

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Matkailun koulutusohjelma

Antti Gavrilov

TUOTEKEHITYSTÄ KUKKATORIN KAHVILA OY:LLE

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2013



**Karelia**  
AMMATTIKORKEAKOULU

**OPINNÄYTETYÖ**  
**Toukokuu 2013**  
**Matkailun koulutusohjelma**

Länsikatu 15  
80110 JOENSUU  
p. 0503582494

Tekijä

Antti Gavrilov

Nimike

Tuotekehitystä Kukkatorin kahvila Oy:lle

Toimeksiantaja

Kukkatorin kahvila Oy

Tiivistelmä

Opinnäytetyönä kehitettiin Helsingin kauppatorilla toimivalle Kukkatorin kahvila Oy:lle uusia myyntiin tarkoitettuja kahvilatuotteita tuotevalikoimaan. Samalla tuotevalikoimaa uudistettiin poistamalla iäkkäät tuotteet valikoimasta. Tuotteiden suunnittelussa otettiin huomioon laiteteknologian mahdollisuudet torimyyntissä sekä elintarvikeviraston antama ulkomyyntiä koskeva ohjeistus.

Tuotteiden valmistus aloitettiin tutustumalla vallitseviin ruokatrendeihin sekä huomioitiin asiakaspalautteet, toimeksiantajan toiveet ja laiteteknologian antamat mahdollisuudet. Tuotevalikoimaa uusittiin niin, että sämpylöiden ja voileipien tilalle suunniteltiin erilaisia croissantteja, bagel ja hot dog.

Työn tarkoituksena oli auttaa Kukkatorin kahvilaa parantamaan kilpailukykyään ja samalla houkuttelemaan uusia asiakkaita uusien tuotteiden avulla. Tuotevalikoima annoskoritteineen luovutettiin toukokuussa 2013 toimeksiantajan käyttöön.

Kieli  
Suomi

Sivuja  
Liitteet 3  
Liitesivumäärä 13

32

Asiasanat

Tuotekehitys, ruokatuote, kahvilatuote, ulkomyynti, tori.



**THESIS**  
**May 2013**  
**Degree Programme in Tourism**

Länsikatu 15  
FIN 80110 JOENSUU  
Tel. +358503582494

Author  
Antti Gavrilov

Title  
Product development to Kukkatorin kahvila Oy.

Commissioned by  
Kukkatorin kahvila Oy

**Abstract**

The purpose of this thesis was to develop new products for the café Kukkatorin kahvila Oy which is located at the Helsinki market square. By developing new products, older products were removed from the selection. The potential offered by the technology of food service equipment and the regulations for open-air market selling set by the Finnish Food and Safety Authority Evira were taken into account when planning the products.

The development process began by exploring existing food trends and by considering customer feedback, wishes of the commissioner and the opportunities provided by the equipment technology. The product selection was updated from rolls and sandwiches to croissants, bagels and hot dogs.

The ultimate purpose of this thesis was to help Kukkatorin kahvila Oy increase competitiveness and attract new customers with new products. The new product selection was handed over to the commissioner in May 2013.

Language  
Finnish

Pages  
Appendices 3  
Pages of Appendices 13

32

**Keywords**

Product development, food products, snack products, outdoor sales, market.

## Sisältö

|     |   |    |
|-----|---|----|
| 1   | Johdanto .....                                    | 5  |
| 2   | Kukkatorin kahvila Oy .....                       | 6  |
| 2.1 | Yrityksen esittely .....                          | 6  |
| 2.2 | Toimintaympäristö .....                           | 7  |
| 3   | Opinnäytetyön tausta .....                        | 8  |
| 3.1 | Työn tarkoitus ja tarpeellisuus .....             | 8  |
| 3.2 | Opinnäytetyön hyöty toimeksiantajalle.....        | 9  |
| 4   | Työprosessin kuvaus .....                         | 10 |
| 5   | Huomiot ulkomyyntipisteessä .....                 | 14 |
| 5.1 | Omavalvonta.....                                  | 14 |
| 5.2 | Ulkomyynti .....                                  | 14 |
| 5.3 | Huomiot Kukkatorin kahvilan myyntipisteessä ..... | 16 |
| 6   | Laiteteknologian hyödyntäminen .....              | 16 |
| 7   | Tuotekehitysprosessi .....                        | 18 |
| 7.1 | Idean syntyminen.....                             | 18 |
| 7.2 | Spesifikaatio .....                               | 19 |
| 7.3 | Koetuotteiden valmistaminen.....                  | 20 |
| 7.4 | Annosten testaaminen .....                        | 22 |
| 8   | Aistinvarainen arviointi .....                    | 23 |
| 8.1 | Arviointitilaisuus .....                          | 23 |
| 8.2 | Raadin arvio tuotteista .....                     | 24 |
| 8.3 | Omat ja toimeksiantajan kommentit.....            | 25 |
| 9   | Ruokatuotteen hinnoittelu .....                   | 26 |
| 10  | Prosessin tuotos .....                            | 30 |
| 11  | Pohdinta.....                                     | 31 |
|     | Lähteet.....                                      | 32 |

### Liitteet

|         |                        |
|---------|------------------------|
| Liite 1 | Arviointilomake        |
| Liite 2 | Omavalvontasuunnitelma |
| Liite 3 | Annoskortit            |

## 1 Johdanto

Tori on toiminut kohtaamispaikkana yhteisöille siitä asti, kun kaupankäynnistä on tullut osa ihmisen elannonhankintaa. Torit yleensä sijaitsevat kaupungin tai kylän keskustassa, ja niillä on käyty kauppaa sekä hoidettu yhteisöä koskevia kuulutuksia. Ne ovat toimineet myös juhla-, sekä kohtaamispaikkoina, ja niiden olemassaolo on vaikuttanut koko kaupankäynnin kehittymiseen. (Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestö, 2009.)

Torilla myytävien tuotteiden trendit ovat muuttuneet ajansaatossa. Niitä ovat muun muassa paikallisuus, luonnonmukaiset raaka-aineet ja tuoreus. Myös maahanmuutto ja matkustaminen ovat vaikuttaneet suomalaiseen ruokatarjontaan. Laiteteknologia on mahdollistanut ruokatuotteiden valmistuksen ulkomyyntipaikoilla yhtä laadukkaaksi kuin ammattikeittiöissä. Laitteiden ominaisuudet ovat parantuneet kehityksen myötä, ja samalla niiden fyysinen koko on pienentynyt. Ruokatuotteiden valmistukseen ulkomyyntissä keskittyneet yritykset ovat alkaneet panostaa laiteteknologian lisäksi erilaisiin tila-autoihin, joihin keittiöt ovat rakennettu. Panostamalla trendeihin ja ruokatuotteiden laatuun pystyy yritys kilpailemaan paremmin jo olemassa olevien tuotteiden rinnalla. Monien vanhojen katuruokayritysten ongelma on tuotteiden vanheneminen muodista sekä niiden keittiölaitteiden puuttuminen, jotka varmistaisivat tuotteen parhaan laadun.

Opinnäytetyönä toteutettu tuotekehitysprosessi tehtiin toriympäristöön Helsingin kauppatorilla toimivalle Kukkatorin kahvila Oy:lle. Tuotekehityksen tarkoituksena oli poistaa jo trendeistä vanhentuneet tuotteet ja samalla luoda uusia tuotteita niiden tilalle. Tuotekehitysprosessissa tuli ottaa huomioon toriolosuhteiden lisäksi laiteteknologia, ruokatrendit, omavalvonta ja ruokatuotteen hinnoittelu. Valmiit tuotteet annoskortteineen ovat tämän opinnäytetyön tuotos. Ruokatuotteiden suunnitteleminen ja toteuttaminen on suunniteltu toriympäristön asettamien haasteiden näkökulmasta, mutta myös asiakaspalautteiden, asiakkaiden ja toimeksiantajan toiveiden mukaisesti. Opinnäytetyön tietoperustana käytin kirjallisuutta tuotekehitysprosessista,

ruokatuotteen hinnoittelusta, elintarvikeviraston antamia asetuksia ulkomyynnille ja toimeksiantajan sekä omia kokemuksia.

## **2 Kukkatorin kahvila Oy**

### **2.1 Yrityksen esittely**

Opinnäytetyöni toimeksiantaja oli Kukkatorin kahvila Oy, joka toimii Helsingin kauppatorilla. Kahvila on perinteikäs helsinkiläinen torikahvio, joka on aloittanut toimintansa 1980-luvulla. Kahvila sijaitsee kauppatorin läntisellä puolella. Nykyistä omistajaa ennen torikahvion on omistanut kolme aikaisempaa yrittäjää. Nykyinen yrittäjä on toiminut kahvilan harjoittajana neljättä vuotta. Kukkatorin kahvila Oy:n liikeidea on tarjota asiakaskunnalle kahvilatuotteita, kuten kahvijuomia, virvokkeita, makeita ja suolaisia syötäviä ja antaa ikimuistoisia torielämyksiä Helsingin kauppatorin viikskeestä. Tuotevalikoimaan kuuluvat muun muassa lihapiirakka, sämpylät erilaisin täyttein, espresso, mehut, munkit ja pullat. Kaikki leivonnaiset yrittäjä hankkii helsinkiläiseltä pienleipomo Leipätupa Oy:ltä, joka sijaitsee Helsingin Konalassa. Tuotteiden, kuten lihapiirakan lämmitys toriympäristössä tapahtuu mikroaaltouunilla. (Kuusisto, 2013.)

