Myös eri erityisruokavalioiden tunteminen lisää asiakkaiden luottamusta ja palvelun laatua. (Immonen ym. 2006, 14–15.)

3.3 Yleisimmät erityisruokavaliomerkinnät

Sosiaali- ja terveysministeriön alainen Terveiden ja hyvinvoinnin laitos on määritellyt erityisruokavalioksi gluteenittoman -, kolesterolittoman ja vähäkolesterolisen -, laktoovo-vegetaarisen -, laktovegetaarisen -, laktoosittoman -, maidottoman -, runsaskuituisen -, rasvattoman ja vähärasvaisen ruokavalion sekä vegaanisen ruokavalion (Fineli 2011). Edellä mainitut ovat määritellyt erityisiksi ruokavalioksi erilaisin lääketieteellisin perustein ja niiden koostumukset poikkeavat toisistaan huomattavasti (Hämäläinen 2010).

Edellä mainituista yleisimmät erityisruokavaliot ovat maidoton, laktoositon, vähälaktoosinen ja gluteeniton. Erityisruokavaliovalmisteilla varmistetaan tuotteen soveltuvuus henkilölle. Esimerkiksi laktoositon ja vähälaktoosinen ruokavalio soveltuu henkilölle, jolla on laktoosin imeytymishäiriö. Imeytymishäiriössä osa ravinnon laktoosista jää pilkkoutumatta ja imeytymättä. Tällöin laktoosi, joka on kulkeutunut suolen sisään, imee vettä vaikuttaen sisällön läpikulkuaikaan. Suolen sisällön määrä kasvaa ja paksusuolella bakteerit käyttävät imeytymätöntä laktoosia ravinnoksi hajottaen sen kaasuksi, maitohapoksi ja vedeksi. Oireet laktoosi-intolerantilla ovat kiusallisia mahakipuja, kurinaa, ilmavaivoja ja ripulia.

Laktoosittomalla ja vähälaktoosisella ruokavaliolla laktoosi-intolerantti saa kaikki maidon sisältämät ravintoaineet ilman vaivoja. Elintarvike on vähälaktoosinen, kun sen laktoosipitoisuus on alle 1g/100g. Markkinoilla tällaiset tuotteet ovat Into tai Hyla-merkeillä varustettuja. Täysin laktoosittomista elintarvikkeista osa laktoosista on poistettu kokonaan, ja osa siitä on hajotettu glukoosiksi ja galaktoosiksi. Laktoosittomassa elintarvikkeessa on alle 0,01 % laktoosia. (Immonen ym. 2006, 16–17.)

Laktoositon ruokavalio ei kuitenkaan sovi henkilölle, joka on maidolle allerginen. Tällöin maidon proteiinit aiheuttavat allergisen reaktion. Ihminen voi olla allerginen vain jollekin tietylle maidon proteiinille tai kaikille niistä. Maitoallergikon ruokavaliossa vältetään kaikkia maidon ainesosia, kuten heraa, maitoproteiinia, kaseiinia, kaseinaattia ja laktalbumiinia. Tällöin myöskään laktoosittomat elintarvikkeet eivät sovellu, vaan ruokavalion tulee olla täysin maidoton. (Immonen ym. 2006, 105.)

Gluteenitonta ruokavaliota noudattaa henkilö, joka sairastaa keliakiaa tai ihokeliakiaa. Tällöin viljojen proteiinit aiheuttavat yliherkkyyttä. Keliakiassa gluteeni aiheuttaa ohutsuolen limakalvossa tulehdusreaktion, ravintoaineiden imeytyminen heikkenee ja syntyy aliravitsemustila, lievimpiä gluteiinin aiheuttamia oireita ovat mahavaivat, mutta hoitamattomana keliakia voi johtaa ohutsuolen syöpään, osteoporoosiin ja hedelmättömyyteen. Ihokeliakiassa henkilö oireilee saamalla rakkulaista ja kutiavaa ihottumaa käsivarsiin ja jalkoihin.

Keliakian hoidossa ruokavaliosta poistetaan kaikki viljan sisältämä gluteiini. Vehnä, ohra ja ruis voidaan korvata luontaisesti gluteiinittomilla viljavalmisteilla riisillä, hirs-

sillä, tattarilla ja maissilla. On olemassa myös gluteenittomia jauhovalmisteita, joissa viljan sisältämä gluteiini on poistettu valmistuksen yhteydessä. Osalle keliakiaa sairastaville soveltuu myös kaura ja kauravalmisteet. (Immonen ym.2006, 26–27.)

4 KATETUOTTOLASKENTA

Katetuottolaskennan avulla selvitetään, arvioidaan ja suunnitellaan yrityksen kannattavaa toimintaa. Se onkin suosituimpia kannattavuuslaskentamalleja. Lähtökohtaisesti siinä kaikki kulut jaetaan kiinteisiin ja muuttuviin kustannuksiin. Kiinteät kulut pysyvät täysin muuttumattomina toiminta-asteesta riippumatta. Näitä ovat esimerkiksi tilavuokra ja jäsenmaksut. Muuttuvat kustannukset puolestaan muuttuvat lineaarisesti myyntimäärän eli toiminta-asteen mukaan. Näitä ovat esimerkiksi sähkön kulutus ja hävikki. (Selander & Valli 2007, 61–62.)

Kustannusten jaottelun lisäksi katetuottoajattelussa käytetään perusolettamuksina, että tuotteiden myyntihinnat pysyvät kiinteinä ilman toiminta-asteen vaikutusta niihin, sekä tehonsopeutusta ei tapahdu. Kuitenkin matkailu- ja ravitsemisalalla katetuottoajattelun malleja hieman sovelletaan alalle paremmin sopiviksi ja samalla toimialan käytäntöjä paremmin palveleviksi. (Selander & Vilka 2007, 62.)

