



Kuva 1. Luonnon aineksia



# Tiivistelmä

**Avainsanat: palvelumuotoilu, mobiilikeittiö, catering-yritys**

Opinnäytetyön tavoitteena oli suunnitella liikkuva keittiökonsepti, jonka avulla catering-yritys voi joustavasti kuljettaa palvelua uusiin ympäristöihin. Suomen metsät ja luonto toimivat työn inspiraationa ja mahdollisena toimintaympäristönä. Yrittäjäys ja yrityksen toiminnan kehittäminen olivat motivaationa aiheen valintaan. Ajatus luontoelämyksen ympärille rakennetusta ruokakonseptista kehittyi opinnäytetyöprosessin myötä palvelumuotoilun menetelmien avulla.

Konseptin suunnittelu pohjautui rajoittavien taustatietojen, kuten elintarvikelainsäädännön kartoittamiseen. Lisäksi tietoa kerättiin paloturvallisuudesta ja liikkuvan keittiön pohjana toimivasta perävaunusta, sen mitoituksesta ja kantavuudesta.

Tutkimusta tehtiin esikuva-analyysin avulla. Prosessissa tutustuttiin vastaaviin konsepteihin ympäri maailmaa. Päiväkirjatutkimuksen pohjalta syntyi keittiön tilasuunnitelma. Työssä pyrittiin syvälliseen asiakasymmärrykseen. Käyttäjätietoa kerättiin haastatteluiden avulla. Konseptin toimivuutta arvioitiin BMC- ja VPC-arviointitaulukoiden kanssa.

Konseptin prototypointi toteutettiin työpajassa. Asiakkaat arvioivat alustavaa konseptia ja tuottivat kehitysideoita. Työpajan havaintojen perusteella luotiin asiakasprofiilit konseptin loppukäyttäjistä. Näiden tietojen pohjalta suunniteltiin lopullinen konsepti.

Opinnäytetyön tuloksena syntyi mobiilikeittiökonsepti catering-yritys idaida Oy:n käyttöön.

Konseptiin kuuluu perävaunuun rakennetun keittiön lisäksi taitettavat ja perävaunussa kuljetettavat tuolit ja pöytä, sekä kurssitoimintaa lisäpalveluna.



Kuva 2. Karviaisia



# Abstract

**Keywords: service design, mobile kitchen, catering business**

Inspired by Finnish nature, the goal of this thesis was to design a mobile kitchen concept for a catering business. Having a mobile kitchen concept would bring food services to venues, where catering hasn't been possible before. The concept was built around bringing customers into nature to enjoy a unique dining experience. Developing the existing catering business through service design was the motivation behind this project.

Background information was collected to understand all limiting factors in this project like the related legislation, fire safety and sizing issues. Choosing the base for this design to be a trailer also presented weight limits for the design.

In the research part of this thesis the focus was on building an understanding of the customers. Benchmarking was done to find similar concepts from around the

world to use as inspiration. To better grasp the entrepreneur's needs for the kitchen, a diary study was conducted that logged their work habits. This was used as a base for the kitchen's floor plan. The concept in general was also assessed through BMC and VPC canvases.

Prototyping for this thesis was conducted with a workshop, where customers were presented a preliminary concept to evaluate. Customer profiles, which were used to develop the final concept were based on the information gathered in this workshop.

The final concept in this thesis is a mobile catering kitchen, which has the ability to operate in nature. Included in the concept are foldable and easily transported table and chairs, as well as educational and experience-based courses

that provide extra value to the customer.



Kuva 3. Keräiltyjä aineksia



# Sisällys

## 1. Johdanto

- 1.1 Aihe
- 1.2 Tavoitteet

## 2. Tietoperusta

- 2.1 Elintarvikelainsäädäntö
  - 2.1.1 Hygienia
  - 2.1.2 Elintarvikehuoneisto
  - 2.1.3 Omavalvonta
- 2.2. Paloturvallisuus
- 2.3 Perävaunu
  - 2.3.1 Kalusteiden vertailu
  - 2.3.2 Kalusteiden valinta

## 3. Tutkimus

- 3.1 Esikuva-analyysi
- 3.2 Haastattelut
- 3.3 Käyttäjäprofiilit
- 3.4. Päiväkirjatutkimus
- 3.5. VPC - arvolupaustaulukko
- 3.6 BMC - liiketoimintamallin arviointitaulukko

## 4. Toimeksianto

- 4.1 Toimeksiannon kehitys
- 4.2 Brändi

## 5. Ideointi

- 5.1 Ulkoiset osat
- 5.2 Tilasuunnitelma

## 6. Prototypointi

- 5 6.1 Alustava konsepti 47
- 6 6.2 Työpaja 49
  - 6.2.1 Työpajan analysointi 51
  - 6.2.2 Lisäpalvelut konseptiin 54

8

## 7. Lopputulos

- 10 7.1 Prosessi 55
- 11 7.2 Tuotteen esittely 64
- 14 7.3 Jatkokehitys 71

16

## 8. Yhteenveto

- 18 8.1 Aiheen käsittely 72
- 20 8.2 Tavoitteiden toteutus 73

21

## Lähteet

25

30

32

34

36

40

42

43

45



# 1. Johdanto

## 1.1 Aihe

Valitsin opinnäytetyön aiheeksi oman yritykseni kehittämisen, jotta varmistaisin itselleni tulevaisuudessakin unelmieni työpaikan. Yrittäjyys oli luonnollinen urapolku minulle, sillä se varmistaa tietyn itsemääräämisoikeuden. Perheessäni on useita yrittäjiä, joten olen nähnyt erilaisia tyylejä toimia yrittäjänä. Yritykseni on toiminut nyt lähes kaksi vuotta ja työssä huomaa, miten paljon asiakkaat ovat etääntyneet luonnosta, ja kuinka heille voi luoda unohtumattoman kokemuksen tuomalla luonnosta kerättyjä aineksia heidän ruokapöytänsä. Esitellessä yritystäni, juuri tuo keräilyaspekti on ollut kuulijoille kiinnostavin, joten sitä haluan myös painottaa tulevaisuudessa. Minulle yksinkertaisella toimella voin luoda ainutkertaisia kokemuksia asiakkaileni.

Näistä syistä suunnittelin mobiilikeittiön, jota



Kuva 4. Kesäkukkia

catering-yritykseni voi käyttää esimerkiksi keskellä metsää.

Luonnon hyödyntäminen laadukkaan ruokailuelämyksen ympäristönä tuo lisäarvoa catering-palveluun tuomalla asiakkaat lähelle luontoa ruokailun ajaksi. Uskon, että vahvempi yhteys luontoon auttaa meitä myös olemaan myötätuntoisempia luontoa kohtaan ja sitä kautta nostaa haluamme suojella Suomen kauniita metsiä.



## 1.2 Tavoitteet

Tavoitteena opinnäytetyössä oli tuoda pala metsää jokaisen asiakkaan luokse, ja luoda heille unohtumaton makuelämys. Työni myötä voidaan lisäksi opettaa asiakkaille lisää siitä, mitä voi luonnosta ilmaiseksi saada ja tätä kautta saada heidät arvostamaan itse tekemistä ja sesonkien aineksia. Hyvinvointivaltiossa olemme tottuneet saamaan lukuisia eksoottisiakin aineksia vuoden ympäri, ja olemme pettyneitä, jos kaupassa ei ole saatavilla tiettyjä aineksia. Työn tavoitteena on vakuuttaa asiakkaat siitä, että sesonkeja seuraamalla saat herkullisen ja ekologisen aterian, jonka laatu ei laske ilman ulkomaalaisia aineksia. Monelle erikoisuudelle löytyy kotimainen vastike helposti ja usein vielä luonnosta keräämällä ilmaiseksi.



Kuva 5. Raakoja marjoja



Opinnäytetyöni tavoitteena on lisäksi laajentaa asiakaskuntaani tuomalla catering-palvelu aikaisemmin kaukaisiin kohteisiin, joissa ei aikaisemmin ole voinut niitä hyödyntää.

Opinnäytetyöni tuloksena syntyvän konseptin liikkuvuuden tavoitteena on mahdollistaa erilaisten paikkasidonnaisten tapahtumien catering-tarjoilu, sekä varmistaa, että minulla on aina tarvittavat valmiudet ja tila valmistaa, kuljettaa ja säilyttää laadukasta ruokaa.

Asiakkaiden arvio catering-kokin tilantarpeesta ja tehokkaasta keittiölaitteistosta vaihtelee laajasti asiakkaasta riippuen. Tästä johtuvien väärinkäsitysten välttämiseksi on turvallisempaa ja tasalaatuisempaa valmistaa omassa tilassa tarjoiltava ruoka. Toisaalta tilan vuokraus on usein ravintola-alan suurin kulu, mutta myös lain mukaan tarpeellinen askel liiketoiminnan kasvaessa.

Mobiilikeittiö mahdollistaa hygieenisen ja riittävän tilan catering -palvelun kasvattamiselle ilman jatkuvia vuokratuloja. Opinnäytetyön tuloksena syntyvällä Forage-konseptilla voin palvella laajempaa asiakaskuntaa, luoden heille unohtumattoman luonto- ja ruokailukokemuksen.

Elämispohjaisen ja kotimaan matkailun lisääntyessä suomalaiset ovat yhä kiinnostuneempia tutustumaan kotimaisen luonnon erikoisuuksiin. Pandemia-ajan rajoitukset ovat aiheuttaneet yhä useamman henkilön siirtymisen luontoon etsimään rauhaa ja inspiraatiota. Konseptini vastaa tähän trendiin, tuomalla luksusta metsän keskelle, yhdistäen ne uudella tavalla asiakkaita koskettavaan kokemukseen.



Kuva 6. Päivänkakkarat



# 2. Tietoperusta

## 2.1 Elintarvikelainsäädäntö

Elintarvikelainsäädäntö on iso rajoittava tekijä elintarviketoimintaa suunnitellessa. Lainsäädäntö koskee kaikkea elintarviketoimintaa, joka ei tule yksityistalouden omaan käyttöön. Elintarvikelain mukaan tietyt kriteerit täyttävä toiminta on rekisteröitävä elintarvikeviranomaisen järjestelmään, jos se ei ole vähäistä tai vähäisen riskin tai muun poissulkevan ominaisuuden täyttävää. Elintarvikeyrityksen käyttöön tulevan liikkuvan keittiötilan katsotaan kuuluvan lain mukaan rekisteröinnin piiriin. Rekisteröity elintarviketoiminta vaatii lisäksi hyväksytyn elintarvikehuoneiston toiminallisuuden, josta kerrotaan tarkemmin kappaleessa Elintarvikehuoneisto. Opinnäytetyössä oli tarkoituksena varmistaa tilan toimivuuden lisäksi tilan turvallisuus ja hyvä hygienia. (Elintarvikelaki 297/2021 2 §.)

Elintarvikealan yrittäjän vastuulla on pitää huolta elintarvikkeiden turvallisuudesta. Valmistettujen ja myytyjen elintarvikkeiden laatu ja koostumus on määritelty lainsäädännössä, ja elintarvikealan toimijan tehtävä on varmistaa, että omat tuotteet noudattavat säädöksiä. Elintarvikkeista jaettavan tiedon on oltava totta, sekä riittävää. Elintarvikealan yrittäjä ei saa jaetulla tiedolla johtaa kuluttajaa harhaan. (Ruokavirasto a.)

Elintarvikelaissa määritellään turvallinen elintarvike sellaiseksi, joka ei aiheuta vaaraa ihmisen terveydelle. Elintarvikkeen turvallisuutta määriteltessä on otettava huomioon tuotteen kemialliset, fysikaaliset, mikrobiologiset ja terveydelliset ominaisuudet. Näiden tekijöiden kautta arvioidaan elintarvikkeen soveltuvuus ihmisravinnoksi. Elintarvikkeiden valmistuksessa ja jatkojalostuksessa on toimittava niin, ettei elintarvikkeen

turvallisuus vaarannu. (Elintarvikelaki 297/2021 6 §.)

Ruokavirasto on vastuussa valtakunnallisen elintarviketoiminnan valvonnan suunnittelusta, ohjauksesta, toteutuksesta ja kehittämisestä. Ruokavirasto ohjaa aluehallintovirastojen toimintaa. (Elintarvikelaki 297/2021 24 §.)

### Elintarvikelaki

Eduskunnan päätöksen mukaisesti säädetään:

#### 1 luku Yleiset säännökset

##### 1 § Lain tarkoitus

Tämän lain tarkoituksena on:

1) suojella kuluttajan terveyttä ja taloudellisia etuja varmistamalla elintarvikkeiden ja elintarvikekontaktimateriaalien turvallisuus, elintarvikkeiden hyvä terveydellinen ja muu elintarvikesäännösten mukainen laatu ja elintarvikkeista ja elintarvikekontaktimateriaaleista annettavien tietojen riittävyys ja oikeellisuus;

2) edistää lain soveltamisalan osalta elintarvikealan ja kontaktimateriaalialan toimijoiden toimintaedellytyksiä.

Elintarvikesäännösten velvoitteita toimeenpantaessa ja niiden noudattamista valvottaessa on otettava huomioon elintarvike- ja kontaktimateriaalitoiminnan luonne ja laajuus sekä toimintaan liittyvät muut elintarviketurvallisuuteen ja kuluttajansuojaan vaikuttavat seikat, jollei laissa toisin säädetä.

Kuva 7. Elintarvikelain tarkoitus. (Finlex 2022.)



### 2.1.1 Hygienia

Elintarvikehygienialla tarkoitetaan välttämättömiä toimenpiteitä, joiden avulla pyritään varmistamaan elintarvikkeiden turvallisuus, terveellisyys ja puhtaus. Elintarvikehygieniaa ylläpitämällä pyritään estämään haitallisten elintarvikkeiden joutumista kuluttajalle, sekä kuluttajille sopimattoman ruoan tarjoamisesta johtuvaa taloudellista menetystä. (Ruokavirasto d.)

Kuluttajan kohtaamia riskejä voi olla esimerkiksi ruokamyrkytys, joka voidaan useimmiten välttää noudattamalla hyvää hygieniaa. Elintarvikehygienia suojaa elintarvikkeita pilaantumasta ennen aikaisesti, sekä täten vähentää elintarvikealan toimijan taloudellista riskiä, sekä ruoan valmistamisesta syntyneitä hävikkiä. (Ruokavirasto d.)

Vähintään kolme kuukautta pakkaamattomien ja helposti pilaantuvien elintarvikkeiden kanssa elintarvikehuoneistossa työskennelleeltä toimijalta edellytetään hygieniapassia. Rekisteröidyssä elintarvikehuoneistossa työskentelevältä vaaditaan aina hygieniapassi. Hygieniapassin elintarvikealan toimija saa suorittamalla Ruokaviraston mallin mukaisen hygieniapassitestin, jonka pitää hygieniapassitestaaja. Testissä toimija osoittaa tietonsa elintarvikehygieniasta, sekä sitä ylläpitävästä toiminnasta. Hygieniapassi on siis tarpeellinen opinnäytetyön tuloksena syntyvän liikkuvan catering-keittiön toiminnasta vastaavalle henkilölle. (Elintarvikelaki 297/2021 19 §.)



Kuva 8. Ruokaviraston käsienpesuohje (Ruokavirasto 2022.)