Aukioloihin vaikuttaa vahvasti sääolosuhteet. Sateen saapuessa tori tyhjenee asiakkaista, jolloin kahvila joudutaan sulkemaan. Kukkatorin kahvila on auki kesäsesongin aikana aina säiden salliessa. Kukkatorin kahvila avaa telttansa ovet huhtikuun lopussa ja sulkee syyskuun lopussa. Päivittäiset aukioloajat ovat noin kello 6.00—18.00. (Kuusisto, 2013.)



Kuva 1. Kukkatorin kahvilan myyntipiste Helsingin kauppatorilla.

Kukkatorin kahvilan myyntipisteessä asiakaspaikkoja on 60 kappaletta. Myyntipisteestä löytyy 60 tuolia ja 22 pöytää. Kahvilan asiakaskunta koostuu pääasiassa iäkkäämmistä ihmisistä, turisteista ja lähialueella työskentelevistä ihmisistä, esimerkiksi UPM:n, ministeriön ja kaupungintalon työntekijöistä. (Kuusisto, 2013.)

## 2.2 Toimintaympäristö

Vielä tänäkin päivänä torit ovat tärkeitä kauppapaikkoja pienyrittäjille, jotka markkinoivat ja myyvät tuotteensa toreilla. Torikulttuuri on käynyt elinkaarensa aikana monenlaisia muutoksia läpi. Kuitenkin kaikkien muutoksien jälkeen torien ihmisläheisyys on pitänyt torit elinvoimaisina, vaikka kaupankäynti on suurimmaksi osaksi siirtynyt toisenlaisiin ympäristöihin, kuten automarketteihin. Yhä satojen vuosienkin jälkeen, mahdollisuus sosiaaliseen ja elämykselliseen

kaupankäyntiin vetää ihmisiä toreille. Toreilta ovat löytyneet uusimmat tuotteet, joita muualta ei saa. Samoin asiantuntemus erikoistuotteista ja erilaiset käsityöläisten taidonnäytteet maatalous- ja luomutuotteiden ohella ovat torien vetonauloja. (Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestö, 2009.)

Torikaupan toimivuudelle on ominaista kauppapaikan tarvitsemat fyysiset ominaisuudet, kuten voimavaralähteet, kierrätykseen liittyvät kysymykset ja ihmisten tarpeiden huomioon ottaminen. Tekniikan hyödyntäminen, kuten myyntiautot ja -vaunut torimyynissä voivat parantaa tuotevalikoimaa, hygieniatasoa, parantaa tuotteiden esillepanoa ja tuoda uusia asiakkaita toreille. (Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestö, 2009.)

Helsingin Kauppatori sijaitsee Eteläsatamassa Esplanadin puiston päässä, jossa se on toiminut jo 1800-luvulta lähtien. Tori on hyvin kansainvälinen ja se on Helsingin toreista tunnetuin. Kauppatori palvelee asiakkaitaan maanantaista perjantaihin kello 6.30—18, lauantaisin kello 6.30—16 ja sunnuntaisin aina kesäkuukausina kello 10—17. Kauppatori tarjoaa kävijälleen torielämyksen lisäksi mahdollisuuden ostaa matkamuuistoja, käsitöitä, marjoja, vihanneksia, kukkia ja hedelmiä. Kauppatorin välittömästä läheisyydestä löytyy Helsingin tärkeimpiä nähtävyyksiä. (Helsingin kaupunki, 2013.)

### **3 Opinnäytetyön tausta**

#### **3.1 Työn tarkoitus ja tarpeellisuus**

On tutkittu, että 90 % kaikesta torilla tapahtuvasta kokonaisymynnistä kesäisin on elintarvikemyyntiä ja ainoastaan 5 % myynnistä koostuu kahvilatoiminnasta. Kuitenkin toriympäristö ja kahvilakojut yhdessä voivat auttaa toreja kasvattamaan kahvila- ja lounastuotteiden menekkiä. Torien myyntivaltteina pidetään paikallisia erikoisuuksia, sekä luomu- ja lähiruokaa. (Nieminen & Nevala, 2011.)



Tuotteen tuotekehitysprosessilla päivitetään ja parannetaan yrityksen tuotteita kilpailukelpoisimmiksi ja nykyaikaisemmiksi. Olennaista tuotekehitysprosessin aloittamisessa on markkinoiden tarkastelu ja kartoitus, joilla pyritään kartoittamaan sen hetkinen markkinatilanne. Myös toimenpiteiden määrittäminen yritykselle on erittäin tärkeää, jotta resurssit saadaan suunnattua oikein. Oikeiden asiakassegmenttien löytämiseen ja niille suunnatun tuotteen valmistamiseen tarvitaan suunnittelua, sekä paneutumista markkinatarjontaan, trendeihin ja perinteisiin. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen, 2008, 120.)

Opinnäytetyöni tavoitteeksi asetettiin toimeksiantajan toimesta Kukkatorin jo olemassa olevan tuotevalikoiman kattavuuden uudelleen arviointi, sekä muutaman uuden tuotteen kehittäminen. Jälkimmäisen suoritin saatujen asiakaspalautteiden, sekä vallitsevien ruokatrendien perusteella. Tarkoituksena toiminnallisessa opinnäytetyössäni oli kehittää Kukkatorin kahvilalle uusia tuotteita, jotka tukivat jo olemassa olevaa tuotevalikoimaa ja joiden avulla voitiin tavoittaa uusia asiakkaita, sekä vahvistaa kahvilan markkina-asemaa Helsingin kauppatorilla. Toimeksiantajani on suunnitellut myös muunlaista parannusta kahvilalle, kuten viihdykkeiden hankkimista. Näillä voisi parannellun tuotevalikoiman lisäksi houkuttaa asiakkaita paikalle. Varsinkin nuoret ikäryhmät ovat uuden tuotevalikoiman myötä tulevan kesän tavoiteltavissa oleva asiakassegmentti.

### **3.2 Opinnäytetyön hyöty toimeksiantajalle**

Sillä toimeksiantaja yrittää saavuttaa uutta asiakassegmenttiä. Uusien tuotteiden lanseeraaminen markkinoille on kuluttajallekin merkki ajankohtaisesta ravintola-alan seuraamisesta. Trendejä seuraava ja asiakaspalautteita käsittelevä sekä asiakkaiden toiveet huomioon ottava yrittäjä voi pitää palveluaan erinomaisena, jos pystyy vastaamaan ravintola-alan vaihtuviin suhdanteisiin.

Annoskortit ja valmisreseptiikka tulevat helpottamaan toimeksiantajaa päivittäisissä esivalmisteluissa. Varsinkin, kun tuotteet ovat uusia ottaa hetken

ennen kuin raaka-ainesuhteet muistaa ja voi toimia tehokkaasti niitä valmistaessa. Myös työntekijöiden vuoksi on hyvä olla olemassa reseptiikka ja annoskortit valmistettaville uusille tuotteille. Työtehokkuus paranee, kun työntekijä voi työskennellä itsenäisesti seuraten selkeää ohjeistusta. Samalla tuotteet pysyvät tasalaatuisina ja näin vastaavat aina yrityksen tuotteiden laadullisia vaatimuksia. Hävikin syntyminen pienenee vakioidun reseptiikan ja työmenetelmien ansiosta minimiin, kun raaka-aineita käytetään laskettujen määrien mukaan.

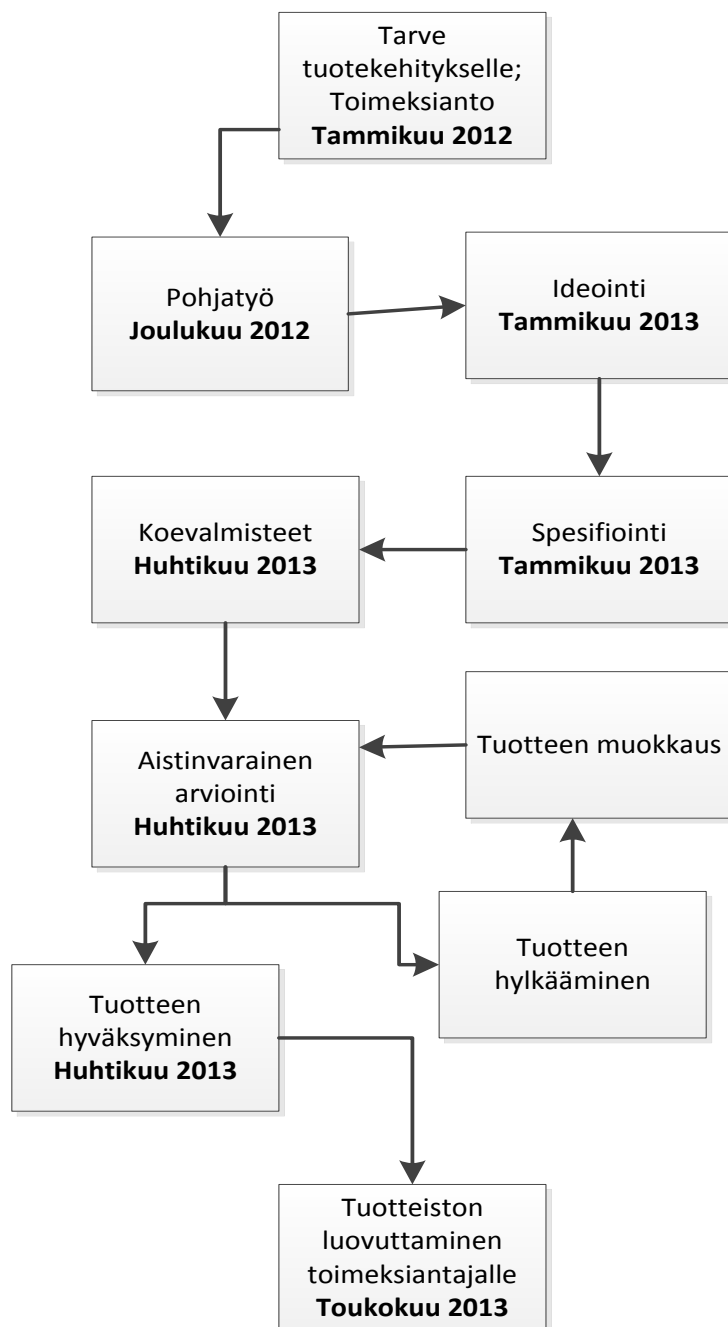
Uusien tuotteiden valmistaminen Helsingin kauppatorilla sijaitsevaan kahvilaan voi olla myös joissakin tapauksissa vaikuttava tekijä torin ruokakulttuurin kehittymiselle. Kun ympäristöön viedään uusi tuote, kilpailijat voivat hyvinkin ottaa mallia tuotteesta ja keskittyä parantamaan omia tuotevalikoimiaan kilpailun kiristyessä. Opinnäytetyölläni voi siis olla Helsingin kauppatorin toriyrittäjien tuotevalikoimien parantuminen tuoreemmaksi ja mielekkäämmiksi.