4.1 Kannattava toiminta

Pitkällä aikavälillä kannattava toiminta on yrityksen elinehto. Yksinkertaisesti toiminnan kannattavuus lasketaan vähentämällä kustannukset tuotoista. Tällöin saadaan selville yrityksen tulos, joka voi olla voittoa tai tappiota. Kannattavan toiminnan mittarina pidetään voiton määrää, eikä tappiollinen toiminta ole kannattavaa. Niinpä kannattavuus tarkoittaa sitä, että yritystoiminnasta saadaan enemmän tuottoja kuin siihen joudutaan uhraamaan taloudellisia panoksia. (Selander & Vilka 2007, 36.)

Yrityksen kokonaiskannattavuus selviää aina tilikauden päätteeksi tehdystä tilinpäätöksistä, mutta siitä saatu tulos ei aina ratkaise, onko tuotteiden hinnat asetettu oikein, eikä se kerro suoraan pienempien kokonaisuuksien kannattavuutta, kuten tietyn annoksen, tuoteryhmän tai yksittäisen tapahtuman. Tilinpäätös ei myöskään kerro, onko

saavutettu voitto tavoitteiden mukainen ja onko se riittävää. Jotta edellä mainitut asiat voitaisiin selvittää, tarvitaan sisäistä laskentatoimea ja sen tuomaa tietoa. (Selander & Vilka 2007, 36.)

Kannattavuuden määrittämisen keskeisimpiä käsitteitä ovat myyntikate-, käyttökate-, ja palkkakateprosentit. Myyntikate kertoo tuotteen katteen muuttuvien kustannusten jälkeen. Palkkakate kertoo toiminnan kannattavuuden työtuntien jälkeen ja käyttökate ilmoittaa lopullisen kannattavuuden. Kun edellä mainituille katteille lasketaan prosenttiosuudet suhteessa liikevaihtoon, voidaan prosentteja vartailla helposti yrityksen omiin laskelmiin ja tavoitteisiin, sekä alan tilastoiuihin keskiarvoihin. (Selander & Vilka 2007, 64.)

4.2 Myyntikate

Myyntikate on keskeisimpiä käsitteitä, kun seurataan ravintolan taloudellisen toiminnan kannattavuutta. Myyntikatteella tarkoitetaan ravintolalle sen myymistä tuotteista jäävää rahasummaa, josta on vähennetty tuotteen valmistamisesta aiheutuneet raaka-ainekustannukset (Vuorenmaa & Peltola 2009, 179). Myyntikate voidaan laskea yksittäisestä tuotteesta, annoksesta, tuoteryhmistä tai jonkin tietyn ajanjakson myynnin osalta. Myyntikatteen avulla on helppo seurata ravintolan kannattavuutta kokonaisuutena tai tietyn tuotteen osalta. Jotta vertailu olisi helpompaa, myyntikatteesta voidaan laskea myös prosentti. (Vuorenmaa & Peltola 2009, 179.)

Myyntikatteella ravintolan on pystyttävä huolehtimaan kaikista sille aiheutuneista kustannuksista, esimerkiksi henkilökunnan palkoista, sähkölaskuista, vuokrista ja markkinointikustannuksista. Niinpä siitä käytetään myös nimeä katetuotto. Myyntikate lasketaan aina arvonlisäverottomista hinnoista, sillä yrittäjä saa raaka-aineita ostaessaan verot vähennykseen. Myyntikate lasketaan siis vähentämällä verottomista myyntituloista verottomat raaka-ainekustannukset. Myyntikateprosentti siitä saadaan jakamalla se tuotteen verottomalla myyntihinnalla ja kertomalla sadalla. (Vuorenmaa & Peltola 2009, 179.)

Jos halutaan laskea tuotteelle uutta hintaa, joka vastaa paremmin tavoitekatetta, tarvitaan myös hinnoittelukerrointa. Hinnoittelukerroin on rutiinihinnoittelun apuväline,

joka perustuu katetuottolaskennan mukaisesti tuotteelle laskettuun myyntikatteeseen (Selander & Valli 2007, 82). Hinnoittelukerroin tarkoittaa lukua, jolla kertomalla tavaran hankintahinta, saadaan uusi tavoitetta vastaava myyntihinta. Se lasketaan käyttämällä tuotteen ostohintaa ja tuotteelle asetettua tavoitemyyntikateprosenttia, katso kaava 1.

KAAVA 1. Hinnoittelukerroin

$$\text{Hinnoittelukerroin} = \frac{100}{(100 - \text{myyntikate \%})}$$

(Selander & Valli 2007, 82.)

4.3 Excelin annoskorttipohja

Excel-annoskorttipohja on kokonaisuus, joka sisältää reseptin, raaka-aineet ja hinnoittelun. Annoskorttipohjan käyttö on hyvin käytännöllistä ja se helpottaa ravintolan toimintaa. Yksi kortin käytön tarkoituksista on edistää ruoan tasalaatuisuutta, sillä annoskortissa lukee annoksen valmistusohjeet ja raaka-ainemäärät, mitä se sisältää. Niinpä, jos kaikki noudattavat tarkasti ohjeistusta, lopputulosten pitäisi olla samanlaisia. Näin myös hävikin määrää saadaan minimoitua, sillä annoskoot ja valmistusmäärät pysyvät oikeina. Tämä puolestaan on tärkeää suunnitellun myyntikatteen saavuttamiseksi. (Vuorenmaa & Peltola 2009, 212.)

Annoskortti koostuu ylä- ja alakortista. Alakortti tehdään erikseen jokaisesta halutusta tuotteesta ja yhteen korttiin kootaan aina kaikki yhden tuotteen sisältämät ainesosat. Korttiin merkitään jokaisen raaka-aineen käyttöpaino ja mahdollisesti valmistuksen aikana sille syntynyt painohäviöprosentti. Lisäksi merkitään monelle hengelle määrä on tarkoitettu. Tällöin kortti laskee tarvittavan ostopainon raaka-aineelle valmiiksi. Korttiin merkitään myös raaka-aineitten verottomat ostohinnat, jolloin saadaan selville raaka-aineen käyttöhintaa ja tuotteeseen tarvittavan määrän hinta. Alakorttiin tulee myös tuotteen valmistusohje. (Vuorenmaa & Peltola 2009, 212.)