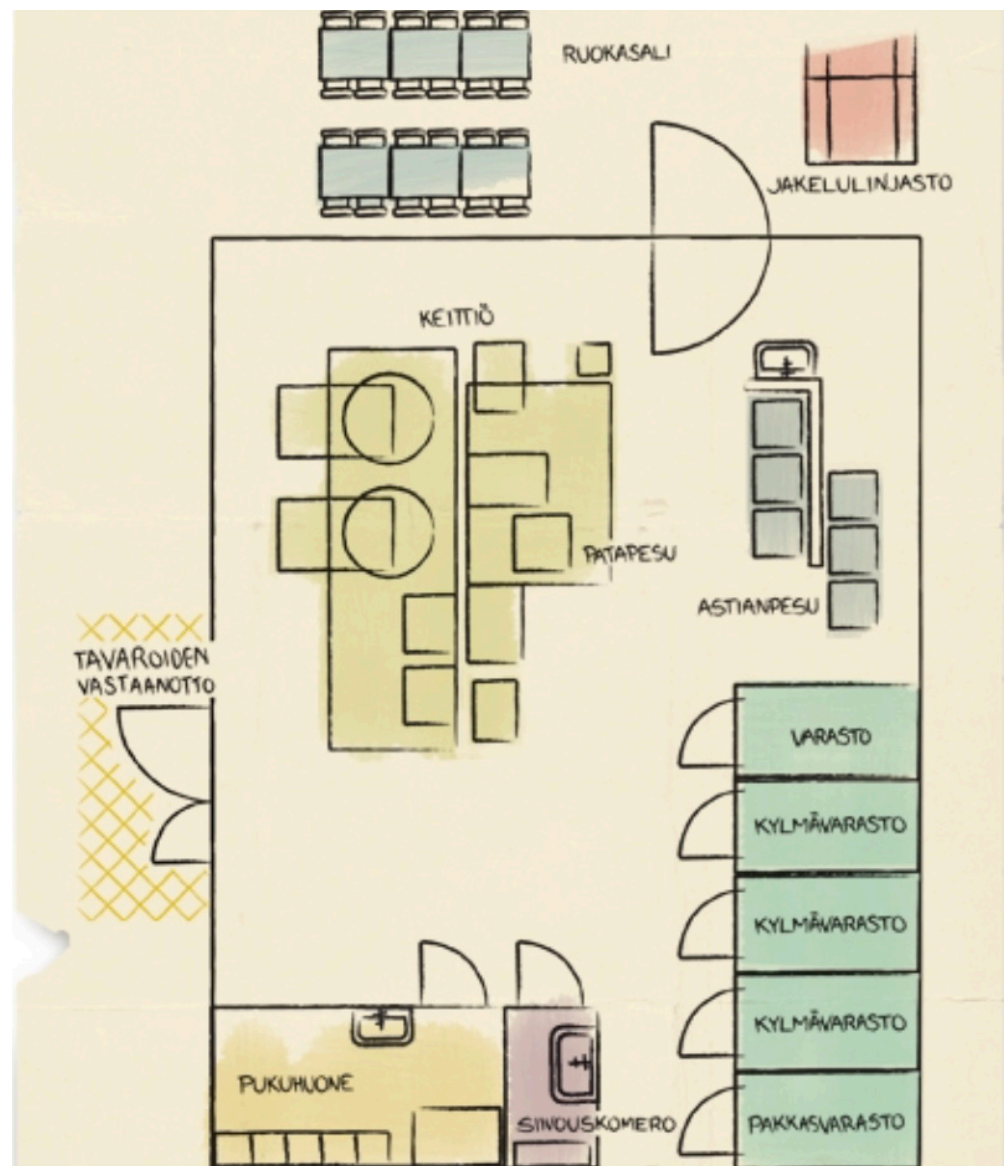


## 2.1.2 Elintarvikehuoneisto

Elintarvikehuoneisto on vaatimus kaikille rekisteröidyille elintarvikealan toimijoille, turvallisen ja lainmukaisen toiminnan varmistamiseksi. Elintarvikealan yrityksen on haettava toimivaltaiselta viranomaiselta elintarvikehuoneiston hyväksyntä ennen toiminnan aloittamista ja ennen toiminnan muuttamista. Lisäksi elintarvikehuoneiston toiminnan keskeytyessä tai päättyessä on ilmoitettava viranomaisille. (Elintarvikelaki 297/2021 11 §.)

Elintarvikehuoneiston säädökset eivät koske toimintaa, joka voidaan luokitella alhaisen riskin toiminnaksi, kuten aikaisempi idaida Oy:n pienimuotoinen catering-toiminta. Laissa määritellään erikseen liikkuva elintarvikehuoneisto, jonka hyväksyy toimijan kotipaikkakunta. Liikkuvan elintarvikehuoneiston operoijan on ilmoitettava toiminnastaan

kaikille kunnille, joiden alueella toimintaa harjoitetaan. Opinnäytetyön tuloksena syntyvä mobiili catering-keittiö määritellään lain mukaan liikkuvaksi elintarvikehuoneistoksi. (Elintarvikelaki 297/2021 11 §.)



Kuva 9. Elintarvikehuoneiston pohjapiirros (Ruokatieto 2022.)



## 2.1.3 Omavalvonta

Elintarvikealan toimijalla on oltava omavalvontasuunnitelma, jonka avulla valvotaan elintarvikkeiden turvallisuuden ylläpitämistä ja turvallista käsittelyä. (Elintarvikelaki 297/2021 15 §.)

Omavalvontasuunnitelma on elintarvikealan toimijan luoma järjestelmä, jolla toimija varmistaa elintarvikkeiden lainmukaisuuden ja turvallisuuden.

Omavalvontasuunnitelman tarkoituksena on auttaa toimijaa tunnistamaan ja hallitsemaan työskentelyyn liittyvät riskit ja vaaratekijät. (Ruokavirasto d.) Forage -konsepti vaatii omavalvontasuunnitelman takaamaan turvallisen työskentelyn ja mahdollisten riskien minimoinnin.

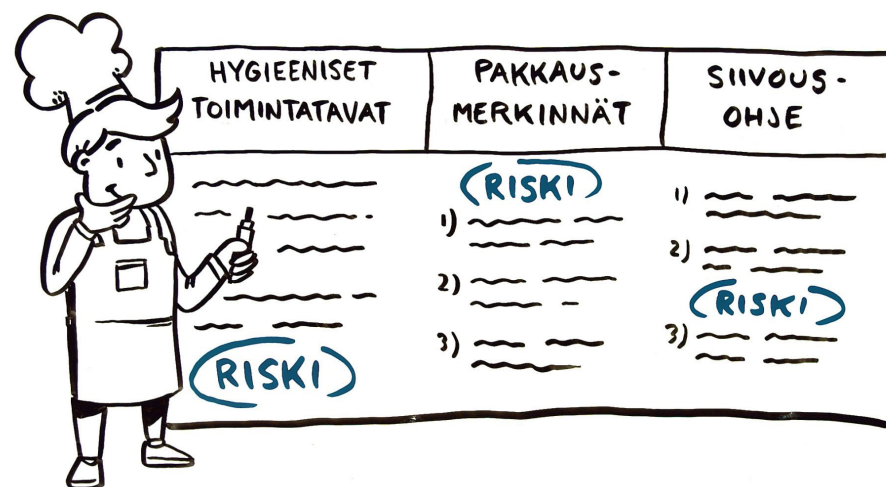
Elintarvikealan toimijan vastuulla on huolehtia riittävän ja oikean tiedon hankinnasta ja ylläpidosta koskien kaikkia tuottamia, jalostamia tai jakelemiaan tuotteita.

(Ruokavirasto c.) Elintarvikkeiden riski- ja vaaratekijöitä on nykyään suhteellisen vähän, mutta elintarvikkeiden väärällä käsittelyllä, tai niiden huonolla laadulla voi edelleen olla haitallisia terveysvaikutuksia. (Ruokavirasto d.)

Ruokaan liittyviä riskitekijöitä ovat Ruokaviraston mukaan esimerkiksi ruoassa tai juomavedessä olevat haitalliset mikrobit, ruoassa luonnollisesti esiintyvät haitalliset aineet, sekä ruoasta löytyvät ympäristösaasteet tai kemialliset aineet. Haitalliset mikrobit ruoassa voivat aiheuttaa kuluttajalle ruokamyrkytyksen, tai tartuntataudin. Lisäksi ruoalla voi olla huono koostumus, esimerkiksi liikaa kovaa eläinperäistä rasvaa, mikä voi aiheuttaa ajan myötä vakavia terveyden haittoja, kuten suurentuneen riskin sydän- ja verisuonitauteihin. Lopuksi on syytä huomioida myös sopiva

määrä ruokaa terveellisen painon ylläpitämiseen. Liian vähäisen ruoan riski on aliravitsemus, kun taas liiallisen ruoan saanti voi johtaa ylipainoon. (Ruokavirasto d.)

## SUUNNITTELE OMAVALVONTA



Kuva 10. Omavalvonnan rakenne (Tussitaikurit.)



Tärkeintä riskeissä on tietoisuus, kuluttaja voi haluta ottaa tietoisin riskin, mutta jos kuluttajalla ei ole tarpeeksi tietoa ruoan koostumuksesta ja laadusta, joutuu hän ottamaan tuntemattoman riskin. Elintarvikealan toimijan on oltava avoin ruokaan liittyvistä riskeistä erityisesti erityisriskiryhmiin kuuluvien kuluttajien takia, joille ruoan riskit voivat aiheuttaa vakavan reaktion. (Ruokavirasto d.) Elintarvikealan toimijaa sitoo myös ilmoitusvelvollisuus, jonka mukaan omavalvonnassa ilmi tulleesta riskistä kuluttajille on ilmoitettava välittömästi viranomaisille. (Elintarvikelaki 297/2021 17 §.)

Omavalvontasuunnitelma sisältää tukijärjestelmän, joihin kuuluu esimerkiksi elintarvikehuoneiston puhtaanapito-ohjeistus. Tukijärjestelmän sisältö vaihtelee toimijan mukaan ja se voi sisältää lisäksi esimerkiksi jätteiden käsittelyyn ja

haittaeläintentorjuntaan liittyvät ohjeistukset. Tukijärjestelmän lisäksi omavalvontasuunnitelma ottaa huomioon muut työhön liittyvät riskit, sekä suunnitelman niiden välttämistä. Omavalvontasuunnitelmaan kuuluu säilyvyysaika ja sen määrittäminen. Pääasiassa asetukset säilytysajan määrittämisestä koskee elintarvikkeiden valmistajia, ja pienimuotoisessa toiminnassa voidaan noudattaa yleisiä säilyvyysaikoja. Riskiryhmiin kuuluvien ruoka-aineiden säilyvyyden määrittämiseen voidaan käyttää säilyvyystutkimuksia, joissa tutkitaan ruoka-aineen mikrobiologiaa. Nämä riskit eivät kuitenkaan kuulu Forage -konseptin toimintaan. (Ruokavirasto c.)

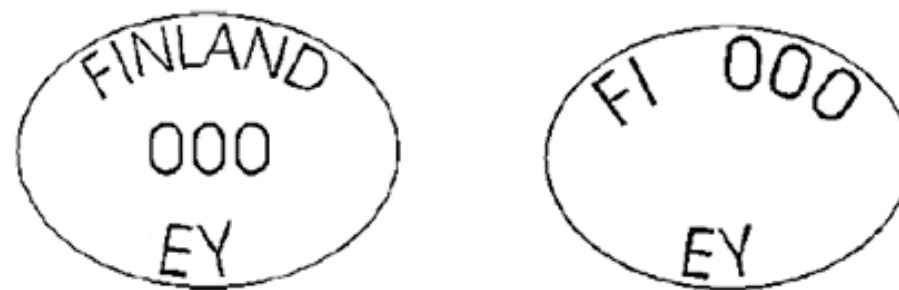


Kuva 11. Ruoan riskejä (Ruokatieto 2022.)

Jäljitettävyys sisältyy myös hyvään omavalvontasuunnitelmaan. Jäljitettävyuden tarkoituksena on osata osoittaa mistä kyseinen tuote tai raaka-aine on hankittu ja mihin se on toimitettu. Tämän tiedon perusteella on helpompi toimia riskitilanteissa, joissa kuluttajille on esimerkiksi aiheutunut vahinkoa kyseisestä tuotteesta tai raaka-aineesta. Sisäisellä jäljitettävyydellä tarkoitetaan toimijan tietoa siitä, mitä tulevia eriä toimitetut erät sisältävät. (Ruokavirasto b.)

Omavalvontasuunnitelman riittävyyden arvioi elintarvikehuoneistoa valvova viranomainen. Valvojan tehtävänä on arvioida omavalvontasuunnitelman toteutusta, sekä verrata sitä voimassa oleviin elintarvikelainsäädännön vaatimuksiin. Valvojat voivat myös neuvoa lainsäädännön sovellukseen liittyvissä kysymyksissä, ilman tarkkoja

yksityiskohtia. Ennen opinnäytetyön tuloksena syntyneen konseptin toiminnan aloittamista tulisi omavalvontasuunnitelma toimittaa viranomaisten hyväksyttäväksi. (Elintarvikelaki 297/2021 11 §.)



Kuva 12. Jäljitettävyysleimat (Ruokavirasto.)



## OMAVALVONTA KÄYTÄNNÖSSÄ

**Omavalvonta on käytännössä palveluntuottajan omatoimista laadun varmistamista**

- seurantaa ja riskien arviointia
- poikkeamiin reagointia
- toimintaohjeita, tiedottamista
- kehittämistä

**Suhde laadunhallintajärjestelmiin: omavalvonta**

**voi olla osa laajempaa laadunhallintajärjestelmää, mutta myös itsenäinen laadun varmistamiseksi laadittu toimintojen kokonaisuus**

Kuva 13. Omavalvonta käytännössä (Husso 2013.)



## 2.2 Paloturvallisuus

Rakennusta suunnitellessa on rakennuksen suunnittelijan vastuulla huolehtia paloturvallisuuden vaatimusten täyttymisestä. Liikkuva elintarvikehuoneisto kuuluu paloturvallisuus lain jaottelun mukaan kokoontumis- ja liiketiloihin, jotka ovat päivä- tai iltakäytössä ja joissa palvellaan yleisöä tai asiakkaita, ja joita käytetään tässä tapauksessa liiketilana ja ravintolana. Konseptin tila kuuluu lisäksi alle 600MJ/m<sup>2</sup> palokuormaluokkaan. Edellä mainittuun palokuormaluokkaan kuuluvat tilat ovat palo-osastokooltaan enintään 300 neliön tiloja. (Ympäristöministeriön asetus rakennusten paloturvallisuudesta 28.11.2017/848 3 § & 7 §.)

Paloturvallisuus tilassa tarkoittaa palon syttymisen riskin minimointia, sekä palosta tulevan savun ja palon leviämisen hallintaa. Keittiössä tämä tarkoittaa lämmityslaitteiden ja

hormien sijoittamista siten, ettei niistä aiheudu käytössä tulipalo- tai räjähdysvaaraa. Ilmanvaihtolaitteet tulee sijoittaa niin, ettei ne suurennakaan palon tai savun leviämisen riskiä. (Ympäristöministeriön asetus rakennusten paloturvallisuudesta 28.11.2017/848 10 §.)

Keittiö on yleisin kotitalouksissa syttyvien tulipalojen syttymispaikka ja keittiöön kuuluu lisäksi useita sähkölaitteita, jotka voivat rikkoutuessaan tai väärin käytettynä aloittaa tulipalon. Jotta varmistetaan paloturvallisuus keittiössä, on varmistettava, että kaikki käytetyt laitteet ovat toimintakunnossa ja turvallisesti asennettuja. Lisäksi kaikkia sähkölaitteita tulisi käyttää vain ohjeiden mukaisesti ja oikeaan käyttötarkoitukseen. (Paloturvallisuusviikko.)