#### **4 Työprosessin kuvaus**

Toiminnallinen opinnäytetyö on työelämälähtöinen, ja sen aikaansaannos voi olla esimerkiksi vihko, portfolio, kirja tai ohjeistus. Edellä mainitut tuotokset eli tuotteet riippuvat toimialasta, jolle opinnäytetyö toteutetaan. Ammattikorkeakoulun opinnäytetyön tulisi olla työelämälähtöisyyden lisäksi käytännönläheinen ja toteutettu tutkimuksellisella asenteella. Toiminnallisen opinnäytetyön periaatteena on rakentaa produkti toimialaan liittyvistä teoreettisista tiedoista sekä käytännöntaidoista. (Vilkka & Airaksinen 2003, 9—10.)

Opinnäytetyöstä tekee toiminnallisen sen työelämälähtöisyys ja tarkoitus tuottaa toimeksiantajalle konkreettinen tuotos. Produktin rakentaminen opinnäytetyössä perustuu ravintola-alan tietoperustan tutkimiseen kirjallisuuden ja käytännön tason kautta, aikakaudelle ominaisten trendien tarkastelemiseen median ja oman työn kautta, toimeksiantajan ja kollegoiden, sekä esimieheni hiljaisen

tiedon hyödyntämiseen ja tuotekehitysprosessin työstämiseen (kuvio 1). Näiden kaikkien avulla valmistin toimeksiantajalle valmiin tuotekokonaisuuden annoskortteineen.



Kuvio 1. Tuotekehitysprosessin eteneminen.

Tuotekehitysprosessi aloitettiin toimeksiantajan kanssa keskustelemalla hänelle toteutettavasta opinnäytetyön produktista tammikuussa 2012. Jo olemassa olevien tuotteiden tarkasteleminen, toimeksiantajan toiveet ensi kesän markkinoista sekä uusien tuotteiden ideointi antoi opinnäytetyölle lähtökohdat toteuttaa tuotekehitysprosessi.

Opinnäytetyötä tehdessäni kirjasin muistiin tapaamiset ja palaveritapahtumien ajankohdat ja myös niiden annin. Päiväkirjamerkinnot kertovat opinnäytetyön etenemisestä vaiheittain aina ideoinnista lopputulokseen. Opinnäytetyötä tehdessäni kävin läpi useita asioita, jotka vaikuttivat tuotekehitysprosessiin, kuten laitehankintojen merkitys ja valitseminen tuotteiden valmistukseen. Kehitetyt tuotteet ovat pitkän ja monivaiheisen mietinnän ja ideoinnin lopputulos. Ideoinnissa on otettu huomioon tuotteiden valmistukseen tarvittavat olosuhteet, laitteet, ajankäyttö, nykyaikaisuus ja trendien vaikutteet, sekä tuotteiden valmistukseen kuluvat kustannukset.



Kuvio 2. Päiväkirjamerkinnyt ja opinnäytetyöhön vaikuttaneet keskustelut ja tuotteiden sekä laitehankintojen pohdinnat kuukausittain on merkitty taulukkoon.

Palaverit toimeksiantajan kanssa olivat rakentavia keskusteluita hänen toiveistaan tuotteille. Keskusteluiden jälkeen pystyin hyödyntämään omaa ammattitaitoani tuotteita suunniteltaessa ja myöhemmin toteutuksessa.

## **5 Huomiot ulkomyyntipisteessä**

### **5.1 Omavalvonta**

Elintarvikehygienia käsittelee elintarvikkeisiin liittyviä terveysriskejä ja niiden torjuntaa. Omavalvonnan tärkeä osa-alue on juuri elintarvikehygienia. Elintarvikkeen hygieniaa uhkaavat vaarat ja riskit voivat olla mekaanisia, kemiallisia, mikrobiologisia tai fysikaalisia. (Lehtinen, Peltonen & Talvinen, 2003, 64)

Elintarvikkeiden käsittely tapahtuu yleensä elintarvikehuoneistossa. Elintarvikehuoneistolla tarkoitetaan mitä tahansa rakennusta tai huoneistoa tai niiden osaa taikka muuta ulko- tai sisätilaa, jossa myytäväksi tai muuten luovutettavaksi tarkoitettuja elintarvikkeita valmistetaan, säilytetään, myydään, tarjoillaan tai muutoin käsitellään, ei kuitenkaan alkutuotantopaikkaa. Elintarvikehuoneisto voi sijaita kiinteästi jonkin kunnan alueella (esimerkiksi vähittäismyymälä) tai elintarvikehuoneisto voi olla paikasta ja tapahtumasta toiseen siirtyvä liikkuva elintarvikehuoneisto. Ulkomyynti liittyy yleensä liikkuviin elintarvikehuoneistoihin. (Elintarvikevirasto, 2012.)

Tein toimeksiantajalle omavalvontasuunnitelman vuonna 2010 liittyen Kukkatorin kahvilan myyntipisteen toimintaan kauppatorilla. Omavalvontasuunnitelman pohjana käytin valmista pohjaa, joka soveltui ulkomyyntille. (Liite 2, Omavalvontasuunnitelma.)

### **5.2 Ulkomyynti**

Elintarvikeviraston antama ohjeistus ulkomyyntille määrittelee omavalvonnalliset puitteet muun muassa torimyyntipisteille. Kukkatorin kahvila on yksi myyntipiste, missä noudatetaan ohjeistusta. Alla suora lainaus elintarvikeviraston ulkomyyntiohjeesta, jossa määritellään käsitteet ulkomyynti,

ulkotila, liikkuva elintarvikehuoneisto, myyntialue, myyntipiste ja omavalvontasuunnitelma. Kaikki käsitteet koskevat Kukkatorin kahvilaa.

”Elintarvikkeiden ulkomyyntillä tarkoitetaan elintarvikkeen tarjoilua, myyntiä tai muuta luovuttamista sekä näihin liittyviä välittömiä muita käsittelyvaiheita ulkotilassa Käsitteeseen ”ulkomyynti” sisältyy tässä ohjeessa myös ulkomyyntiin verrattava elintarvikkeiden myynti tai tarjoilu sisätiloissa.” (Elintarvikevirasto, 2012.)

”Ulkotilalla tarkoitetaan elintarvikehuoneistoa, joka sijaitsee muualla kuin rakennuksen sisällä, taikka sellaisessa sisätilassa tai sen osassa, joka ei ole osa muuta hyväksyttyä elintarvikehuoneistoa.” (Elintarvikevirasto, 2012.)

”Liikkuvalle elintarvikehuoneistolle tarkoitetaan elintarvikelaissa mitä tahansa siirrettävää tai väliaikaista (koottavissa ja purettavissa olevaa, paikasta toiseen siirrettävää) elintarvikkeiden myynti- tai käsittelypaikkaa tai -laitteistoa, kuten esimerkiksi liikkuvaa kioskia, myyntiautoa tai -kojua, telttakatosta, ja niin edelleen.” (Elintarvikevirasto, 2012.)

”Myyntialueella tarkoitetaan paikkaa tai aluetta, jolle voidaan sijoittaa yksi tai useampi elintarvikkeiden myyntipiste.” (Elintarvikevirasto, 2012.)

”Myyntipisteellä tarkoitetaan tässä ohjeessa yhden myyjän elintarvikkeiden myyntiin tarkoitettua välineistöä teltoineen, kojuineen, kärryineen, myyntipöytineen ja varusteineen.” (Elintarvikevirasto, 2012.)

”Toimijalla on oltava elintarvikehuoneistossaan jäljennös ilmoituksen käsitelleen elintarvikevalvontaviranomaisen antamasta todistuksesta, omavalvonta suunnitelma ja siihen liittyvät tallenteet ja ne on esitettävä paikalliselle elintarvikevalvontaviranomaiselle tarvittaessa.” (Elintarvikevirasto, 2012.)

Kukkatorin kahvilan omavalvontasuunnitelman toteutumisesta vastaa yrityksen omistaja esimiehenä, jonka tehtävänä on perehdyttää työntekijät toimimaan ohjeistuksen mukaisesti ja näin pitämään myyntipiste puhtaana ja tuotteet syömäkelpoisina sekä säilyttää tuotteet ja raaka-aineet oikealla tavalla, oikeassa lämpötilassa.