Jos halutaan selvittää ainoastaan yhden tuotteen raaka-ainekustannukset, riittää alakortin käyttö. Kun taas halutaan selvittää annoksen hinta, joka koostuu useammasta tuotteesta, tarvitaan myös yläkorttia. Tällöin yläkorttiin kootaan kaikki valmiin annoksen komponentit ja se laaditaan aina yhdelle hengelle. Tiedot annoksen komponenteista siirretään alakortista yläkorttiin. Yläkortti on siis hyödyllinen pohdittaessa annoksen hintoja. (Vuorenmaa & Peltola 2009, 212.)

5 TYÖN TAVOITTEET

Asetimme opinnäytetyöllemme tavoitteeksi toteuttaa Ramin konditorialle käytännöllisen työkalun, tuotekansion, joka lisää työntekijöiden tuotetietoutta ja samalla selventää myös yritykselle heidän tuotekuvaansa. Halusimme tehdä kansiota helppokäyttöisen, jotta kansiota olisi mahdollisimman paljon hyötyä eri tilanteissa ja työntekijöiden jokapäiväisessä työssä. Tavoitteena oli myös auttaa yritystä uusien työntekijöiden perehdyttämisessä helpottamalla heidän oppimistaan, sillä tuotekansiota on kätevää opetella tuotteiden sisältöä sekä tuotetunnistamista kuvien avulla. Lisäksi kansio antaa kaikille työntekijöille varmuutta myyntityöhön. Työntekijöiden toiminnan helpottaminen, tuotetietouden lisääminen ja uusien työntekijöiden perehdyttämisen helpottaminen ovatkin tuotekansion hyötyjä, mitkä ovat tulleet esille myös muissa tuotekansion toteuttamistapauksissa. (Katainen & Parviainen 2009, 21.)

Käytännöllisyyden ja helppokäyttöisyyden lisäksi tavoitteena oli visuaalisesti kaunis kansio, sillä kaunis ja selkeä työ herättää mielenkiintoa. Lisäksi halusimme tuotekansion olevan yksilöllisen näköinen ja yrityksen tyyliin sopiva, jotta se erottuu muista vastaavanlaisista töistä. Tärkeimpänä tavoitteena oli saada lopputuloksesta sellainen, että toimeksiantaja yllättyisi positiivisesti.

Työmme toinen keskeinen tavoite oli tarkistaa kaikkien tuotteiden katteet ja mahdollisesti korjata niitä yrityksen tavoitteiden mukaisiksi. Tavoitteena oli tehdä mahdollisimman tarkkaa ja totuudenmukaista työtä, jotta saisimme luotettavan lopputuloksen, mistä yrittäjille selviää tämän hetkinen tilanne. Teimme katetuottolaskelmat Excelin annoskorttipohjille ja halusimme tehdä niistä selkeät ja helppokäyttöiset.

6 TYÖN TOTEUTTAMINEN

Työ toteutettiin toimeksiantajan tarpeesta, sillä yrittäjillä ei ollut aikaa tehdä laajaa ja aikaa vaativaa työtä itse. Kuten jo johdanto-osuudessa totesimme, valitsimme aiheen aihepankista, eikä meillä ole ollut aikaisempaa yhteistyötä yrittäjien kanssa. Aihe tuntui välittömästi meille sopivalta, sillä halusimme toiminnallisen opinnäytetyön. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimuskäytäntöjä käytetään hieman väljemmässä merkityksessä kuin tutkimuksellisessa opinnäytetyössä, vaikka tiedon keräämisen keinot ovat samat (Vilka & Airaksinen 2003, 57). Tämä sopi hyvin meille.

6.1 Ramin konditoria

Ramin konditoria on mikkeliäinen perheyrittys, jonka Raimo Liedes perusti vuonna 1997. Liedes aloitti leipurin uransa vanhempiensa perustamassa Liedeksen leipomossa 1950. Mikkeliin hän tuli vaimonsa ja lastensa kanssa 1985, pitämään Maken konditoria – yritystä. 1992 fuusioitui kolme mikkeliäistä leipomoa suuremmaksi leipomoksi Mikleksi, johon myös Raimo Liedes ja hänen vaimonsa Helena Liedes lähtivät mukaan. Kuitenkaan Liedekset eivät viihtyneet fuusiossa, vaan ennemmin halusivat perustaa täysin oman yrityksensä, Ramin konditoria & leipomon (Ramin konditoria).

Ramin konditoria kuuluu valtakunnalliseen Hyväkonditoria –ketjuun, johon pääsee olemalla alueensa johtava konditoriayritys. Ketju on perustettu vuonna 1986 ja sen ideana on vaalia perinteistä kahvilakulttuuria ja käsityötaitoa maassamme. Ketjuun kuuluu vain kaksikymmentä leipomoa, joilla kuitenkin on 62 toimipistettä eripuolilla Suomea. Hyväkonditoria ketju on tiivis leipomoalan yhteisö. (Hyväkonditoria.)

Ramin konditoria on oikea perheyrittys ja tällä hetkellä siinä työskentelee jo kolmas leipurisukupolvi. Raimo Liedes työskentelee tuotantopuolella, missä on myös hänen tyttärensä Jonna Liedes, joka toimii konditoriapuolen vastaavana. Leipomossa työskentelee myös Pirita Huikurin puoliso Isto Huikuri. Yrityksen ensimmäinen kahvila sijaitsi leipomon yhteydessä Mikonkadulla. Mikonkadun kahvilasta vastaa Raimo Liedeksen vaimo Helena Liedes. Myöhemmin yritys laajeni kauppakeskus Pusankulmaan, jossa toimi kahvila. Kauppakeskus Akselin valmistuttua Pusankulman toimipiste siirtyi Akseliin. Tästä kahvilasta vastaa Raimo ja Helena Liedeksen vanhin tytär

Pirita Huikuri. Uusin laajennus tapahtui tänä vuonna, kun leipomolle saatiin uudet tilat Rokkalasta entisen Jyskin tiloista. Samalla perustettiin kahvila leipomon yhteyteen. Tällä hetkellä Ramin konditoria palvelee siis kolmessa eri toimipisteessä ja työllistää useita työntekijöitä. (Ramin konditoria.)