Liesi ja uuni, joita käytetään ruoan kuumentamiseen, on muistettava sammuttaa käytön



Kuva 14. Liekkejä keittiössä (Medina 2019.)

jälkeen. Uutena ostetut liedet usein sisältävät ajastetun katkaisutoiminnon, mutta tällainen on mahdollista asentaa myös jälkikäteen. Keittiössä on tärkeä varmistaa hyvä ilmanvaihto liesituulettimella, jonka suodatin on puhdistettava säännöllisesti tulipaloriskin pienentämiseksi. Liedellä tai uunissa valmistettavaa ruokaa ei saa koskaan jättää valvomatta, jolloin mahdollinen tulipalo huomataan heti ja sen luomat riskit saadaan hallintaan nopeasti. Mahdollisen tulipalon leviämisen estämiseen on tärkeää pitää tarpeelliset ja tilaan sopivat sammutinvälineet käden ulottuvissa. Keittiöön sopivia sammutusvälineitä ovat sammutuspeite, jota käytetään tukahduttamaan tulipalo, sekä käsisammutin, jonka huollosta on huolehdittava säännöllisesti. Vettä on usein keittiössä helposti saatavilla, mutta se ei sovellu esimerkiksi rasvapalon sammuttamiseen, sillä palava rasvaa kelluu veden pinnalla, ja

voi räiskyä vedellä sammuttaessa. Näistä räiskeistä voi aiheutua palon leviämistä tilassa. Muiden sähkölaitteiden käytössä tulee myös olla varuillaan, ja kannattaa tarkistaa sähköjohtojen kunto tasaisin väliajoin. Jos laitteet pitävät erikoista ääntä tai haisevat, kannattaa käyttö keskeyttää ja laitteiden kunto tarkistuttaa. Lisäksi kaikki pöly- ja rasvakertymät tulee siivota säännöllisesti, jotta ne eivät pääse aiheuttamaan paloriskiä. Näitä ohjeita noudattamalla Forage-konseptin keittiössä voitaisiin välttää paloturvallisuuteen liittyvät riskit. (Paloturvallisuusviikko.)



Kuva 15. Sammutuspeite keittiössä (Whitehead 2021.)



## 2.3 Perävaunu

Ensimmäinen suuri päätös projektissa oli suunnitella Forage-konsepti perävaunuun pakettiauton sijaan. Päätöksen perusteena toimi tehty tutkimus, jonka perusteella perävaunu olisi edullisempi ostaa ja muokata kuin auto. Perävaunun sisustan muokkaaminen ei vaatisi olemassa olevien kalusteiden purkamista, ja erilaisten laitteiden asennus olisi helpompaa. Esikuva-analyysiä tehdessä nousseet erilaiset liikkuvat keittiöratkaisut vahvistivat päätöstäni toteuttaa konsepti peräkärryn. Peräkärryn valintaan tein tutkimusta internetissä ja olin yhteydessä useisiin peräkärri valmistajiin. Useimmat muut kotimaiset peräkärri myyjät olivat kaukana omasta sijainnistani, mutta löysin Turussa toimivan Masetin. Suunnittelun kannalta oli toivottavaa nähdä kärri ennen valintaa paikan päällä, mutta puhelusta Masetin edustajan kanssa sain tietää, ettei haluamani kokoista myyntivaunua

ole varastolla, vaan ne ovat tilaustuotteita. Edustaja kuitenkin antoi puhelimitse lisätietoja ja tarjosi esitteitä kaikista vaihtoehdoista. Päädyin valitsemaan Masetin hyvän sijainnin ja laadukkaan tiedon takia. (Masetti Oy b.) Masetin myyntikärriä oli saatavilla eniten tietoa, ja ne sopivat myös kokoluokaltaan ja valmiilta varustelultaan parhaiten projektiin. Masetti tarjoaa Unsinn-sarjassaan myyntivaunuja, joissa on vakiovarusteena ylöspäin avautuva myyntiluukku, mikä oli tarpeellinen konseptiin ja säästi täten omaa muokkaustyötä. Vaunun sai myös kokonaan ilman valmiita kalusteita, mikä mahdollisti kokonaan mittatilauksena päiväkirjatutkimuksessa kartoittamiini tarpeisiin suunnitellun keittiön asennuksen ilman purkutöitä. Pienimmän Unsinn VM-myyntikärryn mitat sopivat täydellisesti työn tarpeisiin, ja mahdollisti myös

taittuvien pöytien ja tuolien kuljetuksen kärryn sisällä. (Masetti Oy a.)

Nimi	Lavan mitat	Lastauskorkeus	Kokonaismassa	Omamassa	Kantavuus	Renkaat	Hinta Alv 0%
VM 1330-13-2040 1-aks	300X204X230	43	1300	910	390	195/50R13C	9700
VM 1530-13-2040 1-aks	300X204X230	43	1500	920	580	195/50R13C	kysy
VM 1830-13-2040 1-aks	300X204X230	43	1800	940	860	195/50R13C	kysy
VM 1336-13-2040 1-aks	360X204X230	43	1300	950	350	195/50R13C	9990
VM 1536-13-2040 1-aks	360X204X230	43	1500	960	540	195/50R13C	kysy
VM 1836-13-2040 1-aks	360X204X230	43	1800	980	820	195/50R13C	kysy
VM 2036-13-2040	360X204X230	43	2000	1030	970	195/50R13C	kysy
VM 2636-13-2040	360X204X230	43	2600	1030	1570	195/50R13C	kysy
VM 1542-13-2040 1-aks	420X204X230	43	1500	1030	470	195/50R13C	11100
VM 1842-13-2040 1-aks	420X204X230	43	1800	1140	660	195/50R13C	kysy
VM 2042-13-2040	420X204X230	43	2000	1230	770	195/50R13C	kysy
VM 2642-13-2040	420X204X230	43	2600	1235	1365	195/50R13C	12700

Kuva 16. Masetti VM Unsinn-sarjan tekniset tiedot (Masetti 2022.)

Valittu Unsinn VM -vaunun katto ja seinät on valmistettu sinkitystä teräksisestä sandwich-levystä polyuretaanitäytteellä ja ovat 40 mm paksuja. Vaunu on eristetty umpikori, joka on sisältä ja ulkoa pulverimaalattu. Vaunuun kuuluu myyntiluukku, sekä 2000 mm kertainen 650 mm kokoinen kulkuovi vaunun etupuolella. Pienin koko kolmesta vaihtoehdosta istuu yhdellä akselilla. Vaunun käyttöä helpottaa matala 43 cm lastauskorkeus, mikä mahdollistaa painavien kylmälaatikoiden ja tuolien ja pöydän helpon lastaamisen vaunun sisään. Vaunua tukee neljä säädettävää tukijalkaa. Vaunun rungon liitokset on tehty hitsaamalla ja rungolla on 10 vuoden takuu. Valitun Masetti Unsinn VM perävaunun kantavuus on 390 kiloa. Rajattu kantavuus vaikutti paljon keittiönkalusteiden valintaan. (Masetti Oy a.)



Kuva 17. Masetti VM Unsinn-myyntivaunu (Masetti 2022.)



Kuva 18. Masetti VM Unsinn-myyntivaunu (Masetti 2022.)



Kuva 19. Masetti VM Unsinn-myyntivaunu (Masetti 2022.)



### 3.2.1 Kalusteiden vertailu

Päiväkirjatutkimuksen jälkeen tiesin mitä laitteita käytän ja tarvitsen työssäni, minkä perusteella ryhdyin hahmottelemaan tilasuunnitelmaa. Aloin tutkimaan erilaisten laitteiden painoja ja mittoja, ja hyvin nopeasti törmäsin ammattilaitteiston korkeisiin painoihin ja suuriin mittoihin. Aloitin kaluston valinnan ammattilaitteista, mitkä olisivat toki tehokkaimpia ruoanvalmistukseen, mutta yllätyin niiden suurista mitoista ja painosta. Päiväkirjatutkimuksessa totesin tarvitsevani kolme keittotasoa keittiössä ja uunissa kaksi tasoa, joten nämä havainnot rajasivat myös keittiökalusteiden valintaa. Metos on tunnettu ammattikeittiökalusteiden toimittaja, ja heiltä löytyvä alla kuvattu neljän keittotason keraaminen liesi ja uuni yhdistelmä painaa 110 kiloa. Tämä yksi kaluste olisi siis lähes kolmasosa valitun perävaunun kantavuudesta, ja lisäksi

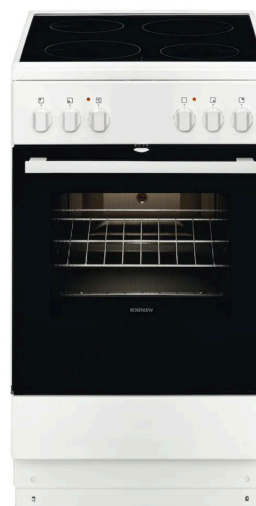
huomattavasti suurempi kuin tyypillinen kuluttajauuni. (Metos Oy Ab a.) Kalusteiden koosta kerrotaan lisää myöhemmässä kappaleessa Tilasuunnitelma. Vertasin Metos -uunin painoa kolmeen eri valmistajan vapaasti seisovaan lieteen, joissa kaikissa oli sekä uuni, että keraaminen neljän keittotason liesi. Näiden kuluttajaliesien keskivertopaino oli 43 kiloa, eli lähes 70 kiloa kevyempiä. (Metos Oy Ab a.)



Kuva 20. Metos Ardox -uuni (Metos 2022.)



Kuva 21. Gram-uuni (Gigantti 2022.)



Kuva 22. Rosenlew-uuni (Gigantti 2022.)



Kuva 23. Bosch-uuni (Gigantti 2022.)

Sama trendi jatkui ammattikeittiötasoissa ja muissa varusteissa. Metoksen korkeussäädettävä työtasopöytä painaa 91 kiloa, joten ammattilaitteisto sulkeutui pian painon ja koon takia pois. (Metos Oy Ab b.)



Kuva 24. Korkeussäädettävä Metos-pöytä (Metos 2022.)

	Metos-uuni	Gram-uuni	Rosenlew-uuni	Bosch-uuni
Paino	110 kg	39 kg	38 kg	52 kg
Korkeus	800 mm	900 mm	985 mm	1010 mm
Leveys	800 mm	500 mm	555 mm	665 mm
Syvyys	900 mm	600 mm	695 mm	670 mm

**Vertailun uunien tarkat mallit**

Metos Ardox  
Gram CC550505  
Rosenlew RKK5100  
Bosch HKA000020U

Taulukko 1. Uunien vertailu



### 3.2.2 Kalusteiden valinta

Kuten edellisissä kappaleissa käy ilmi, paino oli suurin rajoittava tekijä keittiökalusteita valittaessa. Painoa leikattiin pois valitsemalla mahdollisimman kevyitä kodinkoneita ja pitäytymällä vain pakollisissa säilytyskalusteissa. Kärkyssä kuljetettavien muiden kalusteiden mahtumisen varmistamiseksi, oli keittiön vastakkaisten puolten väliin lisäksi jätävä tarpeellinen tila.

Kalusteiden painon alentamiseksi päätin jättää kylmälaitteet pois suunnitelmasta, sillä päiväkirjatutkimuksen ja oman työkokemuksen perusteella arvioin pärjääväni kylmäsäilytyslaatikoilla. Suunnitellut ruokailut sisältyvät 12 tunnin kylmälaatikoiden taatun viilennysajan sisälle, joten päädyin hyödyntämään näitä jääkaapin sijaan.

Valittujen kalusteiden painot suhteessa perävaunun kantavuuteen kuvataan

tarkemmin alla olevassa taulukossa. Tilasuunnitelmassa käytetyt kalusteiden mitat perustuvat valittujen kalusteiden mittoihin.

	Paino
Uuni	30,00 kg
Liesi	8,75 kg
Liesituuletin	7,60 kg
Kaapit	44,04 kg
Laatikostot	66,30 kg
Allas	10,67 kg
Hana	2,00 kg
Työtasot	33,30 kg
<b>Yhteensä</b>	<b>202,66 kg</b>

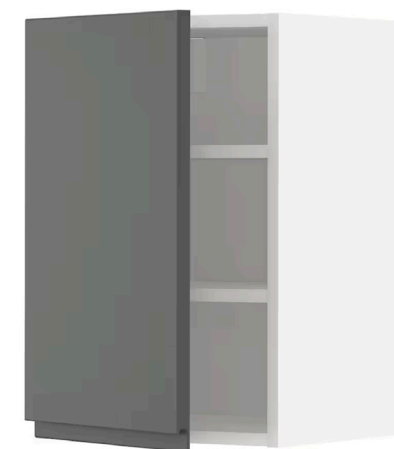
Taulukko 2. Valittujen kalusteiden painot



Kuva 25. Valittu keittotas (Ikea 2022.)



Kuva 26. Valittu uuni (Ikea 2022.)



Kuva 27. Valitut keittiökaapit (Ikea 2022.)

# 3. Tutkimus

## 3.1 Esikuva-analyysi

Esikuva-analyysi eli benchmarking on muotoiluprosessissa tutkimusvaiheessa käytettävä menetelmä, jonka tarkoituksena on kerätä tietoa ja inspiraatiota muista vastaavista tuotteista tai palveluista. Esikuva-analyysiä voidaan käyttää lisäksi muilta oppimiseen, jolloin suunnittelija pyrkii ratkaisemaan tietyn tuotteen tai palvelun ongelmia paremmin, kuin muut alalla toimivat yritykset. Yritystoimintaa kehitettäessä, esikuva-analyysin perusteella voidaan helposti pyrkiä erottautumaan kilpailijoista, kun yrityksen toimintaympäristöön on tutustuttu syvällisesti. (Tuulaniemi 2011.)

Opinnäytetyössä käytetty esikuva-analyysi kohdistui kolmeen eri toimijaan, jotka liittyivät suunniteltuun toimintaan eri tavoin. Ensimmäisenä tutkittiin lähialueilla toimivaa Food Trucking Company -yritystä,

jonka toiminta läheisimmin vastaa Forage-konseptia toiminnan tasolla. Seuraavaksi tutustuttiin kansainväliseen ruoka-autojen valmistajaan nimeltä Food Truck Company, jonka ratkaisuja tutkimalla haettiin inspiraatiota Forage-konseptin pohjana toimivan rakenteen mahdollisiin vaihtoehtoihin. Viimeiseksi tarkasteltiin Iso-Britanniassa toimivaan yritykseen Nomadic Dinners, jonka kokonaiskonsepti vastasi läheisesti opinnäytetyön tuloksena syntyvää palvelukokonaisuutta.



Kuva 28. Kukkatarjoilu



Food Trucking Company on lietolaisen huippukokin Jaakko Kinnusen, hänen veljensä Tuomas Kinnusen ja Ed Gallantin yhteinen yritys, joka tuo vaihtoehtoja harva-asutulle ja ruokavaihtoehtoiltaan harvalle seudulle. Yritys toimii vanhasta nakkikioskista, joka vedetään auton perässä päivittäin vaihteleviin paikkoihin, kuten kauppojen pihoille, urheilukentille ja parkkipaikoille. (Virtanen 2021.)