### **5.3 Huomiot Kukkatorin kahvilan myyntipisteessä**

Tori on ruuanvalmistuspaikkana haasteellinen, koska hygienialle on varattava tarpeelliset puitteet, joita ulkomyynti olosuhteissa ei usein ole valmiina. Muun muassa juoksevan veden puute rajoittaa torilla toimimista kun käsien pesu on hoidettava jollain muulla tavalla. Omavalvontasuunnitelmaan kuuluu kertoa yksityiskohtaisesti miten esimerkiksi käsien pesu tullaan hoitamaan myyntipisteessä torilla. Kukkatorin kahvilan myyntipisteen toimintaa ohjaa elintarvikeviraston asettamat ohjeet ulkomyynnille.

Laitteiden ominaisuudet olivat yksi asia mikä vaikutti myös omavalvonnallisesti tuotteiden suunnitteluun. Kukkatorin kahvilan tuotevalikoimaa suunniteltaessa oli otettava huomioon kehiteltävien tuotteiden säilyvyys ja niiden säilytys, sekä lämmitys. Tarpeiden mukaiset säilytystilat löytyivät Kukkatorin kahvilan laitevalikoimasta. Kylmien tuotteiden säilytykseen käytetään kylmävitriiniä ja pientä jääkaappia. Lämpimiä tuotteita ei säilytetä pitkään vaan ne myydään menekin mukaan.

Tekemäni omavalvontasuunnitelma (liite 2) Kukkatorin kahvila Oy:lle vuonna 2010 on käytössä edelleen. Uusien tuotteiden ja laitehankintojen myötä, on omavalvontasuunnitelmaan kirjattava muutokset koskien laitteiden lämpötiloja, puhdistamista ja tuotteiden säilytystä.

## **6 Laiteteknologian hyödyntäminen**

Opinnäytetyön tuotekehitysprosessissa tuli ottaa huomioon myös myyntipisteen asettamat laitevaatimukset. Monipuolinen, mitoiltaan pieni ja kevyt laite olisi tarkoitukseen sopiva. Monipuolinen laite parantaisi tuotteiden laatua, sekä antaisi toimeksiantajalle mahdollisuuden valmistaa hyvin monia erilaisia tuotteita aina raakapakasteista lämmitettäviin tuotteisiin.

Kävimme toimeksiantajan kanssa Helsingin messukeskuksessa 28.2.2013 Fastfood & Cafe messuilla tutustumassa laitevalikoimaan ja arvioimassa niiden



ominaisuuksia torikäytön kannalta. Laitevalikoimasta löysimme muutaman laitteen vastaamaan toimeksiantajan vaatimaa käyttötarkoitusta. Toinen laitteista oli pieni uuni yhdistelmä-, kiertoilma- ja mikroaaltotoiminnoilla. Laite vastasi käyttötarkoituksen asettamia vaatimuksia nopeudeltaan valmistaa tuote ja uunin kapasiteetti oli vähintäänkin sopiva meidän toimeksiantajan tarpeille. Tällä uunilla voitaisiin valmistaa lähes mitä tahansa tuotteita: tuoreet pullat, paninit, erilaiset toastit, sekä muita leivonnaisia. Tällaista pientä yhdistelmäuunia markkinoi muutama valmistaja, joiden laiteominaisuuksia vertailimme keskenään. Molemmat uunit olivat kuitenkin täydellisistä ominaisuuksista huolimatta liian isoja ja painavia päivittäiseen torikäyttöön. Uunin paino oli lähes 30 kiloa, joka on liikaa jokapäiväiseen nosteluun.

Tutustuimme myös Electroluxin valmistamaan Minikombi-yhdistelmäuuniin, joka oli valmistettu erityisesti pieniin ruuanlaitto-olosuhteisiin. Tässä yhdistelmäuunissa toimintoina olivat kiertoilma-, höyry-, matalalämpöhöyry-, ja yhdistelmäpaisto-ohjelma. Myös jäähdystystoiminto löytyi. Erillistä vesiliitaintä ei tähän laitteeseen tarvita, sillä siinä on vedelle tarkoitettu säiliö, joka täytetään ennen käyttöä. Tämän monipuolisen pienikokoisen uunin käyttäminen vaatii ainoastaan virtalähteen, joten uunin ominaisuudet olivat lähes täydelliset valmistettaville tuotteille. Uunin mitat olivat ihanteelliset käyttötilaan nähden ja painoa oli vain lähes 10 kiloa. Uuniin mahtuu samanaikaisesti kolme kappaletta ½ GN 65 astiaa, sekä uunista löytyy myös ritilät kolmesta eri tasosta. Tarkastelimme myös erilaisia parilayhdistelmiä, joissa oli toisella puolella parilaa tasainen paistopinta ja toisella puolella raitaparila.

Kiinnostavin ja ehkä toimintaympäristöön sopivin laite oli aikaisemmin mainittu Electroluxin valmistama Minikombi-yhdistelmäuuni. Uuden laitteen avulla toimeksiantaja pystyisi parantamaan tuotteiden laadullisia ominaisuuksia. Tuotteiden suunnittelu jatkui laitehankintojen suunnittelun ohella.

## 7 Tuotekehitysprosessi

### 7.1 Idean syntyminen

Idean syntyminen, sekä pohjatyöksi kutsuttu tuotteen ja markkinoiden tarkastelu on tuotekehitysprosessin ensimmäinen toteutusvaihe. Ensimmäisen vaiheen jälkeen valmistettava tuotteelle tehdään alustava tuotespesifikaatio eli sille annetaan tavoitteelliset tuotevaatimukset. (Tuorila ym., 2008, 122.)

Idea tuotevalikoiman tarkastamiselle ja uusien tuotteiden valmistamiselle sai alkunsa asiakaspalautteista yrityksen siirryttyä uuden omistajan haltuun. Jo olemassa oleva tuotevalikoima ei tyydyttänyt toimeksiantajan näkemyksiä siitä, mitä kahvilan valikoiman tulisi pitää sisällään. Samalla oli tarkoitus parantaa omaa myyntiä ja tavoittaa uusia asiakkaita uusien tuotteiden ja mahdollisten uusien palveluiden avulla. Varsinaista markkina-analyysiä ei Kukkatorin kahvila toteuttanut, johtuen sesonkipainotteisista torin aukioloista. Toimeksiantaja oli kuitenkin tutustunut lähitelttojen tarjontaan, minkä avulla pystyi saamaan kuvan olemassa olevista tuotteista. Esimerkiksi eräs myyntipiste Kukkatorin kahvilan läheisyydessä oli keskittänyt tuotevalikoimansa luomutuotteisiin ja kasvisruokaan. Muista myyntipisteistä löytyi lihapiirakoita, munkkeja ja pullaa kahvituotteiden lisäksi, sekä sämpylöitä juusto- ja makkaratäyttein. Media ja muut ajankohtaisia ruokatrendejä esittelevät teokset autoivat spesifioimaan valmistettavat tuotteet. Samoja lähteitä käytettiin myös tuotteiden suunnittelussa ja ideoinnissa ja vaikutteita haettiin muun muassa amerikkalaisista ruokaan paneutuvista tv-sarjoista, omasta kokemuksesta matkustamisesta ja ulkomailla työskentelystä sekä ajankohtaisista lehdistä ja havainnoimalla kilpailijayritysten tuotteita.

Uusien tuotteiden ideointi pohjautui aikaisempien vuosien asiakaspalautteisiin ja toiveisiin saada tuotevalikoimaan tiettyjä tuotteita, kuten hot dogeja. Tuotteiden valmistamisessa tuli ottaa huomioon niiden valmistamiseen kuluva aika, laitemahdollisuudet torilla, tuotteella olevat markkinat, sekä nykyiset ruokatrendit ja perinteet.

Tuotevalikoimaa suunniteltaessa piti ottaa huomioon maksimaalinen laitteiden hyödyntäminen. Kylmätila piti mitoittaa sopivaksi tuotteiden säilytykseen ja ottaa huomioon lämmitysjärjestelmän monipuolisuus, sekä sen tilavuus ja kapasiteetti. Ergonomian kannalta laitteita ei tulisi olla liikaa ja varsinkin laitteiden paino piti huomioida niiden hankintaa suunniteltaessa. Jokapäiväinen tavaroiden purkaminen ja nostelu on tapahduttava helposti, joten raskas kalusto ei ole mahdollinen toriympäristöön.

## 7.2 Spesifikaatio

Tuotespesifikaatiolla tarkoitetaan tuotteen ja sen käyttötarkoituksen kuvausta, jossa normitetaan tuotteen keskeiset ominaisuudet, kuten valmistusaineet, säilyvyys, pakkaaminen ja käyttötapa. Laatuspesifikaatiolla tarkoitetaan raaka-aineen, näytteen tai valmiin tuotteen laadun tavoitetason tai laatuvaatimusten kuvausta. Laadun määrittäminen on keskeinen osa tuotespesifikaation laadinnassa. (Tuorila ym., 2008, 120.)

Raaka-aineiden, jotka valitsin koevedosten tekemiseen ja joita tulevaisuudessakin käytetään Kukkatorin kahvilan tiloissa, tuli olla saatavilla Helsingin tukuista tai leipomoista ja muilta tavarantoimittajilta. Alkuperäisen suunnitelman mukaan olimme toimeksiantajan kanssa ajatelleet valmistavani kaksi hampurilaista, liha- ja kasvisversion, sekä yhden hot dogin. Kuitenkin laitehankintojen ja toriympäristössä työskentelemisen kannalta oli helpompaa toteuttaa jotain muuta.