Yrityksen liikeideana on valmistaa laadukkaita ja maukkaita leipomotuotteita, joita myydään ainoastaan omissa kahviloissa. Kilpailuetuna on tuotteiden tuoreus ja nopea toimitus sekä yrityksen mahdollisuus räätälöidä jokaiselle asiakkaalle heidän toivomansa tuotteet. Yrityksen vahvuutena on myös innovatiivisuus ja halu kehittää uutta. Innovaation vahvuus onkin saada aikaan iso läpimurto, sillä ikinä ei voi tietää mistä innovaation tuloksesta syntyy hittituote. (Rissanen 2005, 108.) Lisäksi yrittäjät ovat aktiivisia alan kilpailuissa ja pitävät yllä verkostoa muihin alan ihmisiin.

6.2 Lähtökohta

Yrityksen laajentumisen ja suosion kasvun myötä yritys työllistää tällä hetkellä useita henkilöitä, niin kolmessa kahvilassa, kuin leipomossakin. Lisäksi yritys on suosittu harjoittelijoiden ja työelämään tutustuvien keskuudessa. Samalla tuotevalikoima ja tuotantomäärät ovat kasvaneet. Nämä yhdessä ovat synnyttäneet tarpeen opinnäytetyöllemme, sillä aiemmin leipomon sijaitessa yhden kahvilan yhteydessä, oli tuotanto ja myyminen tiiviisti yhteydessä toisiinsa.

Tänä päivänä tuotteiden laatu ja yrityksen asiakaspalvelu ovat keskeisessä asemassa, sillä kilpailu on tälläkin alalla kovaa. Kuten luvussa 3.2 totesimme, erityisruokavalioasiakkaat ovat yleistyneet, joten yrityksen myynti lisääntyy, jos se pystyy vastaamaan myös näiden asiakkaiden tarpeisiin. Samalla erityisruokavalioasiakkaiden huomioiminen tuo lisää vastuuta ruoan valmistajille (Immonen ym. 2006, 9).

Erytisruokavaliot on otettava vakavasti ja tällöin työntekijöiden tuotetietouden merkitys kasvaa ja työntekijän täytyy olla varma sanoistaan turvallisuuden takaamiseksi. Kahvilassa, missä tuotteita ei myydä pakkauksissa, asia korostuu sillä pakkaamattomana myytävien elintarvikkeiden koostumus ja yliherkkyyttä aiheuttavat ainesosat tulee olla työntekijöiden tiedossa. Asiakkaalla on oikeus saada ne tietoonsa. (Evira 2010).

Ramin konditoriolla ei siis ollut entuudestaan tuotteistaan raaka-ainesisältöjä, joten työntekijät joutuivat jokaisesta kysymyksestä soittamaan leipomoon ja varmistamaan tuotteen sisällön. Yrityksellä ei myöskään ollut laskettuina katetuottolaskelmia kaikista tuotteistaan ja jo lasketuista ei ollut selvillä kaikkien raaka-aineiden tarkkaa määrää, joten laskelmat olivat suuntaa antavia. Näiden lähtökohtien perusteella lähdimme toteuttamaan työtämme.

6.3 Tutkimusmenetelmä ja sen luotettavuus

Työmme tutkimusmenetelmänä käytimme havainnointia, joka kuuluu kvalitatiivisiin eli laadullisiin tutkimusmenetelmiin. Kvalitatiiviseen tutkimukseen kuuluu todellisen elämän kuvaaminen ja kohdetta pyritään tutkimaan mahdollisimman kokonaisvaltaisesti, sekä luonnollisessa tilassa. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa on myös tyypillistä käyttää ihmistä tiedon keruussa, eikä mittausvälineitä. Lisäksi tutkimus on aina ainutlaatuista ja kohdejoukko on yleensä tarkasti valittu. (Hirsjärvi ym. 2007, 160.)

Valitsimme työhömmä kvalitatiivisista menetelmistä havainnoinnin, sillä tuotteista ei ollut tarkkoja raaka-ainesisältöjä, joten luotettavimman tuloksen saimme havainnoimalla itse leipomossa. Tällöin saimme selville kaikki raaka-aineet, joita tuotteisiin tuli ja näimme suoraan pakkauksesta raaka-ainesisällöt. Näin työskennellessämme vahasimme yrittäjiä mahdollisimman vähän ja saimme tiedot tuotteista välittömästi. Tutkimusaineiston keräämisenä osallistuva havainnointi on toimiva tapa silloin, kun tutkittavasta kohteesta ei ole entuudestaan paljoa tietoa tai tieto ilmenee hiljaisena tietona. (Vilka 2005, 120).

Havainnoinnista voidaan vielä erotella neljä eri astetta:

- Havainnointi ilman osallistumista
- Osallistuva havainnointi
- Osallistava havainnointi
- Piilohavainnointi

Näistä kaksi ensimmäistä ovat yleisimpiä, kun taas jälkimmäiset harvinaisempia. Meillä oli käytössä osallistuva havainnointi, eli olimme tiedon keruun aikana tutkiskohdeiden sosiaalisessa miljöössä intensiivisessä vuorovaikutuksessa. (Grönfors 1982, 87–88,93.)

Menetelmän suurimpana haittapuolena pidetään sitä, että havainnoija häiritsee tilannetta tai voi jopa muuttaa sitä. Toisena haittana on, että havainnoija saattaa sitoutua emotionaalisesti tutkittavaan ryhmään, jolloin tutkimuksen objektiivisuus kärsii. Lisäksi menetelmä on aikaa vievää. Kuitenkin havainnoinnin avulla saadaan kerättyä monipuolista ja mielenkiintoista tietoa. (Hirsjärvi ym. 2007, 208–209.)