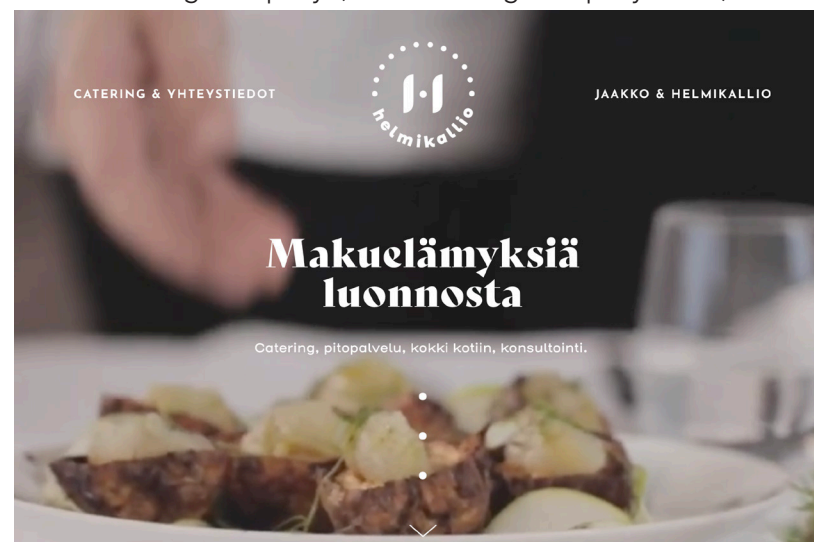
Tarjolla on hienostunutta katuruokaa, kuten versiot nakkisämpylöistä ja hampurilaisista, sekä yrityksen logossakin näkyviä paikallisia perunoita. Yritys ilmoittaa myyntipaikoistaan viikoittain Facebook-sivuillaan ja annokset usein myyvät loppuun ennen aikojaan suuresta suosiosta johtuen. Paikan päällä markkinointi hoidetaan muutamalla katukyltillä, jotta asiakkaat löytävät paikan vaikkei

alue olisi ennestään tuttu. (Virtanen 2021.)

Kinnunen pyörittää myös huippulaadukasta catering-palvelua nimeltä Helmikallio, joka sijaitsee Turun liepeillä. Helmikallion konseptiin kuuluu sesonkiluontoista, lähiseuduilla tuotettua laadukasta ja hienostunutta ruokaa, mikä tarjoillaan kauniissa ympäristössä keittiömestarin luona. (Helmikallio Oy.)



Kuva 29. Food Trucking Company (Food Trucking Company 2021.)



Kuva 30. Helmikallio Catering (Helmikallio 2022.)

Food Truck Company on saksalainen yritys, joka valmistaa mittatilaustyönä yrityksille ruokakärryjä, siirrettäviä myyntipisteitä ja ravintoloita. Yrityksen tavoite on muuttaa brändi kannattavaksi ja liikkuvaksi ruoka-alan yritykseksi. Yritys on saanut alkunsa mittatilaustyönä valmistetuista mobiilitiloista, joita on käytetty yritysten markkinointiin esimerkiksi messuilla ja liikkuvissa kampanjoissa. Heidän tuotteensa elinkaari alkaa asiakkaan brändin ja näkemyksen ymmärtämisestä, jonka jälkeen suunnitellaan konseptin ulkomuoto eli look & feel. Tämän jälkeen keskitytään tekniseen suunnitteluun ja lopuksi tuote valmistetaan insinöörien ja projektipäällikön alla. Yrityksen tuotteet käyttävät pohjana neljää eri mallia, jotka ovat perinteinen ruokakärry eli food truck, Revival traileri, joka on suurempi kuin perinteinen ruokakärry ja inspiroitunut ulkomuodoltaan retrotrailerista,

Drop box eli konttimalli, e-Tuk eli sähköpyörän runkoon rakennettu pieni ruokakärry. Yritys toteuttaa myös näiden ulkopuolella konsepteja, täysin asiakkaan toiveista riippuen. (Food Truck Company.)



Kuva 31. Food Truck Company:n food truck (de Reus 2016)



Kuva 32. Food Truck Company:n e-Tuk (Food Truck Company 2022.)



Kuva 33. Food Truck Company:n Drop-box (de Reus 2015.)



Kuva 34. Food Truck Company:n Revival (Food Truck Company 2022.)



Nomadic Dinners Ltd on Iso-Britanniassa sijaitseva hotelli, joka tarjoaa mahdollisuuden metsän keskellä ruokailuun Michelin-tähden kokin johdolla. Nomadic Dinnersin konsepti on huippukokin ja laadukkaan ruoan siirtäminen kauniiseen metsämaisemaan, luoden unohtumattoman kokemuksen asiakkaille. (Nomadic Dinners Ltd 2022a.) Heidän asiakkaitaan ovat suuret brändit, kuten Dior (Nomadic Dinners Ltd 2022b.)

Yritys kuvailee konseptinsa tarkoituksena olevan yhdistää asiakkaitaan ympäröivään luontoon. Kokemukseen kuuluu asiakkaiden kanssa kerätyt ainekset luonnosta, joiden makuja voi maistaa illallisessa. Ympäröivä luonto on villi ja taianomainen, eläimet ja kasvit ovat vapaina ruokailijoiden ympärillä. (Nomadic Dinners Ltd 2022a.)



Kuva 35. Nomadic Dinners Woodland Feast (Nomadic Dinners 2020.)

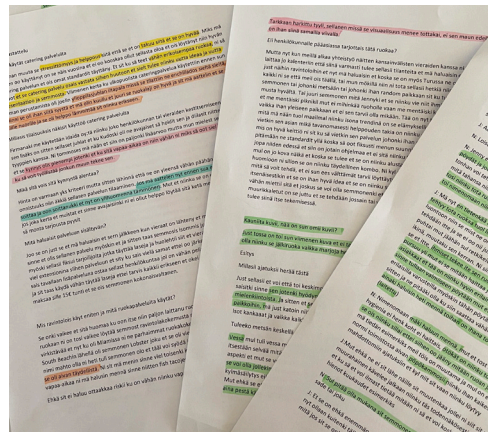


## 3.2 Haastattelut

Opinnäytetyössä kerättiin asiakasymmärrystä toteuttamalla haastatteluja idaida Oy:n nykyisten asiakkaiden keskuudessa, joiden tarkoituksena oli ymmärtää asiakkaiden tarpeita ja toiveita. Haastattelu menetelmänä pyrkii ymmärtämään haastateltavan elämää ja kokemuksia. Haastatteluissa kerättyä tietoa hyödynnettiin suunnitteluprosessin inspiraationa ja sen perusteella pyrittiin suunnittelemaan asiakkaille hyödyllinen ja antoisa palvelu. (Tuulaniemi 2011.)

Haastattelut toteutettiin catering-palvelun aikaisemmilla asiakkailla, joita valitsin neljä. Valintaan vaikutti lähestyttävyyys, sillä osa asiakkaistani ovat korkean profiilin henkilöitä ja todella kiireisiä, mikä onkin ollut syynä palveluni hyödyntämiseen. En halunnut haastatteluista koituvan häiriötä asiakkaileni, joten valitsin asiakkaita, joilla

arvioin olevan aikaa keskustella hieman syvemmin projektista. Valittujen asiakkaiden kanssa oli ollut aikaisempia keskusteluja, joiden perusteella ajattelin heidän olevan henkilökohtaisella tasolla kiinnostuneita aiheesta.



Kuva 36. Haastattelujen analysointi

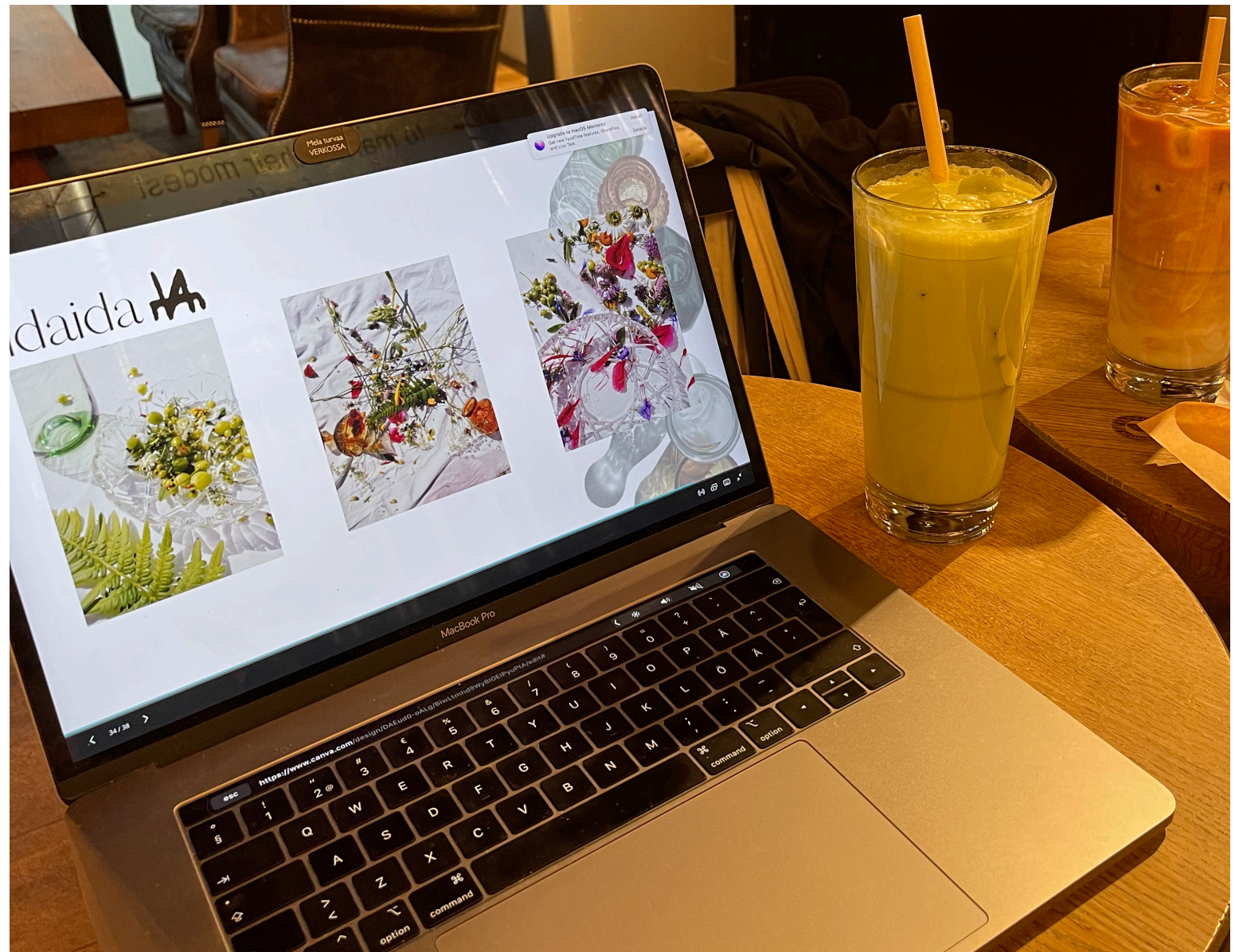


Kuva 37. Haastattelu (Hahko 2022.)



Kaksi haastatteluun osallistuneista oli puhtaasti asiakkaita, kolmas oli jo aikaisemmin tuttu, joka on myös itse yrittäjä ja neljäs oli ainoa yritysasiakkaani. Toteutin kaksi haastattelua samalla kertaa puolistrukturoituna haastatteluna, jonka äänitin ja myöhemmin kirjoitin puhtaaksi. Yhden haastattelun toteutin puhelimitse asiakkaan toiveesta, mikä vaikutti jonkun verran haastattelun sisältöön.

Puhelinhaastattelu oli strukturoitu, eikä keskustelua juuri herännyt kysymyksiin vastauksen lisäksi. Keskustelun puutteeseen saattoi vaikuttaa myös se, että otin samalla muistiinpanoja, joten en pystynyt samalla tavalla olla läsnä keskustelussa. Viimeisen haastattelun toteutin myös puolistrukturoituna ja kasvotusten, sekä jälleen äänitin keskustelun ja kirjoitin puhtaaksi.

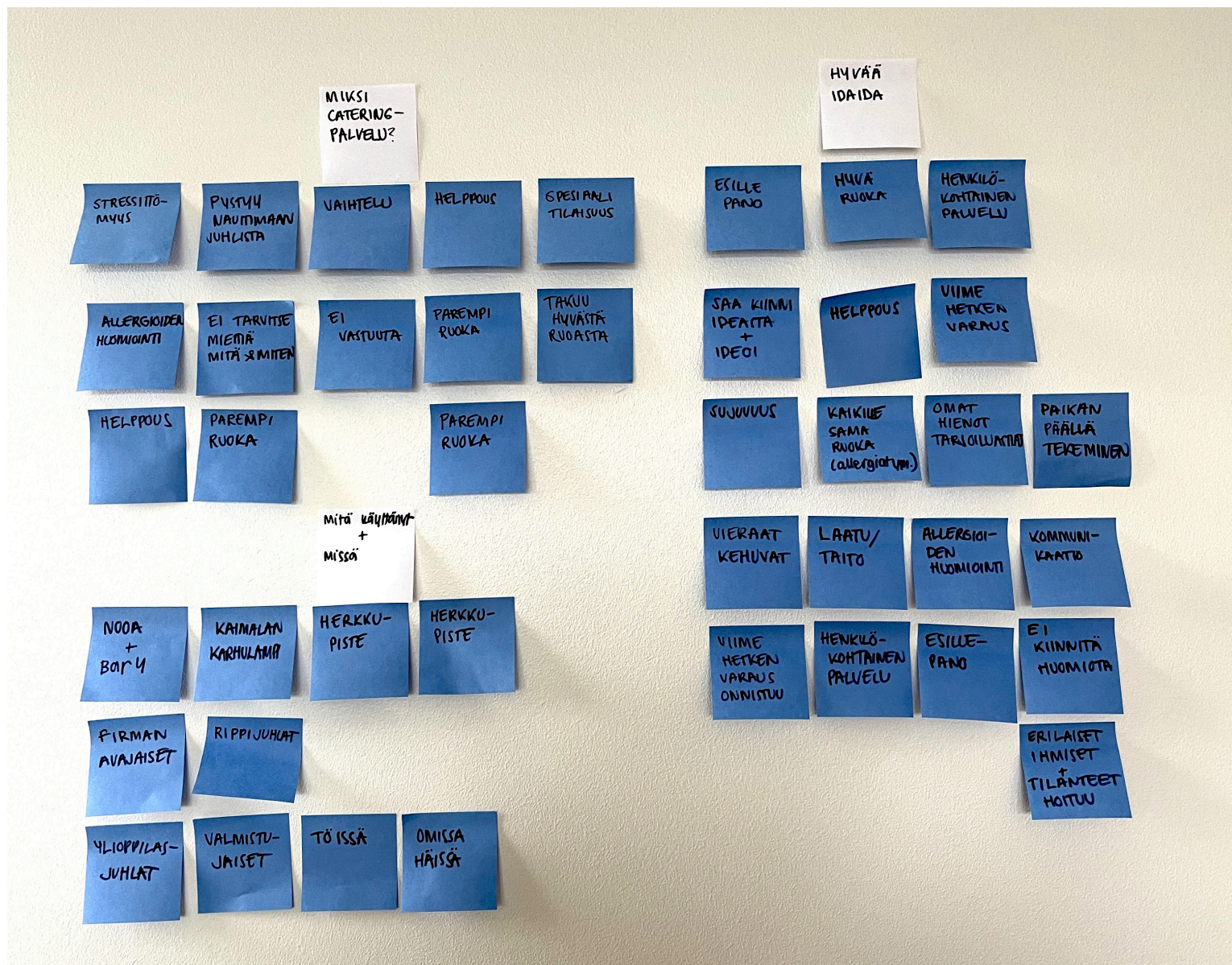


Kuva 38. Haastattelu kahvilassa



### 3.2.1 Haastattelujen purku

Lähdin purkamaan haastattelujen tuloksia heti viimeisen haastattelun valmistuttua, jotta ne pysyisivät mahdollisimman tuoreina mielessäni. Luin läpi kaikista haastatteluista puhtaaksi kirjoittamani tekstit ja keräsin tiettyyn kysymykseen tulleet vastaukset yhteen. Käytin tämän tiedon analysointiin samankaltaisuuskaaviota, jonka toteutin analogisesti tarralapuilla. Aluksi keräsin kysymyksiin tulleet eri vastaukset yhteen ja lähdin sitten uudelleen järjestämään niitä samankaltaisuuden perusteella.