Hampurilaisten sijaan kehitin bageleita ja croissantteja, koska ne ovat helpompia toteuttaa Kukkatorin kahvilan myyntipisteessä. Karsimalla hampurilaiset tuotevalikoimasta pystyttiin säästämään tuotteen valmistamisprosessiin kuluva aika. Näin pystyttiin säästämään pihveille ja muille raaka-aineille tarkoitettu kylmätila, jota olisi tarvittu huomattavasti enemmän kuin valmistusprosessin ajan säästäminen tarkoittaa käytännössä myös enemmän aikaa asiakaspalveluun ja myyntiin. Samassa ajassa

pystyttäisiin myymään enemmän muunlaista tuotetta, jota ei tarvitse valmistaa niin kauan kuin hampurilaista. Vaikka valmistamisprosessissa puhutaan vain muutamasta minuutista, on se raskasta kiireisinä hetkinä, jolloin pitäisi pystyä sujuvaan myymiseen ilman liian pitkiä jonoja ja pitää asiakkaat tyytyväisenä koko palvelutapahtumaan. Liikeidean ja liiallisen tarjonnan kannalta on parempi, että lämmitettäviä tuotteita ei ole valikoimassa paljon, jotta kahvilatunnelma säilyy Kukkatorin kahvilassa.

Bagelien leipänä tuotekehitysprosessissa käytin vesirinkeliä. Sen yksinkertaisuus ja halpa hinta antoi laadukkaan ominaisuuden tuotteelle, kun tuote oli tuore. Samalla rakennettavan tuotteen kate antoi mahdollisuuden rakentaa halvalla leivälle laadukas täytteen kokonaisuus. Esimerkiksi salami-bagelissa vesirinkelin täytteeksi tuli Italialaista salamia, fetajuustosta ja ricottajuustosta rakennettu massa sekä salaattisekoitusta, jossa oli rucolaa, punamangoldia ja pinaattia. Vaikka tuotteessa on liha- ja maitotuotteita, ei tuotteelle syntyvä kate ole pieni, koska määrällisesti raaka-aineita ei tuotteisiin kulu paljon. Laadukkailla ja maukkailta raaka-aineilla saatoin luoda kilpailukykyisen tuotteen hyvällä katteella.

### **7.3 Koetuotteiden valmistaminen**

Tuotteita uudelleen ideoidessa ja niiden käytännöllisyyttä miettiessäni valmistin uuden suunnitelman mukaisesti yhden hot dogin, kaksi bagelia eri täyttein sekä kaksi croissanttia eri täyttein. Nämä tuotteet totesimme toimeksiantajan kanssa kilpailukykyisiksi Helsingin kauppatorin tarjonnalle.

Valmistettuja tuotteita syntyi salami-bagelin lisäksi kasvis-bagel, savusiika-croissant, kasvis-croissant sekä hot dog chorizomakkaralla. Tuotteet valmistin kotonani, sillä työolosuhteiden muutos ei mahdollistanut tuotteita valmistettavan ammattikeittölaitteilla. Toisaalta tuotteet suunnittelin sen mukaan, että niiden ei tarvitse asettaa keittölaitteille liian korkeaa vaatimustasoa. Esimerkiksi bageleiden ja croissanttien valmistamiseen ei tarvita lämmitystä lainkaan. Toimeksiantajan tavarantoimittajat tuovat tuotteet torille, toimeksiantaja

esivalmistelee hyvin yksinkertaiset esivalmisteet tuotteille, lopuksi kokoaa tuotteet ja laittaa ne vitriiniin odottamaan ostajaansa.

Bageleiden eli rinkelien ja croissanttien pohjaksi valmistin fetajuustosta ja ricottajuustosta massan, joka on muunneltavissa makuineen aina toimeksiantajan valitsemalla tavalla. Perusmausteina massassa käytetään juustojen lisäksi suolaa ja pippuria. Halutessaan toimeksiantaja voi sekoittaa massaansa esimerkiksi aurinkokuivattuja tomaatteja hienonnettuna, savustettua kalaa, pestoa, yrttiöljyä tai kapriksia. Pohjamassa on mehukas, aromikas, täyttävä ja antaa väriä annokseen ja toimii joissakin tapauksissa paremmin kuin perinteiset levitteet, esimerkiksi kasvisrasvavete tai voi.

Croissantit toimeksiantaja ostaa helsinkiläiseltä kahvilalta valmiiksi paistettuna. Tuotteen laadulliset ominaisuudet ovat kuulemma erittäin moitteettomat, sekä se on kilpailukykyisempi kuin aikaisemmasta paikasta hankittu vastaava tuote. Valmiiksi paistetut croissantit leikataan auki saksilla, puristetaan maustettu juustotahna pursotinpuussilla sisään, lisätään täytteet ja laitetaan tuote vitriiniin myyntiin.

Hot dog on ainoa tuote, joka tarvitsee lämmitystä. Tuotteessa on sämpylä ja erikoismakkara, jotka on kuumennettava. Kuumentamiseen on suunniteltu käytettävän parilaa tai uutta laitehankintaa, Electroluxin Minikombi yhdistelmäuunia, jolla voitaisiin lämmittää koko tuote hyvinkin nopeasti. Sen lisäksi uunia voitaisiin pitää hetkellisesti lämpösäilytystilana, kun hot dogin menekki olisi tilapäisesti normaalia suurempi.

Valmistettujen tuotteiden kilpailukyky perustuu hyviin raaka-aineisiin ja koko tuotteen tuoreeseen olemukseen. Markkinoilla voisi erottua myös muuten kuin tuotteella, esimerkiksi omaperäisellä sanomalehden näköisellä paperilla, johon valmis tuote voidaan laittaa, kun se asetetaan vitriiniin myyntiin tai kun se tarjotaan asiakkaalle.

## 7.4 Annosten testaaminen

Aloitin tuotteiden testaamisen esivalmisteluista. Tuotteissa käytettävä juustomassa oli kaikkien tuotteiden pohjana, joten aloitin siitä. Sekoitin juustot ja maustoin massan. Savusiikacroissantia varten otin osan massasta talteen toiseen astiaan, jotta voisin sekoittaa lisättävät aineet siihen. Esivalmistelujen jälkeen kasasin tuotteita yksi kerrallaan tilannetta dokumentoiden. Raaka-aineiden määrät kirjasin ylös annoskortteja varten. Tuotteiden kasaaminen vaihe vaiheelta oli tärkeää myös sen kannalta, että sain otettua kuvan jokaisesta työn vaiheesta. (Kuva 2.)



Kuva 1. Laita levite bagelille.



Kuva 2. Lisää rucola.



Kuva 3. Lisää salami.



Kuva 4. Lisää viinisuolaheinä ja kansi.

Kuva 2. Esimerkki bagelin kokoamisesta.

Toimeksiantajan, sekä muiden myyntipisteessä työskentelevien on helppo nähdä kuvasta missä järjestyksessä tuote kasataan ja miten raaka-aineet tulisi asettaa tuotteeseen.

Ruokatuotteen tuotekehitysprosessilla pystyttiin parantamaan Kukkatorin kahvilan jo olemassa olevaa tuotevalikoimaa, sekä samalla karsittiin sellaisia tuotteita, joilla myyntivolyymiä ei enää ollut. Tuotevalikoimasta poistettiin täytettyjä sämpylöitä, joiden tilalle tulivat uudet tuotteet. Uusia tuotteita valikoimaan syntyi muun muassa savusiika-croissant, kasvis-croissant ja chorizo-hot dog, jotka löytyvät liitteistä annoskortteina (liite 3)

## **8 Aistinvarainen arviointi**

### **8.1 Arviointitilaisuus**

Aistittavan laadun varmistus on olennainen osa nykyistä elintarvikkeiden laadunvarmistamista. Alun perin aistittava laatu oli muun muassa juustojen, kahvien, teen sekä viimein laadun ja hinnoittelun peruste. Tällöin riitti, että yksi tai muutama asiantuntija antoi arvionsa tuotteen laatuominaisuuksista, moitteettomuudesta, tai kauppalaadusta. Nykymuotoinen aistinvarainen mittaaminen on kehittynyt vasta toisen maailmansodan jälkeen. (Tuorila ym. 2008, 15.)

Luotettavien arvioiden saamiseksi on tärkeää ymmärtää mieltymysten ja laatuominaisuuksien mittaamisen ero. Helpoin nyrkkisääntö on, että kouluttamaton kuluttajaraati tekee lähinnä mieltymysarvioita ja koulutettu laboratorioraati arvioi vain laatuominaisuuksia. (Tuorila ym., 2008, 15.)

Kodin ulkopuolisen ruokailun lisääntyminen, eri-ikäisten väestöryhmien ravitsemispalvelut, terveellisten ruokavalintojen tukeminen ja elintarvikkeiden tuotekehitys ovat aihealueita, joissa ruuan aistittava laatu on otettava huomioon. Aistinvaraisessa tutkimuksessa on aina konkreettisia näytteitä, joita katsotaan, tunnustellaan, haistetaan ja maistetaan. Tuotekehitykseen ja markkinointiin kuuluu muutakin kuluttajakäyttäytymiseen liittyvää tutkimusta. (Tuorila ym., 2008, 16.)

Valmistin aistinvaraiseen arviointitilanteeseen lomakkeen, jolla valitsemani raati arvosteli tuotteiden laatua ja ominaisuuksia. Aistinvaraisen arvioinnin suoritti lähipiiristäni kuusi henkilöä. Arviointilomakkeessa pyysin arvioijia valitsemaan eniten kuvaavan vaihtoehdon annetuista vaihtoehdoista. (Liite 1 Arviointilomake.)