Mekin huomasimme työssämme tutkimusmenetelmän luotettavuuteen liittyvät haittapuolet. Suurimpana haasteena tutkimuksessa oli olla vaikuttamatta työntekijöihin. Havainnoinnissa tuli hyvin ilmi eri ihmispersoonat, sillä osa työntekijöistä ei häiriintynyt meistä ollenkaan ja samat henkilöt tekivät työnsä niin kuin olivat aina tehneet meistä välittämättä. Osa puolestaan häiriintyi ja stressaantui läsnäolostamme, vaikka yritimme olla mahdollisimman vähän haittoina ja selittää työmme tarkoitusta. Nämä samat työntekijät myös hieman muuttivat totuutta sillä, kun me tulimme paikalle, he tekivät kaiken ohjeita noudattaen. Yritimme sanoa, että emme valvo heidän tekemisistään, eikä kukaan muukaan, vaan työn tarkoituksena on ainoastaan selvittää tämänhetkinen tilanne. Huomasimme myös, että menetelmä on hyvin aikaa vievä, sillä aikataulumme venyi havainnoinnin osalta.

6.4 Kansion kokoaminen ja katteiden laskenta

Kansion kokoamisen aloitimme tiedonkeruulla leipomossa. Olimme mukana jokaisen tuotekansioista löytyvän tuotteen valmistuksessa ja havainnoimme mitä raaka-aineita valmistuksessa käytettiin. Jotta saisimme todelliset myyntikatteet, tarvitsimme todelliset raaka-aineisiin käytettävät määrät. Niinpä punnitsimme kaikki raaka-aineet tarkasti, myös kaikki koristeet ja koristejauheetkin raesokeria myöten.

Löysimme monista tuotteista myös reseptit, joissa kerrottiin ohjeen mukaiset raaka-ainemäärät. Käytimme ohjeita hyödyksi tuotteissa, jotka valmistettiin täysin ohjeen mukaan ja raaka-aineet punnittiin jokaisella kerralla, tällaisia tuotteita olivat kaikki taikinat. Esimerkiksi täytettävien leipien täytteisiin löytyi myös reseptit, mutta koska niitä noudatettiin vain suuntaa antavasti, punnitsimme kaikki raaka-aineet kustakin leivästä. Koska täytteen määrä on myös tekijästä ja kerrasta riippuvainen, punnitsimme aina samasta leivästä useita kappaleita, jotta saimme keskiarvon laskemalla hieman luotettavamman tuloksen.

Muutenkin laskimme jokaisesta tuotteesta useamman kappaleen sisältämät määrät, sillä monien punnitsemattomien raaka-aineiden määrä vaihtelee eri kappaleissa. Punnitimme tuotteista, joita tehtiin kerralla enemmän, kymmenen kappaleen otoksen. Punnitusvaiheessa sai olla hyvin tarkkana, jotta kerkesi punnita jokaisen raaka-aineen, ennen kuin ne laitettiin tuotteisiin. Monesti piti pitää myös tuotteiden järjestys selvillä sillä tuotteet, joihin lisättiin raaka-aineet kerroksittain, piti olla selvillä aina saman kappaleen alkupaino, jotta tiedetään tarkka siihen menevän seuraavan raaka-aineen määrä.

Laskimme tuotteiden katteet aina yhdelle kappaleelle. Niinpä monien tuotteiden kohdalla jouduimme tekemään useita laskutoimituksia, jotta saimme selville yhteen tuotteeseen käytettävät raaka-aineet. Leipomossa valmistettiin aina yksi iso taikina kerrallaan ja siitä jaettiin moniin eri tuotteisiin. Samoin täytteistä tehtiin iso annos kerralla, jota ei kaikkea käytetty samana päivänä. Punnitsimme kaikki tuotteet aina raakana, jotta painohäviö ei vaikuta. Yhteen kappaleeseen käytettävät raaka-ainemäärät laskimme vertaamalla yhden kappaleen painoa koko määrän painoon. Katetuottolaskennassa menikin todella paljon aikaa, sillä monet tuotteet koostuivat monista erikseen valmistetuista seoksista.

Laskimme katteet käyttäen apuna Excelin annoskorttipohjaa. Päädyimme tähän, sillä uskomme tästä olevan yritykselle eniten hyötyä jatkossa. Excelin annoskorttipohjaan tuotteita on tarvittaessa helppo muokata, jos esimerkiksi jonkin raaka-aineen hinta nousee tai jokin raaka-aine vaihdetaan toiseen. Exceliin on myös helppo lisätä uusia tuotteita, sillä valmiin pohjan voi kopioida aikaisemmista tuotteista. Poistimme yläkortit, sillä meidän ei tarvinnut tietää annoskokonaisuuksien katetta. Muokkasimme muutenkin annoskortteja tarkoituksiimme sopiviksi ja lisäsimme alas kaavoja, jotka laskevat suoraan myyntihinnan halutulla myyntikateprosentilla. Lisäksi laskimme jokaisen tuotteen myyntikateprosentin tämän hetken myyntihinnasta.

Painohäviötä tuotteista emme laskeneet, sillä näiden tuotteiden kohdalla se ei ollut merkittävää. Myöskään veden osuutta emme merkinneet Excelin annoskorttipohjiin, sillä veden hintaa ei ole tiedossa, eikä sitä yleensä lasketa mukaan raaka-ainekustannuksiin. Hävikkiä tuotteista ei syntynyt, sillä kaikki niin sanotut hävikkipa-

lat otettiin talteen ja käytettiin johonkin. Tässä yrityksessä hävikin minimoimisessa on onnistuttu erittäin hyvin.