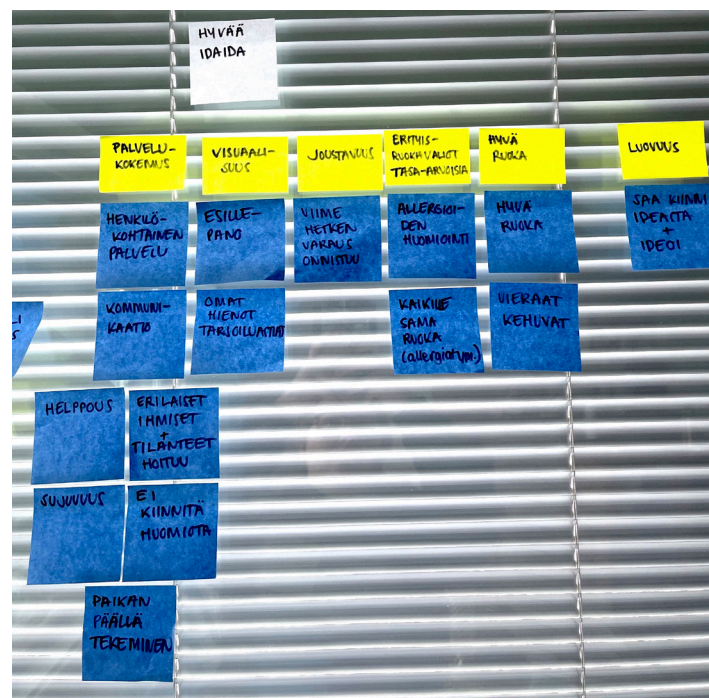


### Kuva 39. Haastattelujen purku

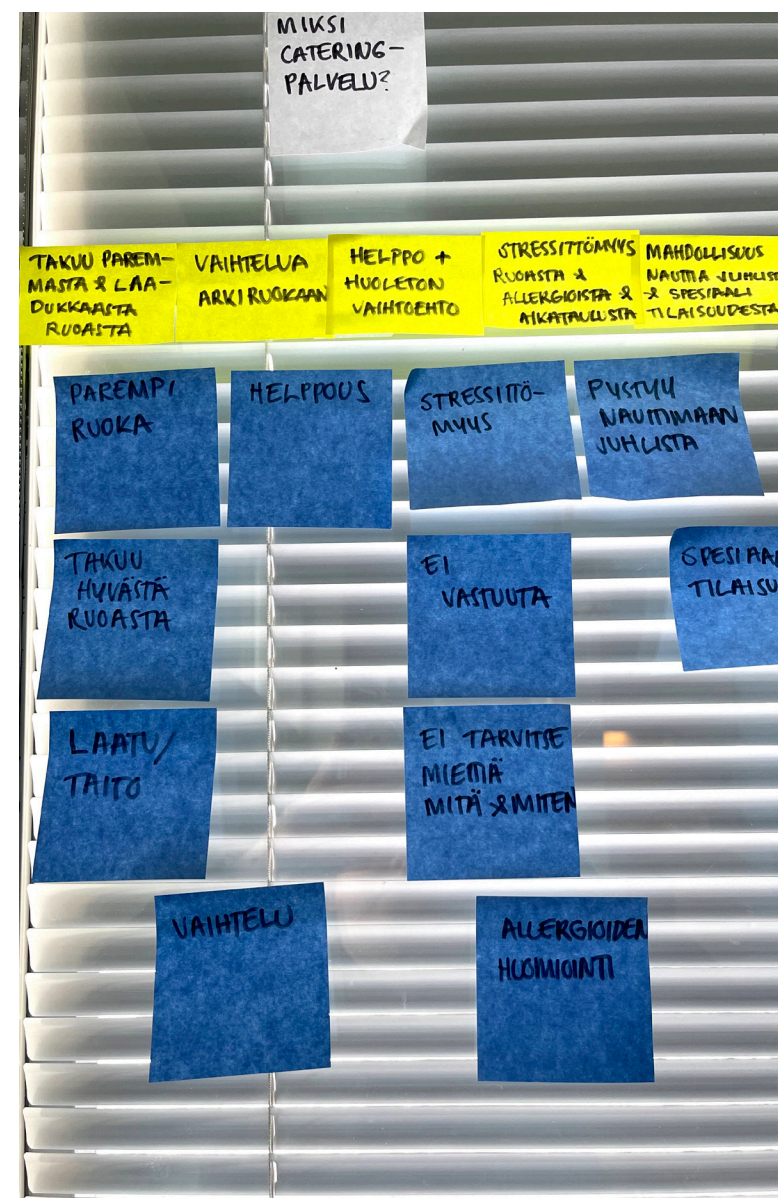


Tärkeimmät aiheet, joista sain verrattavia vastauksia, olivat catering-palvelun hyödyntämisen syyt, muut käytetyt catering-palvelut, sekä missä tilaisuuksissa ja millaisia muita ruokapalveluita asiakkaat käyttävät. Lisäksi sain arvokasta tietoa siitä, mikä on hyvää juuri idaida Oy:n catering-palvelussa. Syitä catering-palvelun hyödyntämiseen olivat yhteen vedettynä takuu paremmasta ja laadukkaammasta ruoasta, vaihtelu arkiruokaan, helppous ja huolettomuus, stressittömyys ruoasta ja allergioiden huomioon ottamisesta, sekä mahdollisuus nauttia juhlista tai erityisestä tilaisuudesta. Haastatteluun osallistuneet asiakkaat olivat pääosin käyttäneet catering-palveluita erilaisissa suurissa ja perinteisissä juhlissa, kuten häissä, rippijuhlissa ja valmistujaisissa. Lisäksi töissä oli hyödynnetty pitopalvelua joko henkilökunnalle tai asiakkaille tarkoitetuissa tilaisuuksissa. Yksi

asiakkaista oli käyttänyt myös ennen idaida Oy:n palveluita pitopalvelua pienemmässäkin tilaisuudessa, tässä tapauksessa puutarhajuhlissa. Idaya Oy:n palveluita haastatteluun osallistuneet olivat käyttäneet yleisesti pienempiin tilaisuuksiin, kuten syntymäpäiväjuhliin tai illalliskutsuihin.



Kuva 40. Haastattelujen purku samankaltaisuuskaaviolla



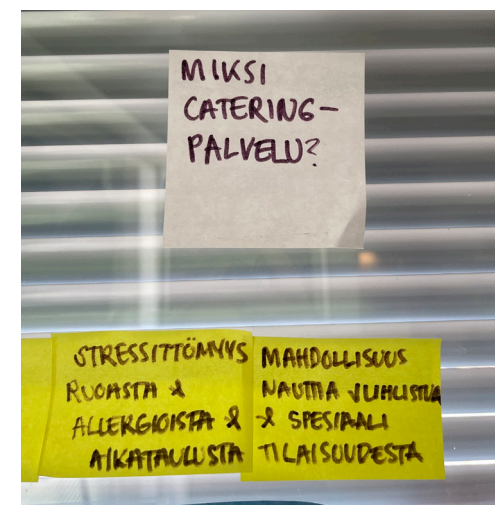
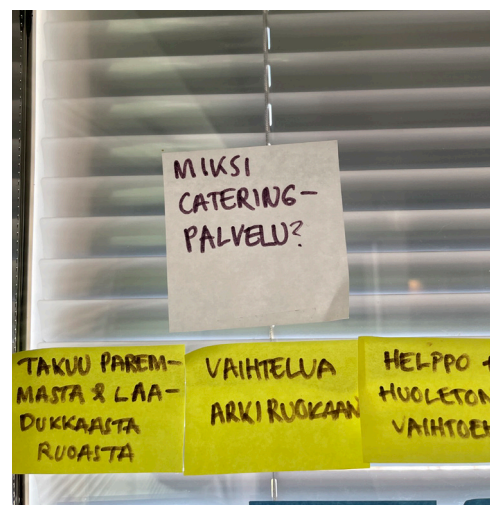
Kuva 41. Haastattelujen purku samankaltaisuuskaaviolla



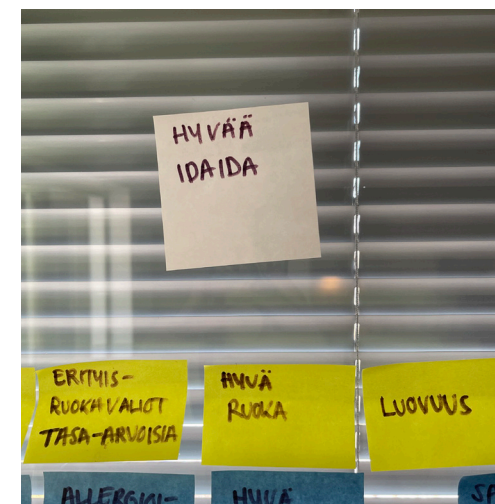
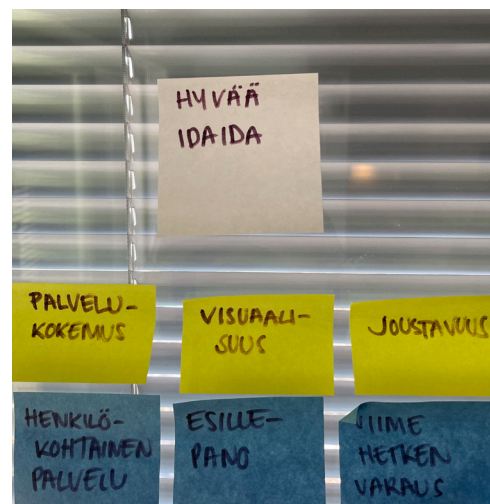
Haastatteluiden kiinnostavinta antia oli kuulla, mikä asiakkaiden mielestä oli hyvää erityisesti idaida Oy:n catering-palvelussa ja tähän kysymykseen sainkin eniten vastauksia. Haastatteluiden perusteella erityistä yrityksessä on etenkin palvelukokemus. Palvelukokemukseen kiteytin kommunikaatiota, henkilökohtaista palvelua, sujuvuutta ja helppoutta kehuvat vastaukset. Lisäksi asiakkaat kokivat erityisenä palvelumallin, jossa valmistetaan ruoat paikan päällä. Tähän malliin liittyivät myös kommentit erilaisten ihmisten kanssa pärjäämisestä ja toisaalta huomaamattomuus asiakkaan tilassa. Lisäksi visuaalisuus eli miellyttävät esillepanot ja tarjoiluastiat olivat monen asiakkaan mielestä erityisiä. Kaksi asiakasta mainitsi haastatteluissa palvelun joustavuuden, eli viime hetkenkin varaukset onnistuivat. Myös erityisruokavalioiden huomiointi ja kaikille saman ruoan tarjoilu

allergioista huolimatta sai kiitosta.

Ruokapalvelulle varmasti tärkein asia eli hyvä ruoka nousi myös kaikkien osallistujien haastatteluissa esiin. Yksi osallistuja kehuu myös minun saavan nopeasti ideasta kiinni, ja piti siitä, että ideoin nopeasti monia eri vaihtoehtoja sovitettuun teemaan liittyen. Kysyin asiakkailta myös millaisia muita ruokapalveluita he käyttävät, mistä ei juuri noussut yksimielisyyttä, mutta ruokakulttuurina Italia näytti olevan suosituin. Pyysin haastattelussa asiakkaita myös pohtimaan tulevaisuuden tilaisuuksia, missä haluaisi hyödyntää pitopalvelua, johon kaksi asiakasta vastasi haluavansa käyttää palveluitani enemmän ja matalalla kynnyksellä esimerkiksi ystäväpiirin illanistujaisissa.



Kuvat 42 & 43. Haastattelujen purku samankaltaisuuskaaviolla



Kuvat 44 & 45. Haastattelujen purku samankaltaisuuskaaviolla



### 3.2.2 Asiakasprofiilit

Asiakasprofiilit kiteyttävät ja kuvaavat kerättyä asiakastietoa. Asiakasprofiileissa kuvataan kerätyn tiedon pohjalta esiin nousseen tietyn ryhmän toimintaa ja ajatuksia suunniteltavaa tuotetta tai palvelua käyttäessään. Erilaisten asiakasryhmien tunnistaminen mahdollistaa vaihtoehtoisten konseptien luomisen, jossa kaikille asiakasryhmille varmistetaan juuri heille sopiva palvelumalli. (Tuulaniemi 2011.) Haastattelujen ja työpajan löytöjen perusteella nousi esiin kolme selkeää käyttäjäprofiilia opinnäytetyön lopputuloksena syntyvälle Forage -konseptille. Syntyneet profiilit ovat kuvattuna alla.

Kolme esiin noussutta profiilia ovat illalliskutsuvieras, luontoelämysvieras ja firman virkistyspäivävieraat. Illalliskutsuvieras käyttää palvelua juhlapäivänä tai muussa erityistilaisuudessa ja tahtoo

pukeutua sen mukaan.



#### Illalliskutsuvieras

- Juhlapäivä tai muu erityistilaisuus
- Haluaa luksusta ja laadukasta ruokaa
- Tarjoaa vierailleen uniikin elämyksen
- Pukeutuu juhla-vaatteisiin
- Pelkää ötököitä, kylmää ja sadetta



#### Luontoelämysvieras

- Luontokokemus, itsetekeminen, oppiminen
- Haluaa oppia luonnosta: sienistä, yrteistä jne.
- Pukeutuu säänkestävästi ulkovaatteisiin
- Ymmärtää luonnossa oleskelun puitteet



#### Firman virkistyspäivävieraat

- Työnantaja haluaa tarjota uudenlaisen kokemuksen työntekijöille
- Luonnossa olon inspiroiva vaikutus
- Oma aikataulu sisällöstä
- Hyödyntää kurssitoimintaa virkistyspäivän aikana

Kuvio 1. Asiakasprofiilit (nataliianesterenkoportfolio.)

Illalliskutsuvieraan motivaationa palvelun hyödyntämiseen on tarjota vierailleen uusi elämys, sekä nauttia vieraidensa seurasta. Itselleen illalliskutsuvieras toivoo luksusta ja laadukasta ruokaa. Konseptin luonnonläheisyys voi tuottaa tälle käyttäjälle riskin, sillä hän pelkää erilaisia ötököitä ja muita metsän eläimistöä. Lisäksi sääolosuhteet voivat vaikuttaa asuvalintaan ja siihen voiko tämä vieras pukeutua haluamallaan tavalla.

Toinen pinnalle noussut käyttäjä on luontoelämysvieras. Tämä vieras tulee nauttimaan metsästä ja oppimaan lisää Suomen luonnosta. Luontoelämysvieraan motivaationa toimii kuten nimikin kertoo, luontoelämys. Hän myös on paremmin tietoinen ulkoilun olosuhteista ja pukeutuu sen mukaisesti. Sääolosuhteet vaikuttavat myös hänen vierailuunsa, mutta hän ei pelästy yhtä herkästi ympäröivän luonnon eläimistöä.

Viimeinen käyttäjäprofiili on firman virkistyspäivään osallistuvat vieraat. Nämä vieraat tulevat työnantajan kutsumina ja heillä on usein omaa sisältöä vierailun ajaksi. Oman sisällön lisäksi virkistyspäivän järjestäjä voi hyödyntää konseptiin kuuluvaa kurssisisältöä. Järjestäjän näkökulmasta konsepti tarjoaa vaivattoman keinon tuottaa erilainen kokemus työntekijöilleen pienellä vaivalla.

Työpajassa nousseen keskustelun mukaan konsepti tarjoaisi mielenkiintoisen ympäristön lisäksi inspiraatiota suunnittelupalavereihin tai luovaan työhön.