Raati edusti tavallisia kuluttajia. Heidän joukossaan ei ollut toimeksiantajan lisäksi yhtään ravintola-alalla työskentelijää. Raati perehdytettiin aistinvaraiseen arviointitilanteeseen kertomalla kuinka toimia tilanteessa. Tilanteeseen oli luotu maistiaisaloja valmistamistani tuotteista, joita arvioitiin vuorotellen arviointilomakkeelle. Jokainen raadin jäsen työskenteli itsenäisesti.

## **8.2 Raadin arvio tuotteista**

Raatiin osallistui kuusi henkilöä lähipiiristäni mukaan lukien toimeksiantaja. Raadin tehtävänä oli valita eniten tuotetta kuvaava vaihtoehto arviointilomakkeesta. Vaihtoehtoina oli joko *huono*, *keskiverto* tai *erinomainen*. Tuotteita oli yhteensä neljä kappaletta; Salami-bagel, savusiika-croissant, kasvis-croissant ja chorizo hot dog.



Taulukko 2. Keskiarvolliset tulokset aistinvaraisesta arvioinnista.

|                           | Ulkonäkö                | Maku                     | Rakenne           | Koko                       | Käsiteltävyys                | Pisteet |
|---------------------------|-------------------------|--------------------------|-------------------|----------------------------|------------------------------|---------|
| Tuote A; Salami-bagel     | Erinomainen             | Erinomainen              | Erinomainen       | Keskiverto                 | Erinomainen                  |         |
| Sanallinen arviointi.     | Värikäs, tuore, maukas. | Mehevä, moniulotteinen.  | Moniulotteinen.   | Sopiva, voisi olla isompi. | Helppo, sopivan kokoinen.    | 23/25   |
| Tuote B; Kasvis-croissant | Keskiverto              | Erinomainen              | Erinomainen       | Erinomainen                | Erinomainen                  |         |
| Sanallinen arviointi.     | Vajaa, värikäs, tuore.  | Tuore, rapea.            | Taipuisa, pehmeä. | Sopiva.                    | Helpon muotoinen.            | 23/25   |
| Tuote C; Savusiikroissant | Erinomainen             | Erinomainen              | Erinomainen       | Erinomainen                | Erinomainen                  |         |
| Sanallinen arviointi.     | Houkutteleva, värikäs.  | Moniulotteinen.          | Pehmeä, rakeinen. | Täyttävä, runsas.          | Helppo, mureneva, hyvä koko. | 25/25   |
| Tuote D; Chorizo hot dog  | Erinomainen             | Erinomainen              | Erinomainen       | Erinomainen                | Keskiverto                   |         |
| Sanallinen arviointi.     | Houkutteleva, tuore.    | Täydellinen, mausteinen. | Moniulotteinen.   | Runsas, nälänviejä.        | Hajoava, sotkuinen.          | 23/25   |

Kouluttamaton kuluttajaraati arvioi tuotteita arkisin sanoin, joita heidän mieleensä tuotteen ominaisuuksista tuli. Usea tuote oli raadin mielestä erinomainen, tuore ja helposti syötävä. Myös muut ominaisuudet, kuten tuotteen koko, rakenne ja maku pärjäsivät arvioinnissa erinomaisesti. Joidenkin tuotteiden ominaisuus arvioitiin keskiverroksi, kuten hot dogin käsiteltävyys, salami-bagelin koko ja kasviscroissantin ulkonäkö. Näitä ominaisuuksia voidaan parantaa säätämällä annoksien raaka-ainemääriä.

### 8.3 Omat ja toimeksiantajan kommentit

Alkuperäisestä suunnitelmasta poiketen tuotteiden valmistaminen tapahtui kotikeittiössä. Työolosuhteiden muutoksien vuoksi en päässyt ammattikeittiöön valmistamaan tuotteita. Toisaalta olen sitä mieltä, että koekeittiöksi kelpasi oma keittiö, sillä tuotteiden valmistamiseen ei tarvittu erikoisempia laitteita ja näin pystyin luomaan Kukkatorin kahvilan myyntipistettä muistuttavat olosuhteet, joissa toimia.

Tuotteet, jotka valmistin, onnistuivat erinomaisesti. Alkuperäisen ajatuksen mukaisesti toteutin edulliseen leipään valmistetun hyvän katteen omaavan tuotteen, joka toimeksiantajan on helppo valmistaa toriolosuhteissa. Tämän lisäksi toimeksiantaja oli erittäin mielissään luomastani tuotevalikoimasta sekä reseptiikasta ja annoskorteista. Kaikin puolin tuotekehitysprosessi eteni suunnitelmallisesti, harkitusti ja ottaen huomioon toimeksiantajan antamat laitevaatimukset tuotteiden valmistukselle.

Toimeksiantaja ilmaisi tyytyväisyytensä ja suuren mielenkiinnon tuotteita kohtaan aistinvaraisen arvioinnin yhteydessä. Tuotteiden taso oli hänen mielestään odotettua paljon parempi, ja hän uskoi tuotteiden lisäävän asiakkaiden kiinnostusta huomattavasti.

Toimeksiantaja kommentoi; *”Mitä ihmettä? En osannut ihan odottaa tällaisia herkkuja. Ne näyttävät todella hyvältä ja varmasti kelpaa asiakkaille. Nyt tulee todellakin sellainen olo, että olen jäänyt markkinoiden jalkoihin omilla tuotteillani, jotka ovat periytyneet ja kulkeutuneet omistajalta toiselle.”* (Kuusisto, 2013.)

Haasteeksi toimeksiantaja ilmoitti tuotteiden, ja varsinkin massan valmistamisen toriolosuhteissa. Tarkennettuani reseptiikan helppoutta ja annoskorttien tärkeyttä ja ohjeistusta toimeksiantaja ilmaisi olevansa tyytyväinen ja hän voisi luottavaisin mielin aloittaa uusien tuotteiden valmistamisen myyntipisteellä.

## **9 Ruokatuotteen hinnoittelu**

Hinnoittelu on yrityksen toiminnan onnistumisen kannalta suuri merkitys. Hinta on tärkeä kannattavuus-, kilpailu-, ja kysyntätekijä. Hinnoitteluun liittyvät päätökset ovatkin tärkeimpiä liikkeenjohdon päätöksiä. Juhlal palveluyrityksillä on käytettävissään useita erilaisia hinnoittelumenetelmiä ja -tekniikoita. (Määttä, Nuutila & Saranpää, 217.)

Hinnoittelupäätökset ovat yritykselle merkittäviä päätöksiä, koska hinnoittelun oikea taso on merkittävä tekijä yritystoiminnan kannattavuudessa. Hinnoittelua voidaan tehdä kolmesta lähtökohdasta: Suoritekustanteinen hinnoittelu, tulostavoitteellinen hinnoittelu ja markkinalähtöinen hinnoittelu. (Selander & Valli, 68.)

Hotelli- ja ravintolapalveluiden hinnoittelu perustuu käytännössä useisiin eri tekijöihin, joita yrityksen johto joutuu hinnoittelupäätöksiä tehdessään pohtimaan. Hinnoitteluun vaikuttavat esimerkiksi kilpailijoiden hinnat, yrityksen sijainti ja maine sekä liikeidea. Hinnoittelussa on kuitenkin aina otettava huomion myös tuotteiden ja palveluiden tuottamisesta aiheutuvat kustannukset. Saaduilla myyntituotoilla on kulut pystyttävä ainakin pitkällä tähtäimellä kattamaan. Tämän vuoksi hinnoittelun perustana toimii usein hinnoittelu laskelma, jonka lähtökohtana ovat toisaalta asetettu myyntikatetavoite ja toisaalta tuotteen raaka-ainekustannukset. (Vuorenmaa & Peltola, 191.)



Kuvio 2. Hinnoitteluprosessi. (Heikkilä & Saranpää, 87.)

Tilaisuuksia voidaan hinnoitella myös ottamalla huomioon kaikki erityyppiset kustannukset, ei ainoastaan raaka-ainekustannukset. Raaka-ainekustannusten lisäksi voidaan tilaisuuden osalta laskea palkkakustannukset sekä muut kustannukset, kuten sähkö, vesi, kattaukset, siivouskustannukset ja niin edelleen. Kustannukset jaetaan usein muuttuviin kuluihin ja kiinteisiin kuluihin. Kiinteisiin kuluihin voidaan laskea myös henkilökunnan palkat vakinaisten työntekijöiden osalta. Ekstratyövoiman kustannukset voidaan laskea muuttuviin kuluihin kuuluvaksi. (Vuorenmaa & Peltola, 206.)

Arvonlisävero on välillinen kulutusvero, jonka avulla kerätään kulutukseen perustuvaa verotuloa valtiolle. Käytännössä arvonlisäveron lopullinen maksaja

on kuluttaja, koska hänellä ei ole arvonlisäveron vähennysoikeutta ostamistaan tuotteista ja palveluista. Myynnin tapahtuessa toiselle arvonlisäverovelvollisille yrityksille, arvonlisävero ei jää rasittamaan ostajaa yleisen vähennysoikeuden perusteella. Arvonlisäverollinen ostaja saa vähentää hankintoihinsa sisältyvän arvonlisäveron omasta toiminnastaan maksettavasta arvonlisäverosta. Näin ollen yrityksen taloutta rasittava todellinen kustannus on hankinnan veroton summa. (Selander & Valli, 70.)