Tuotekansioon kokosimme kaikki tiedot niistä tuotteista, joita valmistettiin meidän ollessamme leipomossa. Jaoinme tuotteen ryhmittäin suolaisiin, makeisiin kahvileipiin ja leivoksiin, kakkuihin ja kausituotteisiin. Kirjoitimme jokaisesta tuotteesta tarakan tuotesisällön, josta selviää jokainen tuotteen sisältämä ainesosia. Tuotekansioon järjestimme tuotteet kahvioiden vitriinimallin mukaan alkaen täytetyistä suolaisista sämpylöistä ja patongeista, joiden jälkeen tulevat pikkusuolaiset. Suolaisten osuuden päättävät myynnissä olevat kokonaiset leivät. Makeat tuotteet alkavat pullista, joiden jälkeen tulevat munkit, leivokset sekä keksit. Seuraavana ovatkin jo kakut alkaen hyydykekakuista. Loppuun kokosimme myös kausituotteita ja viimeisenä kansiota löytyy pikavalikko.

Melkein jokaisen tuotteen kohdalla on myös tuotteen kuva. Kuvat tekevät kansiota näyttävän ja helpottavat uusien työntekijöiden perehdytyksessä. Käytimme ainoastaan itse ottamiamme kuvia. Kansiossa on käytössä myös värikoodit, helpottamaan yleisimpien allergisoivien raaka-aineiden havaitsemista. Värikoodeilla merkitsimme maitoproteiinin, kananmunan, chilin/paprikan, pähkinän/mantelin, sellerin, soijan, kauran, sipulin, sinapin ja seesamin. Pikavalikon kansion loppuun teimme helpottamaan ja nopeuttamaan jokapäiväisiä asiakaspalvelutilanteita, joissa erityisruokavalioiden asiakas kysyy kahville tullessaan mitä voi syödä.

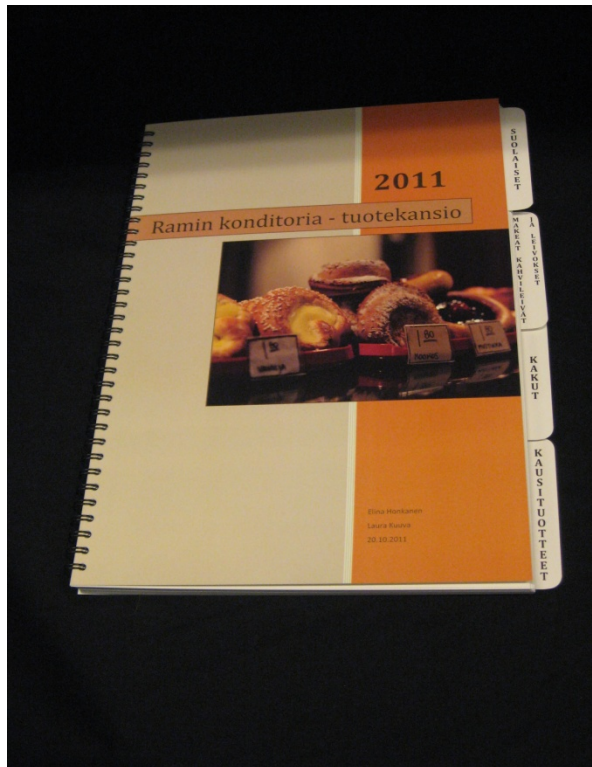
Kansion kokoamiseen kysimme tarjouksia Mikkelin kopiointifirmoilta, päädyimme yhdessä yrittäjien kanssa Kopijyvään, joka vastasi kansioden painattamisesta. Kansioita painettiin kuusi kappaletta.

7 LOPPUTULOSTEN TARKASTELU

Mielestämme pääsimme hyvin työllemme asetettuihin tavoitteisiin. Opimme myös paljon uutta työtä tehdessämme ja huomasimme muutaman asian, mitkä tekisimme nyt toisin. Työmme toiminnalliseen osuuteen olemme erittäin tyytyväisiä ja siihen asetimmekin suurimmat tavoitteemme. Koska panostimme tuotekansion tekemiseen ja

katetuottolaskennan osuuteen, aikataulumme venyi näiden osalta. Niinpä raportin kirjoittamiselle jäi hyvin vähän aikaa, mutta päätimme tyytyä sen osalta hieman vaatimattomampaan lopputulokseen.

Olemme yhdessä toimeksiantajan kanssa erittäin tyytyväisiä tuotekansioon. Mielestämme tuotekansio vastaa hyvin sille asetettuja tavoitteita, se on selkeä ja tyylikäs. Aikataulun puolesta tuotekansion tuotteiden määrä oli ongelmallisin, sillä loppuvaiheessa tuli mieleen paljon tuotteita, jotka kansioista puuttui. Kuitenkin raja oli vedettävä johonkin kohtaan, joten tuotekansiosta jäi varmasti puuttumaan esimerkiksi joitakin kausituotteita. Silti kansioista tuli mielestämme varsin kattava, tuotteita kansiossa on yhteensä 121 kappaletta. Olemme erittäin tyytyväisiä etenkin valintaamme painattaa kansiot Kopijyvässä, missä saimme erittäin asiantuntevaa palvelua ja hyviä neuvoja.



KUVA 1. Tuotekansio (Kuuva 2011)

Katetuottolaskennat teimme mahdollisimman tarkasti ja yritimme ottaa huomioon kaikki katteeseen vaikuttavat tekijät, myös koristeet, kakkupahvit ja -laatikot. Olemme tyytyväisiä myös laskentaosuuteen ja toivomme siitä olevan hyötyä yritykselle. Ainoastaan Excel-annoskorttipohjan teon aloittaisimme nyt toisin. Nyt aloimme välittömästi syöttää tietoja annoskortteihin ja ajattelimme muokata annoskortit lopuksi.

Kuitenkin huomasimme, että alussa olisi pitänyt vähän tarkemmin miettiä muotoilua, sillä lopussa hahmotimme muutamia asioita, jotka olisi pitänyt tehdä toisin. Esimerkiksi painohäviösarakkeet olisi pitänyt poistaa alussa ja muokata kaavat oikeiksi ilman painohäviösaraketta. Lisäksi laitoimme alussa Excel-taulukkoon verolliset raaka-ainehinnat ja kun tajusimme, että olisi kannattanut laittaa verottomat hinnat, työ oli jo niin lopussa, että emme ehtineet muuttaa jokaisen raaka-aineen hintaa. Sen sijaan teimme taulukkoon laskukaavan, joka poistaa verot.