Kuva 46. Kolme lautasta



### 3.4 Päiväkirjatutkimus

Omaa työskentelyä seuratessa valikoitui käyttöön päiväkirjametodi, jossa kirjattiin tarkasti ylös toimintaa kahden peräkkäisen catering-tapahtuman ajan. Tutkimus toteutettiin peräkkäisinä viikonloppuina, jolloin yrityksellä oli keikkoja kahden eri asiakkaan luona. Ruokalistat olivat hyvin erilaiset, vaikka samankaltaisuuksiakin löytyi. Tapahtumista kirjattiin henki-lömäärä, ruokalista, etukäteisvalmistelut ja niiden työjärjestys, sekä paikan päällä valmistetut ruokalajit ja niiden valmistusjärjestys. Lisäksi kirjattiin muistiin käytetyt työkalut ja keittiölaitteet ja missä kohtaa iltaa niitä käytettiin. Jos mahdollista, mitattiin esimerkiksi uunipeltien koko ja työtasojen mitat. Tutkimuksessa huomioitiin myös, kuinka monta kattilaa ja pannua oli käytössä saman aikaisesti, jotta saatiin selville tarpeellisen lieden koko. Työskentelyä nopeuttaneet tai hidastaneet tekijät otettiin myös huomioon. Pidin kirjaa



Kuva 47. Alkupalalauta

1.1.2022

15 hlö

Italia-menu

Alkupalalauta: Paahdettuja ja suolattuja manteleita, prosciuttoon käärityt viikunat, bresoala ja yrttikastike

Tryffelirisotto

Haudutettu Iberico possu, porkkanaa

Pavlova, luumut ja granaattiomena

Kuva 48. Ote päiväkirjatutkimuksesta

edellä mainituista kynää ja paperia käyttäen, josta siirsin tiedot myöhemmin digitaaliseen muotoon.

Päiväkirjatutkimuksesta saatiin opinnäytetyöhön arvokasta tietoa loppukäyttäjän, eli minun työtavoistani. Tutkimuksessa kävi ilmi luonnollinen taipumus tiiviiseen työskentelyyn, mikä helpotti pienen keittiötilan suunnittelua. Asiakkaiden kodeissa ruokaa valmistaessa ei voi kontrolloida ihmisten liikkumista tai esimerkiksi asiakkaan ja vieraiden käyttämää laskutilaa. Tutkimukseen sisältyvissä tapahtumissa oli keittiön tasoilla niin kuohuviinitarjoilua, kuin tyhjiä juomapulloja, sekä kahvin keittoa. Tämä vie tietyn tilan tasoilta, vaikka käytössä aluksi olisikin suuri keittiötila. Usein myös osa ruoasta tai vähintään juomat tarjoillaan joltain keittiön tasolta. Keittiön laitteista käytin eniten uunia ja liettä. Uunin tasoja oli

korkeintaan kaksi samanaikaisesti käytössä, ja keittotasoja kolme. Näiden tietojen perusteella ryhdyttiin suunnittelemaan keittiön laitteita ja pohjaratkaisuja.

8.1.2022  
15 hlö  
Syntymäpäiväjuhlat

Alkupalalauta: prosciuttoon käärityt viikunat, broccolini, porkkanat, perunankuorisipsit

Bruschetta yrttivalkosipuli, yrttivoi kylmäsavulohi

Kuha, peruna pyree, paahdettu kukkakaali, yrttigremolata

Vihersalaatti, yrttvinagrette  
Talvisalaatti, punajuuri, raitajuuri, keltajuuri, granaattiomenavinagrette

Pavlova, uuniomena, granaattiomena

Vegaaninen tiramisu

Karamellisoitu mango ja mascarponevaahto

Kuva 49. Ote päiväkirjatutkimuksesta



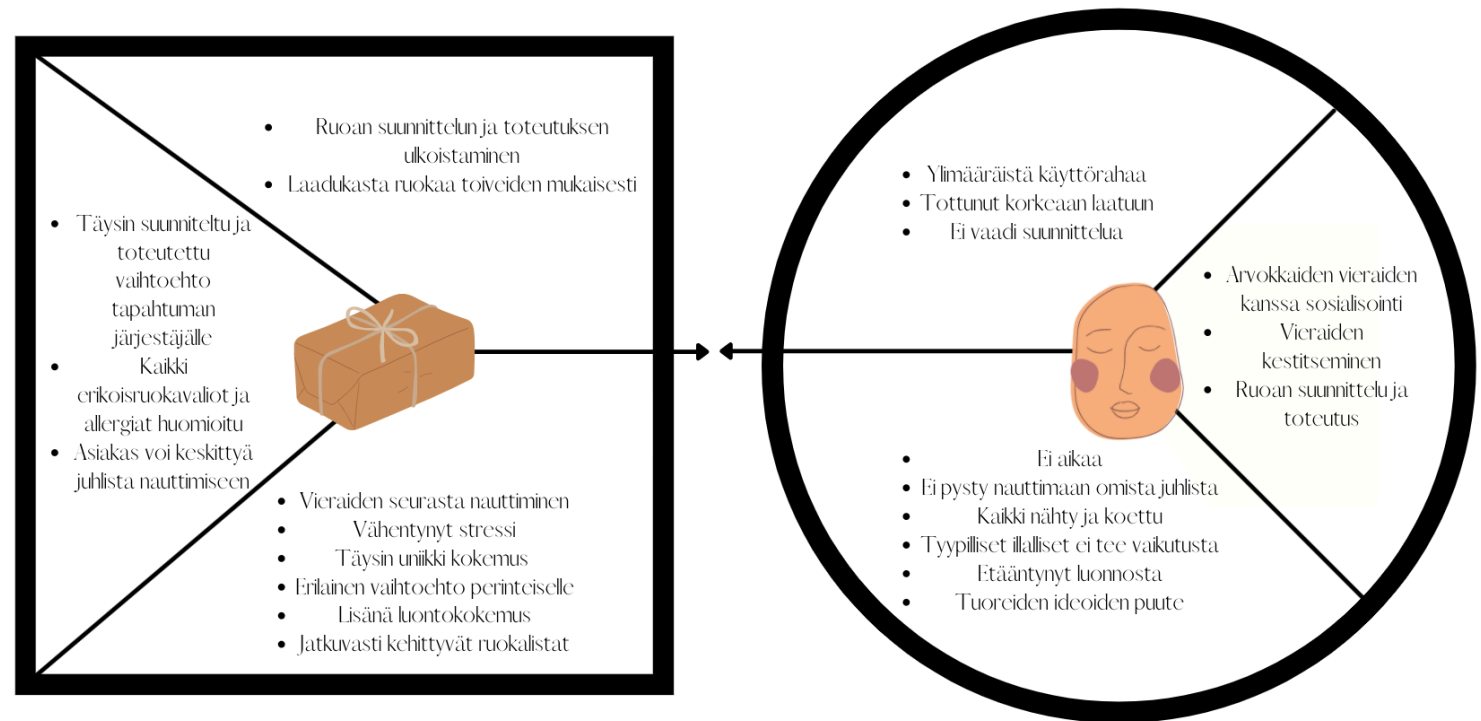
Kuva 50. Catering-keikalla (Sillanpää 2022)



### 3.5 VPC - arvolupaustaulukko

VPC, eli value proposition canvas voidaan suomentaa arvolupaustaulukoksi, jonka tarkoituksena on kartoittaa palvelun tai tuotteen asiakkaalle tuomaa arvoa. Arvolupaustaulukko koostuu kahdesta osasta, käyttäjäprofiilista ja arvokartasta. (Osterwalder ym. 2015.)

Käyttäjäprofiiliosassa kerrotaan tietyn asiakassegmentin tavoitteista, heidän tarpeistaan ja toiveistaan, sekä ongelmista ja huolenaiheista. (Osterwalder ym. 2015.)



Kuvio 2. Arvolupaustaulukko (Sketckify & Canva Creative Studio.)

Arvokarttaosa taulukkoa kuvaa suunnitellun tuotteen tai palvelun ominaisuuksia ja miten se vastaa asiakasprofiilissa kuvattuihin ongelmiin, sekä tuo hyötyä asiakasprofiilissa kuvatulle asiakassegmentille. (Osterwalder ym. 2015.)

Konseptin näkökulmasta täytetty arvolupaustaulukko kuvailee asiakassegmentin tavoitteiksi kestitä tärkeitä vieraita ja mahdollisuutta nauttia myös itse järjestetyistä illallis- ja juhlatilaisuuksista. Asiakkaan huolenaiheina ovat ajan rajallisuus, asiakkaat eivät ehdi sekä suunnitella ja toteuttaa haluttua ruokailua, että nauttia vieraidensa seurasta. Asiakkailla on kuitenkin mahdollisuus käyttää arkea ja juhlaa helpottavia palveluita hyödykseen, mutta eivät ole löytäneet toiveisiinsa vastaavaa tarjontaa muista palveluista.

Asiakkaat ovat myös kokeneet jo paljon, joten mahdollisen palvelun ja ruoan laadun on oltava huomattavan korkea, jotta se tekee heihin vaikutuksen. Asiakkaat ovat aikaisemmin pettyneet olemassa oleviin catering-palveluihin ja niiden vähäiseen ruokien valikoimaan. Asiakkaan toiveena olisi tarjota itselle ja vierailleen unohtumaton ja uudenlainen elämys, pienemmällä vaivalla.

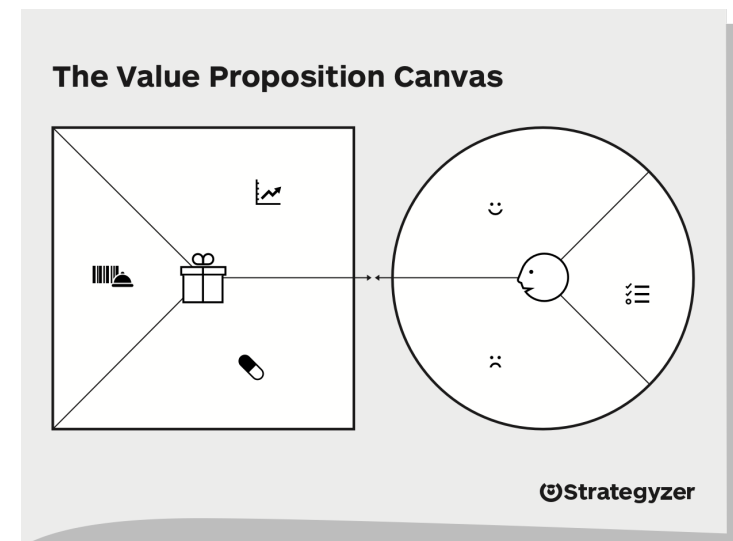
Arvokarttaosiossa konseptikohtaista arvolupaustaulukkoa täyttäessä kuvaillaan suunniteltua palvelua. Palvelu on laadukasta ja erottuu selkeästi tarjotuilla ruokavaihtoehtoiltaan, sekä erityisruokavalioiden huomioinnilla perinteisistä ruokapalveluista. Palvelun taustalla on samanlaisia kokemuksia maailmalta ja huippuravintoloista, joten asiakkaiden korkeisiin odotuksiin on helppo vastata. Konseptiin

liitetty luonnonläheisyys ja keräilyaspekti tuo asiakkaille uudenlaisen elämyksen tarjotun ruoan lisäksi.

Tarjottu palvelu mahdollistaa ruokailun kokonaisvaltaisen ulkoistamisen, mikä antaa asiakkaalle mahdollisuuden keskittyä vieraiden kanssa sosialisoitumiseen ja tilaisuudesta nauttimiseen.

Palvelu mahdollistaa

uudenlaisten ympäristöjen tuoman lisäarvon hyödyntämisen liikkuvuudella ja muuntautumiskyvyllään, mikä laajentaa palveltua asiakassegmenttiä sisältämään myös ne asiakkaat, joilla ei muuten olisi mahdollisuutta hyödyntää cateringpalveluja esimerkiksi tilan tai etäisyyden vuoksi. Näiden tietojen perusteella ryhdyttiin suunnittelemaan keittiön laitteita ja pohjaratkaisuja.



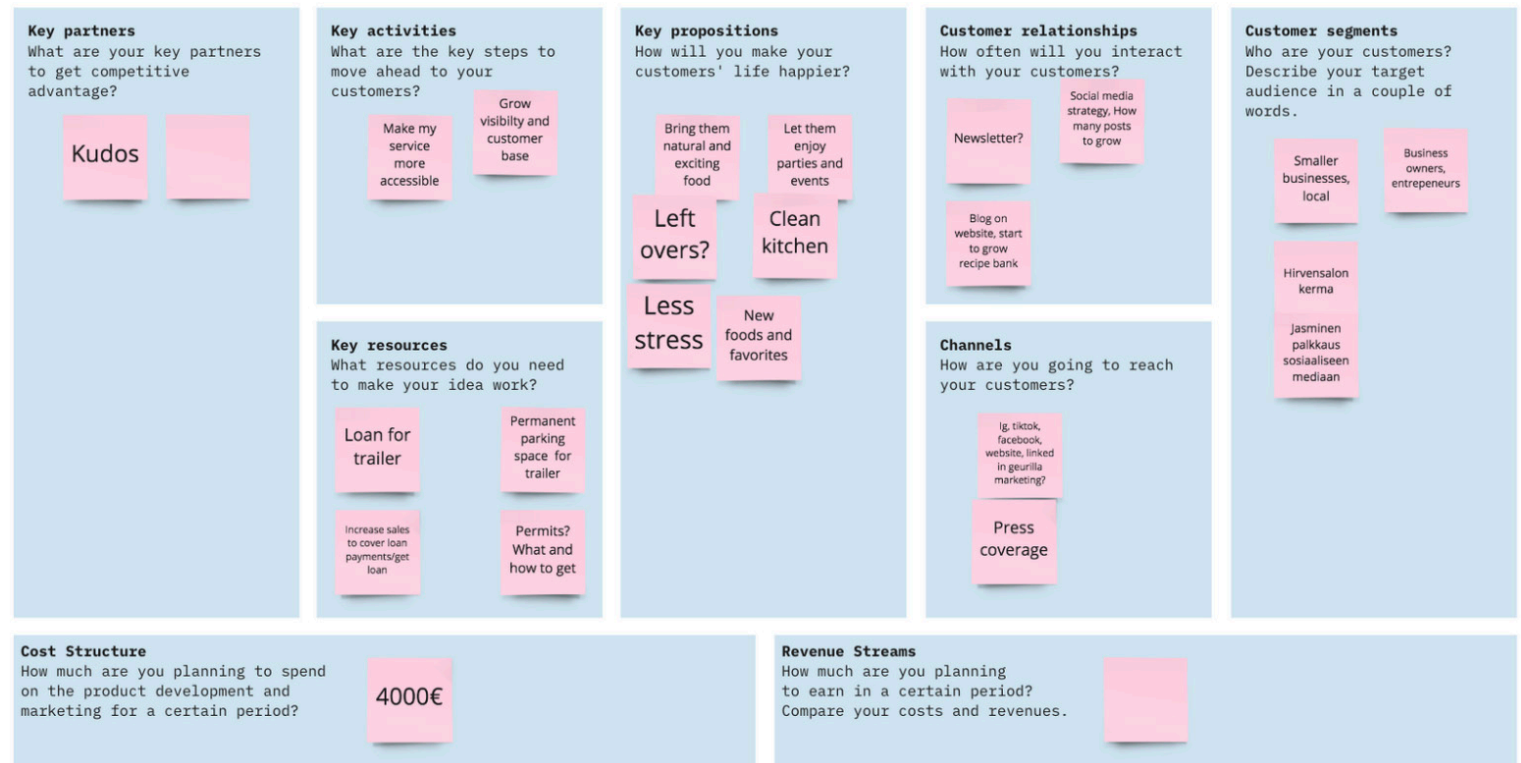
Kuva 51. Arvolupaustaulukon pohja (Strategyzer.)