Myyntikatehinnoittelussa tuotteen arvonlisäverottomien raaka-ainekustannusten päälle lisätään haluttu myyntikateprosentti seuraavalla kaavalla:

(raaka-ainekustannukset:  $(100 - \text{myyntikate}\%) \times 100 = \text{arvonlisäveroton myyntihinta}$

Lopuksi tuotteen hintaan lisätään arvonlisävero verokannan mukaisella kertoimella. (Heikkilä & Saranpää, 90.)

Kukkatorin kahvilalle tuottamissani annoskorteissa katteeseen on otettu huomioon raaka-ainekustannukset. Tuotteille on laskettu noin 75 prosentin kate, jonka tulisi kattaa myös työvoimakustannukset sekä muut kiinteät ja muuttuvat kulut. Tuotteen hinnoitteluun vaikuttaa myös yrityksen imago sekä sijainti. Näiden perusteiden pohjalta voidaan olettaa tuotteiden hinnan olevan korkeampi kuin kenties muilla toreilla, onhan kyseessä Helsingin kauppatori. Myös valmistettujen tuotteiden vähäinen saatavuus vaikuttaa tuotteiden hintaan. Oman kokemuksen mukaan kahvila- ja ravintolatuotteet myydään usein 60—80 % katteella.

## 10 Prosessin tuotos

Annoskorttia ja annoskortistoa käytetään toiminnan suunnitteluun ja kannattavuuden seurantaan. Annoskorttia varten tarvitaan aputoimintoja, joita ovat esimerkiksi katetuoton ja varaston kierron tai erilaisten hävikkien seuranta. Tarkkailua varten laaditaan jokaisesta myytävästä ruoka-annoksesta annoskortti, joka perustuu ruoka-annoksista tehtyyn vakioituun ohjeeseen. Annoskortin avulla voidaan suunnitella ostoja ja myyntiä, seurata katetuottoa, hävikkiä ja varastoon sidottua pääomaa, laatia ruokalistoja ja aterioita erikoisruokavalioiden noudattaville asiakkaille. Kaikki osatekijät tähtäävät taloudellisesti kannattavaan toimintaan. (Lehtinen ym. 2003, 82.)

Annoskorttiohjelman tai vakioitujen annoskorttien käytöstä hyödytään saamalla tasalaatuinen tuote, koska työntekijän on helppo edetä tuotteen valmistuksessa ohjeiden mukaisesti. Koko henkilökunta pystyy toteuttamaan annoksen ohjeistetulla annoskortilla. Sitoutunut henkilökunta, joka kykenee itsenäiseen työskentelyyn, ei tarvitse esimiehen jatkuvaa valvontaa. Myös asiakas hyötyy annoskortista saamalla tasalaatuisen tuotteen. Annoskortit toiminnan perustana on tarkka suunnittelu. Tarkoista tiedoista, niin osto-, varasto-, kuin katelaskelmista on hyvä aloittaa annoskortin valmistaminen. (Lehtinen ym. 2003, 82.)

Tuotteiden valmistamiseen valmistauduin hankkimalla raaka-aineet ideoitujen annosten perusteella. Halusin valmistaa helppoja ja maukkaita, mutta myös visuaalisesti tuoreita ja värikkäitä tuotteita pienellä erikoisella vivahteella. Valmistusprosessin aloitin esivalmistelemalla tuotteiden raaka-aineet. Jokaista tuotetta tehdessäni mittasin tuotteeseen laitettavat raaka-aineet, jotta tulevaisuudessa niiden lisääminen tai vähentäminen reseptiikkaan olisi helpompaa. Kirjaamalla tuotteiden raaka-aine määrät työstin samalla pohjaa annoskortteja varten.

## 11 Pohdinta

Opinnäytetyöprosessi oli minulle mieleinen toteuttaa, ja samalla se syvensi ammatillista tietoperustaani. Vaikka opinnäytetyön aihetta pohtiessani ja sen löytyessä rajaaminen sai toiminnallisen työn aiheen tuntumaan suppealta. Toisin kuitenkin kävi. Tuotekehitysprosessiin liittyy paljon muutakin kuin pelkkä tuotteen valmistaminen. Varsinkin tuotteen ominaisuuksiin tulisi kiinnittää huomiota pelkästään yrityksen toimipaikan toimivuuden kannalta. Myös keittiölaitteisiin tutustuminen on tärkeää tuotekehitysprosessille, jotta saataisiin aikaan mahdollisimman hyvälaatuinen lopputulos. Nykypäivän teknologiaa seurattaessa ja ammattilaisena huippulaitteita käytettäessä on ihanteellista päästä toteuttamaan tuotteiden valmistamista parhaalla mahdollisella tavalla. Monien tuotteiden toteutus jää huonolle tasolle, jos tuotteen raaka-aineita ei tunneta tai niitä ei osata valmistaa oikealla tavalla.

Trendejä seurattessani olen huomannut katukeittiöiden modernisoituvan yhä enemmän. Erilaisia katukeittiöautoja on tullut kaduille ja toreille myymään tuotteitaan. Vaikutteita Suomeen tulee maahanmuuton mukana joka puolelta maailmaa, mutta silti sanoisin suomalaisen katuruokakulttuurin olevan ”juuttunut” menneisyyteen. Vielä nykyäänkin saatavat tuotteet ovat suurelta osin einespohjaisia tuotteita, joiden viehätysvoima ei enää riitä houkuttelemaan uusia laatutietoisia asiakkaita.

Nuori sukupolvi on ottanut vaikutteista mallia ja alkanut työstää uusia tuotteita entisten klassikoiden ohelle. Tämän päivän villitys on terveellisyys, paikallisuus sekä eettisyys. Uskon parantavani tämän opinnäytetyön avulla Kukkatorin kahvilan tuotevalikoimaa ja asiakastyytyvää asiakastytyvää sekä samalla kilpailua Kukkatorin kahvilan läheisyydessä.

## Lähteet

- Elintarvikevirasto 2012, Elintarvikevirastonulkomyyntiohje.  
[http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/lomakkeet\\_ja\\_ohjeet/elintarvikkeet/uulkomyynt/ulkomyyntiohje\\_2012.pdf](http://www.evira.fi/files/attachments/fi/evira/lomakkeet_ja_ohjeet/elintarvikkeet/uulkomyynt/ulkomyyntiohje_2012.pdf)
- Heikkilä P., Saranpää T., 2008, Hotelli- ja ravintola-alan sisäinen laskentatoimi. Vantaa: Hansaprint Oy.
- Helsingin kaupunki. 2013. Kauppatori.  
[http://www.hel.fi/hki/Heltu/fi/Kauppatorin+kes\\_sunnuntai](http://www.hel.fi/hki/Heltu/fi/Kauppatorin+kes_sunnuntai)
- Kukkatorin kahvila Oy, Timo Kuusisto, 2013.  
Lehtinen M., Peltonen H., Talvinen P., 2003, Ruuanvalmistuksen käsikirja. Porvoo: WSOY.
- Määttä S., Nuutila J., Saranpää T., 2008, Juhlapalvelu suunnittele ja toteuta. Helsinki: WSOY.
- Nieminen M., Nevala M., 2011, Toritutkimus: Laukontori 2011. Tampereen ammattikorkeakoulu: Opinnäytetyö.
- Raatikainen L., 2008, Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki: Edita.
- Selander K., Valli V., 2007, Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemusalalla. Porvoo: WSOY.
- Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestö, 2009, Toimiva tori -opas.  
<http://www.markkina.net/toimivatori/ToriABC2009.pdf>
- Tuorila H., Parkkinen K. & Tolonen K., 2008, Aistit ammattikäyttöön. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003, Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Tammi.
- Vuorenmaa S., Peltola M., 2009, Annos & asiakas, ravitsemisalan matematiikkaa ja ammatilaskentaa. Helsinki: WSOYpro OY.



## Arviointilomake

Hyvä arvioija!

Aistinvarainen laadunarviointi kuuluu olennaisesti ruokien ja juomien kehittämiseen ja on yksi tuotekehityksen tärkeimmistä työkaluista. Tuotekehitys on myös tuoteparannusta, jolla voidaan parantaa tuotteen valmistettavuutta vaihtamalla esimerkiksi raaka-ainetta, jolla saataisiin tuotteeseen parempi rakenteellinen tai valmistettavuudeltaan parempi ominaisuus. Aistinvaraisella arvioinnilla halutaan selvittää kohderyhmien mielipiteitä kehitettävästä tuotteesta, sekä ennen että jälkeen koetuotteiden valmistamisen.

Mielipiteesi on tärkeä opinnäytetyöprosessini tuotekehitykselle. Arvioithan maltillisesti tuotetta ja vastaathan huolellisesti kysymyksiin.



## Kukkatorin Kahvila Oy:n omavalvontasuunnitelma

### 1. Perustiedot myyntipaikasta vastaavasta yrityksestä

|                |                       |
|----------------|-----------------------|
| Yrityksen nimi | Kukkatorin Kahvila Oy |
| Vastuuhenkilö  | Timo Kuusisto         |
| Osoite         | (poistettu)           |
| Puhelinnumero  | (poistettu)           |

**Myyntipisteen työntekijät perehdytetään omavalvontasuunnitelmaan joka on laadittu torikahviosta!**

### 2. Puhtaanapito

- Puhtaana pidettävä alue käsittää vuokrasopimuksessa osoitetun kahvilan vuokra-alueen ja sen välittömän läheisyyden Helsingin Kauppatorilla. Tarvikkeiden ja kalusteiden kuljetukseen tarkoitettu auto tulee myös pitää puhtaana ja siivota tarvittaessa.
- Myyntitasot, pöydät, myyntivetriini, tuolit ja muut kalusteet käsitellään desinfiointiaineella vähintään päivittäin. Tarpeellisilta osin kalusteita puhdistetaan ja desinfioidaan useammin. Puhdistustyö tehdään suihkupullodesinfiointiaineella, puhdistusliinalla, puhdistuslastalla. Mikroaaltouuni sekä kahvin ja teen valmistukseen käytettävät koneet ja laitteet puhdistetaan päivittäin.
- Puhtaanapitoa suoritetaan päivittäin, tarpeen mukaan useammin.
- Vastuuhenkilönä toimii Timo Kuusisto.