8 POHDINTAA

Olemme erittäin tyytyväisiä aihevalintaamme ja toiminnalliseen opinnäytetyöhömmе. Opinnäytetyötä oli erittäin mukava tehdä, sillä saimme todella vapaasti tulla ja mennä leipomossa niin kuin meidän aikatauluihimme parhaiten sopi. Vuorovaikutus leipomon työntekijöiden kanssa toimi todella hyvin ja meidän työmme sekä aikataulumme otettiin hyvin huomioon.

Teoriaosuuden tutkiminen oli todella mielenkiintoista ja opimme työtä tehdessä paljon uutta. Teoriaosuutta etsimme kaiken aikaa työn edetessä, sillä vaikka työmme oli hyvin toiminnallinen, emme pystyneet aloittamaan mitään vaihetta ennen kuin olimme tutustuneet teorian tietoon. Halusimme työmme noudattavan kaikkia säädettyjä pakkausmerkintäohjeita ja samalla se muistuttaa myös toimeksiantajaa niiden tärkeydestä.

Havainnointi oli erittäin mukava ja käytännöllinen tiedonkeruun menetelmä työsämme. Toivottavasti työmme palvelee yritystä pidemmälläkin aikavälillä ja se helpottaa yritystä jatkossa niin, että yrityksen on helppo jatkaa katetuottolaskentansa kehittämistä ja myyntikatteiden suunnittelua vastaamaan tavoitteita, sekä lisäämään uusia tuotteita saman mallin mukaan sivuja tuotekansioon.

LÄHTEET

Bona Nestle. Sosiaali ja terveysministeriön päätöksen 807/1994 nojalla hyväksymä 2005. Ruokaa lapselle. Hyvä tietää lapsen ensimmäisestä vuodesta.

Evira 2010. Pakkausmerkintäopas elintarvikevalvojille ja elintarvikealan toimijoille. Eviran ohje 17005/4. PDF-dokumentti. <http://www.evira.fi/portal/fi/evira/julkaisut/?a=view&productId=114>. Päivitetty 5/2010. Luettu 26.9.2011.

http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/tietoa_elintarvikkeista/ruoka-allergeenit/mita_tietoa_pakkauksista_saa_vapaaehtoiset_merkinnat_saattaa_sisaltaa..._maidoton/ Päivitetty 30.9.2010. Luettu 27.10.2010.

http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/tietoa_elintarvikkeista/ruoka-allergeenit/pakkaamattomat_elintarvikkeet/. Päivitetty 3.9.2010. Luettu 28.10.2011.

<http://www.finel.fi/showpage.php?page=help5&lang=fi>. Päivitetty 1.6.2010. Luettu 29.9.2011.

Finlex 2004. Kauppa – ja teollisuusministeriön asetus elintarvikkeiden pakkausmerkinnöistä 1084/2004.§9. <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2004/20041084>. Päivitetty 2.12.2004. Luettu 28.10.2011.

Grönfors, Martti 1982. Kvalitatiiviset kenttätyömenetelmät. Juva: WSOY.

Hirsjärvi Sirkka, Remes, Pirkko & Sajavaara, Paula 2007. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Hirvilahti, Riitta, Koivisto, Eija & Matlar, Hillevi 1994. Markkinointi. Porvoo: WSOY:n graafiset laitokset.

<http://www.hyvakonditoria.fi/index.php?section=5>. Ei päivitystietoja. Luettu 1.11.2011.

Hämeen uusyrityskeskus. Menesty markkinoinnilla! Kilpailuetua markkinoinnin suunnittelulla. <http://www.hameenuusyrityskeskus.fi/neuvontamateriaalit>. WWW-dokumentti. Ei päivitystietoja. Luettu 28.10.2011.

Hämäläinen, Ari 2010. Erityisruokavalioiden huomioon ottaminen kulttuuritapahtumissa. Humanistinen ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Immonen, Irja, Laaksonen, Stina, Lattu, Leena, Reunasalo Terhi, Sinisalo-Ojala, Laura & Välimäki, Pauli A 2006. Erikoisruokavalioiden valmistus ammattikeittiössä. Helsinki: WSOY.

Jokinen, Tarja, Heinämaa, Lea & Heikkonen, Iris 2000. Tervetuloa asiakas - myyntityön ja asiakaspalvelun taito. Helsinki: Oy Edita Ab.

Katainen, Mari & Parviainen, Henna 2009. Keski-Cafen tuotekansio ja asiakaslähtöinen tuotekehitys. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Korhonen, Heidi & Pöyhönen, Johanna 2011. Ravintola Dexin kahvilatuotevalikoiden suunnittelu, kestävä kehitys näkökulmana. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Kuiva, Laura 2011. Opiskelija. Mikkelin ammattikorkeakoulu. Kuvamateriaali syksy 2011.

Malin, Paulina 2009. Sisäisen markkinoinnin käsikirjan suunnittelu ja toteutus. Laurea -ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Mäkelä, Mika 2011. Ruoka yliherkkyys. Allergia ja astmaliiton julkaisu. PDF-dokumentti.

<http://allergia-fi->

[bin.directo.fi/@Bin/51e555e6f941b357d0ba3f7da00dd4ee/1319622402/application/pdf/35765/aikuisten ruoka allergia opas%202010.pdf](http://bin.directo.fi/@Bin/51e555e6f941b357d0ba3f7da00dd4ee/1319622402/application/pdf/35765/aikuisten_ruoka_allergia_opas%202010.pdf). Päivitetty 1/2011. Luettu 24.10.2011

Ramin konditorian WWW-sivut. <http://www.raminkonditoria.fi/yhteystiedot.htm>.

Ei päivitystietoja. Luettu 4.5.2011.