### 3.6 BMC - liiketoimintamallin arviointitaulukko

Business Model Canvas, joka voidaan suomentaa liiketoimintamallin arviointitaulukoksi, kuvaa ja arvioi yrityksen tai yritysideoan liiketoimintamallia. Liiketoimintamalli taas kertoo miten yritys toteuttaa liiketoimintaa ja tuottaa asiakkailleen arvoa. Liiketoimintamallin arviointitaulukko koostuu yritystoiminnan kannalta tärkeistä osa-alueista ja haastaa yrittäjän arvioimaan yrityksen mahdollisuutta ja keinoja tuottaa voittoa. Taulukko koostuu yhdeksästä osa-alueesta, jotka kootaan niille varattuun tilaan. (Osterwalder & Pigneur 2013.)

#### The Business Model Canvas



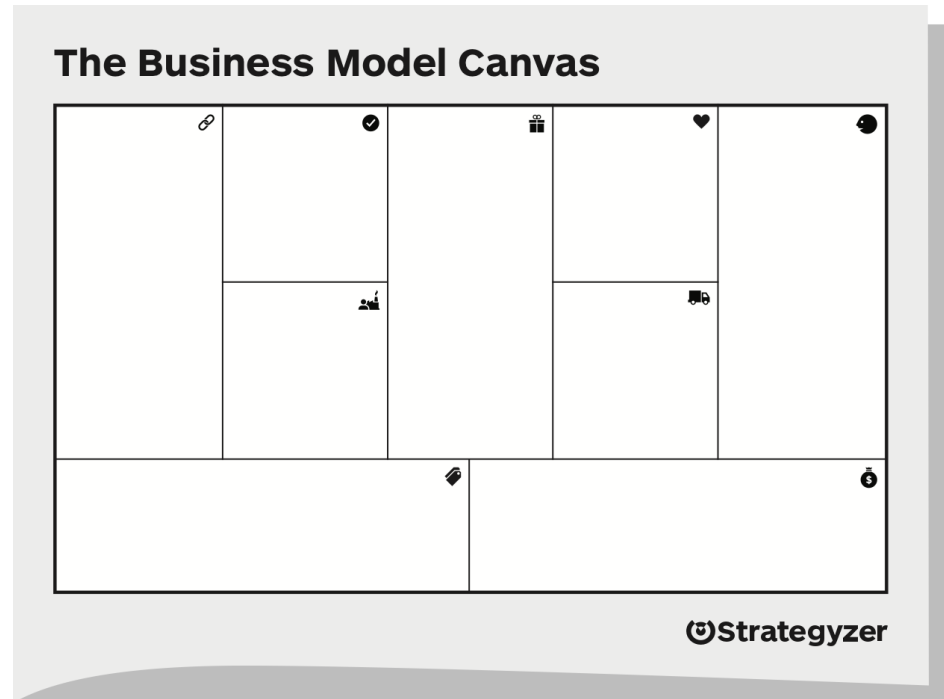
Kuvio 3. Liiketoimintamallin arviointitaulukko mukaillen Strategyzer pohjaa

Taulukossa eriteltyjä osa-alueita ovat tarkasteltavan yrityksen

- Palvellut asiakassegmentit
- Tarjottu arvolupaus
- Käytössä olevat jakelukanavat
- Asiakassuhteet
- Tuotto
- Ydinresurssit
- Ydintoiminta
- Keskeiset yhteistyökumppanit ja sidosryhmät
- Kulujen rakenne.

Yrityksen asiakassegmentti kuvastaa toivottuja asiakasryhmiä, jotka halutaan tavoittaa ja joille tuotetta tai palvelua halutaan tarjota. Forage-konseptin tavoiteltava asiakassegmenttiin kuuluu idaidan nykyinen asiakaskunta, eli keski-ikäiset naishenkilöt ja pariskunnat, joilla on kiireinen elämäntyyli ja ylimääräistä rahaa, jota käyttää ruokapalveluiden ulkoistamiseen. Näillä asiakkailla on usein paljon ystäviä, joita he näkevät harvoin,

joten erityislaatuista nauttiminen on prioriteetti. Lisäksi pienet ja keksikokoiset paikalliset yritykset ovat haluttuja asiakkaita, kuten myös asiakaskunnan laajentaminen nuorempaan ja monipuolisempaan. (Osterwalder & Pigneur 2013.)



Kuva 52. Liiketoimintamallin arviointitaulukkopohja (Strategyzer.)



Yrityksen arvonlupaus koostuu tuotteista ja palveluista, joilla tuodaan arvoa toivotuille asiakkaille. Forage-konseptin arvolutaukseen sisältyy jännittävän ja erilaisen ruoan tarjoilu, mahdollisuus nauttia ja keskittyä sosiaisoitumaan juhlatilaisuuksissa, sekä vähentynyt stressi. Palvelu mahdollistaa asiakkaille oman kodin ja etenkin keittiön siisteyden, kun juhlien aikana ei ruokia valmisteta siellä. Asiakkaat saavat nauttia uusista makuelämyksistä luonnon keskellä, tarjoten sekä heille, että heidän vierailleen unohtumattoman ruokailuelämyksen.

Yrityksen käytössä olevat kanavat määrittelevät miten yritys on yhteydessä asiakkaisiinsa. Lisäksi varmistetaan, että halutut asiakkaat tavoitetaan valittujen kanavien välityksellä. Forage-konseptin suunnitellut markkinointi- ja viestintäkanavat

ovat Instagram, jossa idaidalla on valmiiksi kohtuullisen kokoinen yleisö, sekä yrityksen omat verkkosivut. Myöhemmin haastatteluissa testattiin kanavien soveltuvuutta ja saatiin myöntynyttä kommenttia haastatelluilta asiakkailta. Lisäksi suunnitelmissa olisi lisätä konseptin näkyvyyttä ottamalla yhteyttä mediaan, mikä voi tapahtua osallistumalla erilaisiin tapahtumiin tai kertomalla oma yrittäjätarina.

Yrityksen asiakassuhteet -osiossa määritellään haluttu suhde asiakkaisiin ja miten sitä pidetään yllä. Forage-konseptin kohdalla tämä tarkoittaa asiakaspalautteen ja ideoiden kuuntelua ja toteuttamista. Haastatteluissa kysyttiin myös tähän liittyviä kysymyksiä, joiden perusteella kiinnostavaksi sisällöksi nostettiin erilaiset sesonkimuistutukset, jossa muistutettaisiin asiakkaita menossa olevasta sesongista ja sen aineksista.

Lisäksi sesonkiaineuksista kehitetään reseptejä, joita jaetaan visuaalisesti kauniiden kuvien kanssa sosiaalisessa mediassa.



Kuva 53. Ruokatarjoilu

Asiakkaat olivat kiinnostuneita näkemään myös inspiroivaa sisältöä, josta voisi soveltaa osia omaan ruoanlaittoon.

Yrityksen tuotto -osioon määritellään suunniteltu liiketoiminnasta saatava tuotto, joka saadaan vähentämällä liikevaihdosta kulut. Tässä osiossa arvioidaan, millaisen hinnan asiakas on palvelusta valmis maksamaan ja mistä yrityksen tuotto muodostuu.

Yrityksen ydinresursseihin luetaan kaikki liikevaihdon tuottamiseen tarvittavat voimavarat. Forage-konseptin osalta näitä ovat rahoitus perävaunun ostoa ja remontointia varten, konseptin operointiin tarvittavat luvat, kuten elintarvikehuoneistoluokitus, sekä korkeampi tulos, jotta voidaan kattaa suurentuneet kulut. Lisäksi perävaunun säilytykseen tarvitaan pysyvä ja turvallinen pysäköinti- tai säilytyspaikka.

Keskeisiin yhteistyökumppaneihin ja sidosryhmiin lukeutuu liiketoiminnan mahdollistamiseen pakolliset kumppanit, joilta hankitaan toimintaan tarvittavia resursseja tai joiden avulla muuten mahdollistetaan yrityksen toiminta. Tähän osioon lukeutuu opinnäytetyön näkökulmasta erityisesti yritysasiakkaat, joiden avulla voidaan kasvattaa toimintaa yhteistyön myötä.

Yrityksen kulujen rakenne kertoo kaikki yritystoiminnan aloittamiseen tarvittavat kulut ja miten ne tullaan hankkimaan. Lisäksi arvioidaan mitkä yrityksen osa-alueet tulee kalliimmiksi ja mistä voidaan mahdollisesti säästää. Forage-konseptin rahoitus tulee yrityslainasta, jonka käsirahaan on säästettävä yrityksen tuloja.



Kuva 54. Annos salaattia



# 4. Toimeksianto

## 4.1 Toimeksiannon kehitys

Opinnäytetyön suunnitteluvaiheessa toimeksiantona oli suunnitella liikkuva catering-keittiö vaunuun tai pakettiautoon, joka olisi mahdollisimman omavarainen. Halusin sisällyttää konseptiin erilaisten yrttien ja kasvien kasvatusmahdollisuuden ja tein paljon taustatutkimusta esimerkiksi kasvatusseineistä, joita voisin lisätä liikkuvaan autoon tai vaunuun. Tämä osoittautui kuitenkin käytännössä hankalaksi, sillä kasvit kärsisivät sääolosuhteista, autojen saasteista ja matkustamisesta, joten rajasin kasvatusmahdollisuuden pois konseptista. Tavoitteena oli luoda visuaalisesti miellyttävä konsepti, joka toimisi ikään kuin jatkeena ympäröivälle luonnolle, mutta sopisi myös hienompiin tilaisuuksiin ja ympäristöön, kuten häihin. Lisäksi konseptin tuli sopia idaida Oy:n brändiin, eli laadukkaasti valmistettuun ja keräilyyn kotimaiseen

lähiruokaan, joka valmistetaan sesongit huomioiden hienostuneeksi fine dining -ruoaksi.

Projektin edetessä rajasin toimeksiantoa edelleen ja päädyin kulusyistä ja monipuolisemmista tilamahdollisuuksista johtuen valitsemaan vaunun keittiön rakennuspohjaksi. Konseptin pilariksi muodostui luontoelämys, jonka ympärille kehitin palvelumallin. Halusin kuitenkin pitäytyä ajatuksessa siitä, että mobiilikeittiö voisi operoida myös keskellä metsää, mikä vaikutti työn edetessä suuresti esimerkiksi vaunun ulkonäön suunnitteluun.

Ohjaajilta ja yleisöltä saatujen kommenttien perusteella konseptin toiseksi design driveriksi muodostui itsekeräilyt ainekset luonnosta, mikä vaikutti olevan yleisesti kiinnostavin aspekti tarjoamaani palvelua.



Kuva 55. Sotkuinen asetelma



Koska pienyrityksenä on elintärkeää erottua edukseen kilpailusta, päätin korostaa tätä omalaatuisinta piirrettä edelleen, sisällyttämällä kurssitoimintaa lisäpalveluna konseptiini, mikä mahdollisti asiakkaiden osallistumista keräilyvaiheeseen. Halusin myös lisätä tietoa Suomen luonnosta löytyviin herkullisiin kasveihin, mikä tuntui vastaavan tämänhetkisiin trendeihin luonnon vetovoiman kasvamisesta ja elämysperäisten palveluiden suosiosta. konseptiini, mikä mahdollisti asiakkaiden osallistumista keräilyvaiheeseen. Halusin myös lisätä tietoa Suomen luonnosta löytyviin herkullisiin kasveihin, mikä tuntui vastaavan tämänhetkisiin trendeihin luonnon vetovoiman kasvamisesta ja elämysperäisten palveluiden suosiosta.



Kuva 56. Putoavat kukat

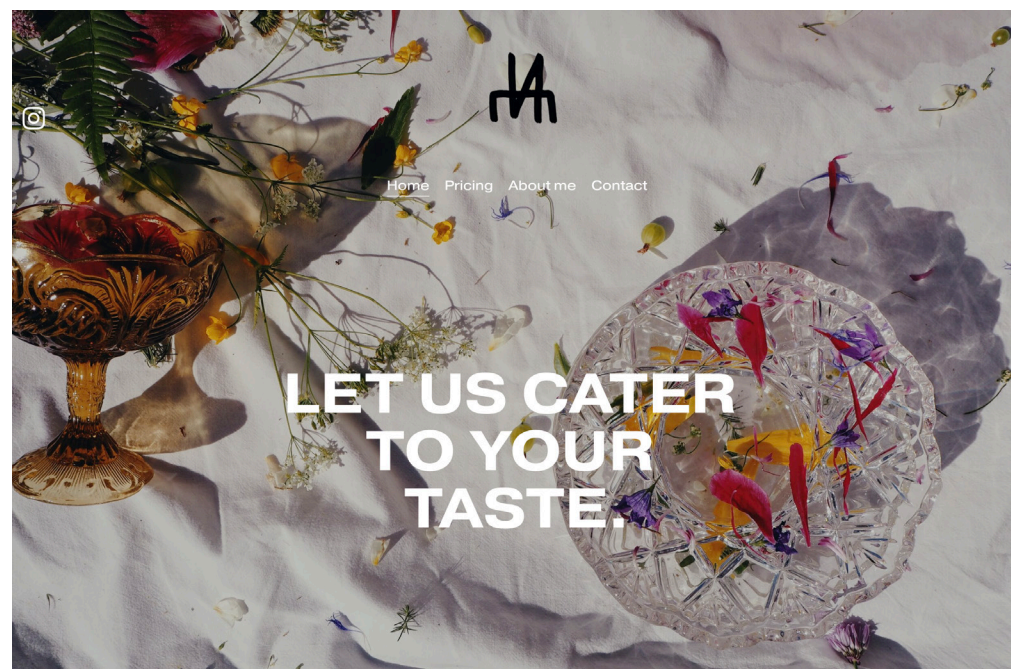


## 4.2 Brändi

Idaidan brändi on yksinkertainen, mutta visuaalisesti painottunut, joten halusin jatkaa samaa teemaa kehittämässäni konseptissa. Brändi on rakentunut luonnon inspiroimana ja kotimaisuuden, sekä itsekeräilyjen ainesosien ympärille. Ennen yrityksen perustamista kävin usein erilaisissa lähialueen metsissä rentoutuakseni, ja siellä ollessa kiinnostuin tut-kimaan syötäviä kasveja ja niiden käyttötarkoituksia. Kokeilin yhdistää taitoani ruoanlaittoon ja uutta innostusta villiyrteihin, ja päädyin löytämään monia herkullisia käyttökohteita keräilemilleni kasveille. Ruoanlaittotyylini on aina perustunut yksittäisten laadukkaiden ainesosien kunnioittamiseen, joten villiyrteiden käyttö samalla periaatteella sopi tyyliini kuin valettu. Tunsin löytäneeni erottavan tekijän, jonka perusteella ryhdyin rakentamaan brändiä.

Yrityksen toinen määrittelevä tekijä on ollut se, että teen kaiken kokonaan itse, mitä asiakkaat ja lähipiirini tuovat usein esiin. Kyseessä on kuitenkin toinen minulle ominainen piirre, työskentelen mieluiten yksin ja omaan tahtiini. Tästäkin syystä yrittäjäyys oli minulle luonnollinen polku, ja tämän oivallettua ryhdyin suunnittelemaan ja testaamaan yritystoimintaa. Idaidan brändiin kuuluu luonnonmukaisuus, tietynlainen omintakeisuus ja käsityöaspekti.

Brändin väritys tulee kirpputoreilta keräilemistäni lasipulloista, ja niihin sointuvista luonnon-ainesosista. Palvelussani on ollut painopiste laadukkaan kotimaisen ruoan lisäksi kauniissa esillepanossa ja asetelmissa. Olen aina saanut positiivista palautetta tarjoiluasetelmista, joiden välityksellä taiteellisuuteni näkyy ruoassani, jokainen annos on itsessään kuin taideteos.