### 3. Jätteiden käsittely

- Toiminnasta syntyy sekajätettä. Paperia, muovia, pahvia. Päivittäin jätteeksi jää myös elintarvikkeita. Kaikki jätteet kerätään kahvilan jäteastioihin (4 kpl).
- Jätteille on järjestetty torilla oma jätteenkeräys- ja lajittelukeskus. Kaikki päivittäin syntyvät jätteet toimitetaan kerran päivässä tai tarpeen mukaan useammin jätteidenkeräyspisteelle, joka sijaitsee kauppatorin keskustassa.

#### 4. Työntekijöiden perehdyttäminen elintarvikehygieniaan

- Käsien pesuun kiinnitetään jatkuvasti huomiota, kädet pestään nestesaippualla ja ne kuivataan kertakäyttöpaperipyyhkeisiin. Käytössä on myös antiseptistä puhdistusainetta.
  
- Kädet pestään aina:
  - ennen työn aloittamista
  - taukojen ja aterioinnin jälkeen
  - WC:ssä käynnin jälkeen
  - niistämisen ja tupakoinnin jälkeen
  
- Elintarviketuotteisiin, leivonnaisiin ei saa koskea paljain käsin. Kaikessa tuotteiden käsittelyssä käytetään muovisia asiaan tarkoitettuja kertakäyttökäsineitä. Käsineet löytyvät säilytystilasta ja ovat henkilökohtaiset ja kertakäyttöiset.
- Työntekijän vaatteiden ja jalkineiden on oltava siistejä ja puhtaita sekä asianmukaiset, paidoissa on oltava lyhyet hihat eli ei hihattomia paitoja, asianmukaista päähinettä tulee käyttää.
- Myyntipaikka pidetään siistinä ja hyvässä järjestyksessä
- Myyntipöydät ym. pinnat pidetään puhtaina pyyhkimällä ne tarvittaessa puhtaalla vedellä (suihkepullo).
- Tyhjät pakkaukset pinotaan omaan kasaansa myytävistä tuotteista erilleen. Käytettyjä kertakäyttöpakkauksia ei käytetä uudestaan. Käytetyt muovilaatikot palautetaan päivittäin leipomoon pestäviksi.
- Sairaana ei olla töissä

#### 5. Tuotteiden säilytys

- Päivittäistuotteiden myynnin kierto järjestetään niin nopeaksi, että tuotteet eivät ehdi pilaantua, vaikka myyntipaikan lämpötila on sama kuin ympäristössä
- Jos muita tuotteita ei ole tarkoitus myydä kuluvan päivän aikana, säilytetään ne yrittäjän jäädyttämössä.

## 6. Pakkausmerkinnät ja tiedot myyntipaikan haltijasta

- Pakkauksissa ja/tai myyntipaikalla ilmoitetaan
  - Leipomon nimi
- Myyntipaikalla on selvästi havaittavassa paikassa tiedot
  - myyntipisteen haltija – Kukkatorin Kahvila Oy
  - postiosoite – (poistettu)
- Varmistetaan, että myyjät tietävät kenen ja mistä tulleita tuotteita he myyvät sekä kenen palveluksessa he ovat.

## 7. Tuotteiden jäljitettävyys

- Ostettujen elintarvikkeiden ostoasiakirjoista on ilmentävä
  - myyjä ja tämän yhteystiedot
  - tuotetiedot
  - ostettu määrä
  - osto- ja toimituspäivämäärä
  - ostoasiakirjoja säilytetään yrittäjän hallussa.
- Päivittäistavaratuotteiden eli leivonnaisten toimittajalla Leipätupa Oy:llä on omat omavalvontasuunnitelmat sekä toiminnan seurannan järjestelmät ja tarkastukset.
- Toimintaa ja tuotteita koskevat asiakaspalautteet käsitellään työntekijöiden kesken sekä informoidaan eteenpäin tuotteiden toimittajalle Leipätupa Oy:lle.

| <b>Annoskortti: Kasvis-croissant</b>   |          |  |  |                               |
|--|----------|--|--|-------------------------------|
| <b>Raaka-aineet (kg/kpl)</b>   |          |  |  | <b>Ostohinta veroton</b>      |
| <b>Croissant</b>   | 1 kpl    |  |  | 0,688                         |
| Juustomassaa   | 0,02 kg  |  |  | 0,172                         |
| Tomaatti   | 0,002 kg |  |  | 0,172                         |
| Herneverso   | 0,003 kg |  |  | 0,0688                        |
| Viinisuolaheinä  | 0,005 kg |  |  | 0,0688                        |
| <b>Tuotteen raaka-aineiden kustannukset yhteensä:</b>                                  |          |  |  | <b>1,1696 €</b>               |
| <b>Valmistusohje:</b>  |          |  |  | <b>Myyntihinta (75% kate)</b> |
| Leikkaa croissant auki. Lisää juustomassaa ja muut täytteet kivan ohjeiden mukaisesti. |          |  |  | <b>5,33 €</b>                 |
|  |          |  |  | Sisältää alv 14%              |



Halkaise croissant. Levitä täyte pohjalle. Lisää salaatti, tomaatti ja herneenverso.

| <b>Annoskortti: Savusiika-croissant</b>   |          |  |  | <b>Ostohinta veroton</b>      |
|---|----------|--|--|-------------------------------|
| <b>Raaka-aineet (kg/kpl)</b>  |          |  |  |                               |
| Tomatti   | 0,002 kg |  |  | 0,172                         |
| Croissant   | 1 kpl    |  |  | 0,69                          |
| Savusiika   | 0,03 kg  |  |  | 0,40                          |
| Punajuuri   | 0,11 kg  |  |  | 0,03                          |
| Herneverso  | 0,003 kg |  |  | 0,07                          |
| Rucola  | 0,005 kg |  |  | 0,04                          |
| Herneverso  | 0,002 kg |  |  | 0,07                          |
| <b>Tuotteen raaka-aineiden kustannukset yhteensä:</b>   |          |  |  | <b>1,47 €</b>                 |
| <b>Valmistusohje:</b>   |          |  |  | <b>Myyntihinta (75% kate)</b> |
| seksain. Lisää täyte croissantin. Lisää tomaatti, rucola, ja loput juustomassasta, johon sekoitettu punajuuri. Koristele herneversolla. |          |  |  | <b>6,71 €</b>                 |
|   |          |  |  | <b>Sääntö alv 14%</b>         |





Halkaise croissant. Levitä juustomassasta ja siasta tehty täyte pohjalle. Lisää tomaatti, salaatti, punajuurijuustomassa ja herneenverso.

| <b>Annoskerfi: Chorizo hot dog</b>   |          | <b>Ostohinta veroton</b>   |
|--|----------|--|
| <b>Raaka-aineet (kg/kpl)</b>   |          |  |
| Sämpylä  | 1 kpl    | 0,2236   |
| Juustomassaa   | 0,02 kg  | 0,172  |
| Sinappi  | 0,002 kg | 0,05762  |
| Chorizo-rakki  | 1 kpl    | 0,516  |
| Vierislohena   | 0,005 kg | 0,0688   |
| <b>Tuotteen raaka-ainoiden kustannukset yhteensä:</b>  |          | <b>1,03802 €</b>   |
| <b>Valmistusohje:</b><br>Hakase sämpylä kuumena sämpylä ja rakki. Lisää juustomassaa, vierislohentana, rakki ja sinappi. |          | <b>Myyntihinta (75% kate)</b><br><b>4,73 €</b><br>Sisältää alv 14% |



Lämmitä nakki kuumaksi. Lämmitä sämpylä. Kasaa hot dog kuvan mukaisesti. Levitä pohjalle sinappi. Lisää salaatti, nakki ja juustomassa.

| <b>Annoskortti: Salami-bagel</b>  |          | <b>Ostohinta veroton</b>      |
|---|----------|-------------------------------|
| <b>Raaka-aineet (kg/kpl)</b>  |          |                               |
| Vesirinkeli   | 1 kpl    | 0,258                         |
| Juustomassaa  | 0,02 kg  | 0,172                         |
| Rucola  | 0,005 kg | 0,043                         |
| Salamisiivu   | 3 kpl    | 0,3354                        |
| Viinisuolaheinä   | 0,005 kg | 0,0688                        |
| <b>Tuotteen raaka-aineiden kustannukset yhteensä:</b>                                   |          | <b>0,8772 €</b>               |
| <b>Valmistusohje:</b>   |          | <b>Myyntihinta (75% kate)</b> |
| Halkaise bagel. Lisää järjestyksessä leivite, rucola, salami, viinisuolaheinä ja kansi. |          | <b>4,00 €</b>                 |
|   |          | Sisältää alv 14%              |



Halkeise bagel. Lisää juustomassa pohjalle. Lisää salaatti, salami, viinisuolanheinä ja kansi.