Rissanen, Tapio 2009. Hyvä palvelu. Mitä se on? Kuinka se savutetaan? Vaasa: Kustannusosakeyhtiö Pohjantähti.

Rope, Timo 2005. Suuri markkinointikirja. Jyväskylä: Talentum Media.

Selander, Kai & Valli, Vuokko 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu ja ravitsemisalalla. Helsinki: WSOY.

Tiusanen, Anu 2009. Palvelujen tuotteistaminen ja markkinointi, case: Cafe Charlotta. Saimaan Ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

<http://www.strategy-train.eu/index.php?id=300&L=2>. Päivitetty 2009. Luettu 27.10.2011.

Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2008. WWW –dokumentti.

http://www.ktl.fi/portal/suomi/tietoa_terveydesta/elintavat/ravitsemus/ravitsemus_ja_terveys/ruoka-allergiat. Päivitetty 20.3.2008. Luettu 25.10.2011.

Vilka, Hanna & Airaksinen, Tiina 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.

Vilka, Hanna 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki: Tammi.

Vuorenmaa, Sinikka & Peltola, Mikko 2009. Annos & asiakas. Ravitsemisalan matematiikkaa ja ammattilaskentaa. Helsinki: WSOYpro Oy.

<http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/markkinointi>. Ei päivitystietoja. Luettu 29.9.2011.

Åberg, Leif 2006. Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Kinkkusämpylä

Sämpylä:

Vehnäjauho

Vesi

Deli mix (Auringonkukansiemen, **soijarouhe**, pellavansiemen, happamuudensäätöaine E270, paahdettu vehnämallasjauho, vehnämallasjauho, vehnägluteiini, **soijajauho**, ohramallasuute, emulgointiaine E471, jauhонparanne E300, entsyymit)

Suola

Sokeri

Hiiva

Taikina TT (Kasviöljy ja -rasva, vesi, suola, emulgointiaine E471, happamuudensäätöaine E270, aromi, väri E160a)

Frost diamant (Vehnägluteiini, vehnägluteeni, vehnäjauho, emulgointiaine E472e, vehnämallasjauho)

Täyte:

Palvikinkku (Sian kinkku, vesi, suola 2 %, stabilointiaineet E407, E450, E451, sokerit, hapettumisenestoaine E316 ja säilöntäaine E250. Lihapitoisuus 74 %)

Tomaatti

Flora kasvisrasvavalevite 60 % (Kasviöljy 35 %: rypsiöljy, auringonkukkaöljy, pellavaöljy. Kasvirasva, vesi, suola 0,9 %, emulgointiaine: lesitiini, E471 kasvirasvapohjainen, säilöntäaine: kaliumsorbaatti, happamuudensäätöaine: sitruunahappo, aromi, A- ja D-vitamiini.)

Ruukkusalaatti

Tämä tuote saattaa sisältää pieniä määriä kananmunaa, maitoproteiinia, laktoosia, selleriä, sinappia, seesamia, lupiinia ja ruista (Deli mix).

Esimerkkisivu Excelin annoskorttipohjista, kinkkusämpylä

| | | |
|-----------------------------|------------|------------------|
| Laatija | Päiväys | Komponentin nimi |
| Elina Honkanen, Laura Kuuva | 24.10.2011 | kinkkusämpylä |

| ostopaino | | ph % | käyttöpaino | | RAAKA-AINEET | ostohinta | käyttöhinta | määrän hinta |
|-----------|----|------|-------------|----|-----------------------|-----------|-------------|-----------------|
| 0,031 | kg | | 0,0314 | kg | vehnäjauho | 0,35 € | 0,35 € | 0,01 € |
| 0,006 | kg | | 0,00598 | kg | Deli mix | 1,94 € | 1,94 € | 0,01 € |
| 0,001 | kg | | 0,00063 | kg | suola | 0,73 € | 0,73 € | 0,00 € |
| 0,001 | kg | | 0,00063 | kg | kuivahiiva | 3,05 € | 3,05 € | 0,00 € |
| 0,001 | kg | | 0,00063 | kg | sokeri | 0,95 € | 0,95 € | 0,00 € |
| 0,001 | kg | | 0,0006 | kg | Taikina TT | 1,35 € | 1,35 € | 0,00 € |
| 0,000 | kg | | 0,0003 | kg | Frost diamant | 4,05 € | 4,05 € | 0,00 € |
| 0,012 | kg | | 0,012 | kg | palvikinkku | 8,14 € | 8,14 € | 0,10 € |
| 0,013 | kg | | 0,013 | kg | Tomaatti | 2,75 € | 2,75 € | 0,04 € |
| 0,009 | kg | | 0,009 | kg | Flora kasvisrasvavite | 3,90 € | 3,90 € | 0,04 € |
| 0,007 | kg | | 0,007 | kg | ruukkusalaatti | 4,82 € | 4,82 € | 0,03 € |

| | | | |
|------------------|-------|-----|----------|
| Raaka-aineita | 0,081 | kg | 100 % |
| Kypsennyshävikki | 0,000 | kg | |
| Valmista | 0,081 | kg | 100,00 % |
| Annoskoko | 0,081 | kg | |
| Annoksia | 1 | kpl | |

| | |
|--------------------------------|-------------|
| Veroton raaka-ainehinta | 0,20 |
| Verollinen raaka-ainehinta | 0,23 |
| Tuotteen verollinen kilohinta | 2,83 |

| | |
|-----------------------------|-------------|
| Myyntikate %: | 65 |
| Raaka-aineiden ostohinta: | 0,20 |
| Hinnoittelukerroin: | 2,86 |
| Veroton myyntihinta: | 0,58 |
| Verollinen myyntihinta: | 0,66 |

| | |
|-----------------------------|--------------|
| Tämän hetkinen myyntihinta: | 2,00 |
| Veroton myyntihinta: | 1,77 |
| Myyntikate: | 1,57 |
| Myyntikate %: | 88,51 |

| | |
|-------------|-------------|
| Alv: | 13 % |
|-------------|-------------|