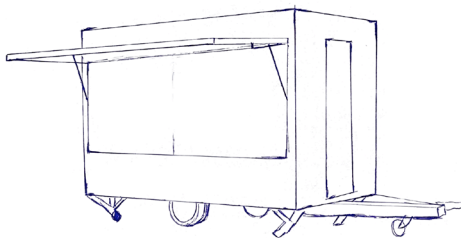


Kuva 57. idaida Oy:n verkkosivut

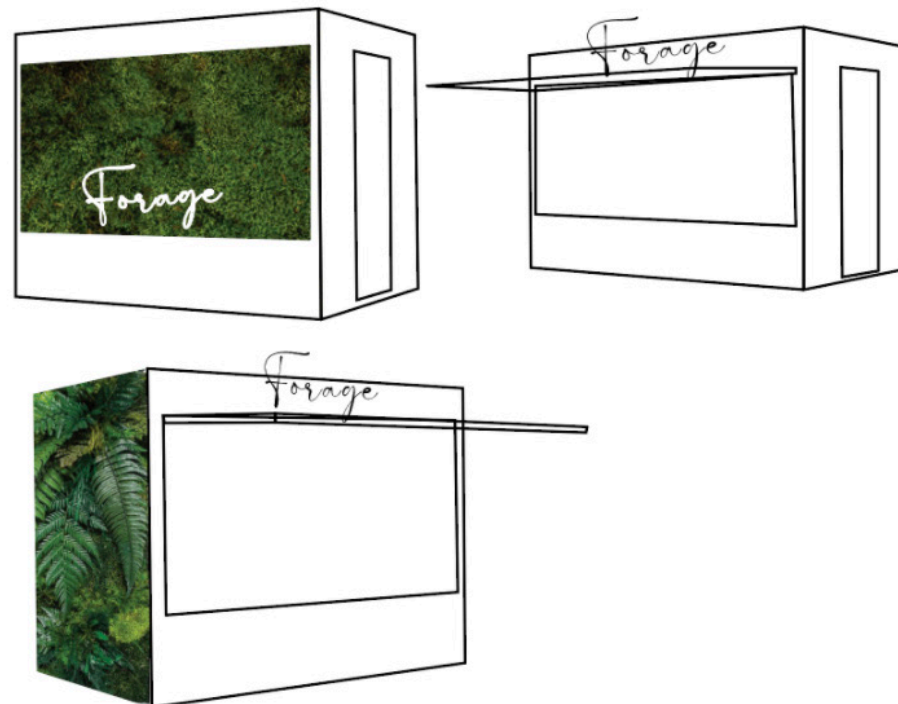
# 5. Ideointi

## 5.1 Ulkoiset osat

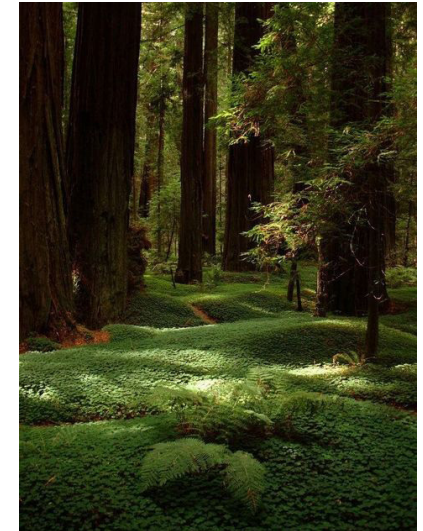
Ideointi alkoi heti taustatietojen keruun jälkeen, jolloin koostettiin alustavia mood boardeja ja luonnoksia. Luonnostelun avulla hahmotettiin haluttu visuaalinen ilme konseptiin, jonka inspiraationa toimi luonnon materiaalit ja metsä ympäristönä. Inspiraatiota saatiin erityisesti sammaleesta, sen väreistä ja tekstuurista.



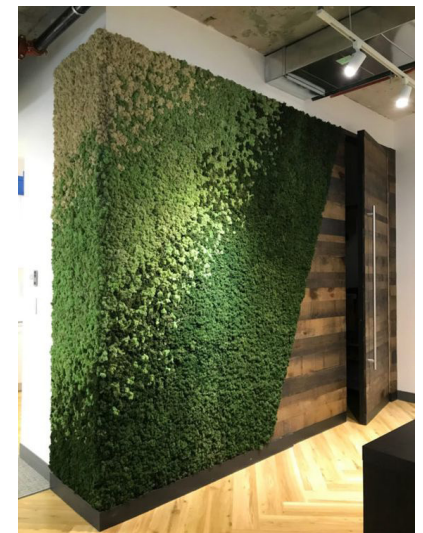
Kuva 58. Luonnos perävaunusta



Kuva 59. Luonnoksia sammalseinästä mukaillen Dowsing & Reynolds, MossMossArt



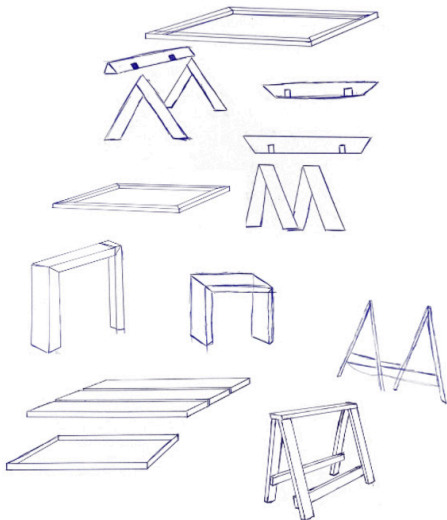
Kuva 60. Sammalta (Malfica Mi Mundo 2017.)



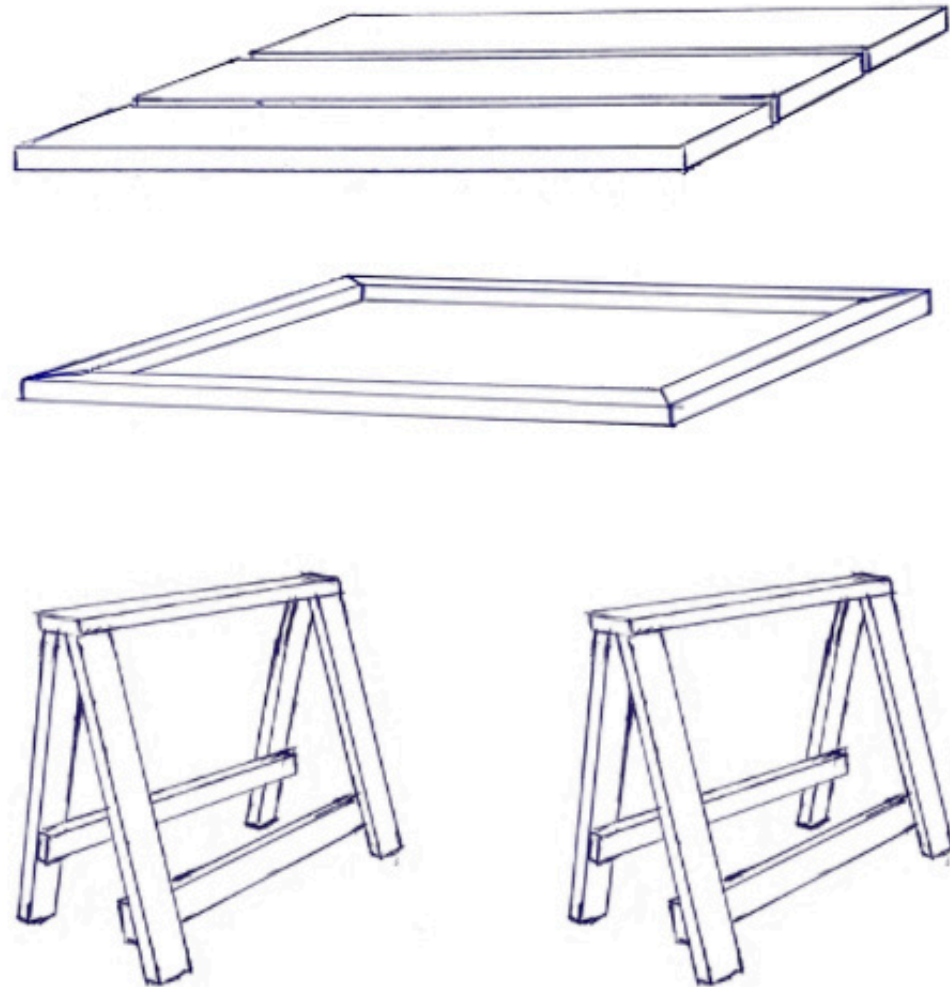
Kuva 61. Sammalseinä (ByNature.)



Sisätilaan haluttiin luoda mahdollisimman tehokkaasti toimiva keittiö todennettuihin tarpeisiin. Päiväkirjatutkimuksen avulla kartoitettiin työtapoja, joita käytin avuksi työtilan suunnittelussa. Ennen haastatteluja ja työpajaa hahmottelin myös ruokakärryä ympäröiviä osia konseptista, kuten istumapaikkoja, pöytiä ja lisäpalveluita kuten keräily- ja villiyrttikurssien mahdollista sisältöä.



Kuva 62. Luonnoksia pöydästä



Kuva 63. Luonnoksia pöydästä

## 5.2 Tilasuunnitelma

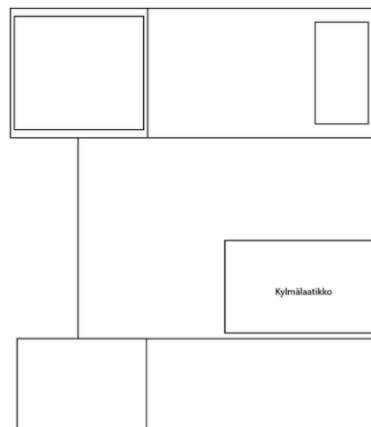
Tilasuunnitelman tarkoituksena oli hahmottaa käytettävissä oleva tila ja hyödyntää se mahdollisimman tehokkaasti. Tilasuunnitelmaa hahmoteltiin mittaamalla omaa keittiötilaani, jossa teen osan esivalmisteluista ennen catering-keikkojani. Omasta keittiöstä mittasin tason ja tilan, jota useimmiten käytän, en siis koko keittiötä. Päiväkirjatutkimuksen valmistuttua rajasin tarvittavat laitteet ja työkalut tilasuunnitelmaani. Tutkimuksen mukaan tarvittiin vähintään kolme liesipaikkaa, ja koska tällaista liettä ei ole olemassa, valitsin neljän paikan lieden. Tutkimuksessa eniten käyttämäni keittiötyökalu oli uuni, joten sille oli varmistettava tarvittava tila. Mobiilikeittiöön tarvittiin kiertoilmauunin, jotta voidaan tehokkaammin valmistaa usealla tasolla ruokaa saman aikaisesti. Tutkimuksen perusteella kiertoilmauuni on samankokoinen kuin kaikki

muutkin uunit. Tässä vaiheessa piirrettiin mahdollisimman tiivis versio tilasuunnitelmasta tarvituilla laitteilla, josta on helpompi laajentaa, jos perävaunussa olisi ylimääräistä tilaa.

Oma keittiö



1. vedos  
kuluttajalaitteilla



2. vedos  
laitteiden vertailu



Kuva 64. Luonnoksia tilasuunnitelmasta



Perävaunuun rakentaessa on myös tärkeää ottaa huomioon painorajoitukset, kuten trailerin suurin kantavuus, ja lain mukaan määriteltyt maksimipainot tietyn perävaunun kokoluokan ja hallussa olevan ajokortin rajoitusten mukaan. Valitusta perävaunusta saatiin ulkomitat tilasuunnitelmaa varten. Sisämittojen saannissa oli hieman ongelmia, kun ei päässyt tutustumaan perävaunuun paikan päällä. Tiivis tilasuunnitelma laajennettiin sopimaan perävaunun mittoihin, mikä mahdollisti työtasojen leveyden kasvattamisen ja standardikokoisen tiskialtaan valitsemisen tilaan. Tämä mahdollistaa tilassa tiskauksen tarpeen vaatiessa, mistä on hyötyä rajoitetun lautasäärän kanssa ruokaa tarjoillessa tai vaihtuvan menun valmistamisessa. Tilasta päätettiin jättää pois tiskikone ja jääkaappi tilan rajallisuuden takia, sekä painon vähentämiseksi. Tilaan

haluttiin vain välttämättömät laitteet, jotta sähkön ja veden tarve pysyisi minimissä ekologisuuden ja vaihtelevan saatavuuden takia.



Kuva 65. Valittu tiskiallas (Ikea 2022.)



Kuva 66. Valittu hana (Ikea 2022.)





Esityksessä näytettiin myös Nomadic Hotelsin markkinointivideo Woodland Feast -konseptista, jonka avulla luotiin parempaa ymmärrystä konseptin toiminnasta. Konseptin esittelyn jälkeen vastattiin osallistujien kysymyksiin ja kerättiin osallistujilta kommentteja.



Kuva 68. Metsäinen ruokailu (Artemis Photography.)



Kuva 69. Ruokailu metsässä (The Forest Feast 2016.)



## 6.2 Työpaja

Kiireisen joulusesongin ja aikataulutuksen ongelmista johtuen piti säästää aikaa ja toteuttaa työpaja samassa haastatteluiden kanssa. Tilaisuus oli jaettu kahteen, jossa ensin suoritettiin haastattelut puolistrukturoituina, jonka jälkeen pidettiin esitelmä opinnäytetyöprojektista, sekä esiteltiin alustava Forage-konsepti. Työpaja toteutettiin kahdessa osassa, joista ensimmäisessä oli kaksi osallistujaa ja toisessa yksi. Yhteensä kolme asiakasta osallistui työpajoihin, mutta herännyt keskustelu oli niin antoisaa ja sain mielestäni tarpeeksi tietoa konseptin jatkokehitykseen. Kaksi osallistujista oli yrittäjiä ja toisella heistä on luontoelämysyritys, mikä toi osaavaa näkökulmaa työpajaan.



Kuva 70. Työpaja (Hahko 2022.)



Esityksen jälkeen avattiin keskustelu kysymyksellä, jonka jälkeen toimin pääosin fasilitoijan roolissa. Esityksessä kerrottiin idaida Oy:n taustoista ja periaatteista, sekä brändistä. Sitten avattiin osallistujille kuvien avulla, miten brändi on kehittynyt ideasta käytäntöön, minkä jälkeen esiteltiin vielä lyhyesti konsepti ja näytettiin tunnelmakuja ja video esikuva-analyysin avulla löydetyistä vastaavasta, Nomadic Hotelsin Forest Feast -konseptista. Videossa esiintyy keskellä metsäaluetta oleva suuri pöytä, johon on katettu kaunis illallistarjoilu kynttelikköineen, sekä ihmisiä nauttimassa ateriaa luonnon keskellä. Ensimmäiseksi kysyttiin osallistujilta, mitä tunteita videosta heräsi. Osallistujien kesken video herätti innostusta ja mielenkiintoa. Kaksi halusi heti lähteä metsään ruokailemaan, kun taas kolmas innostui metsän hyödyntämisestä taustana ruokapalvelulle.

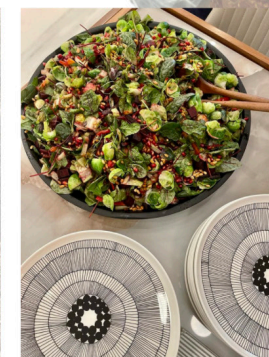
## First there was fire



idaida 



idaida 



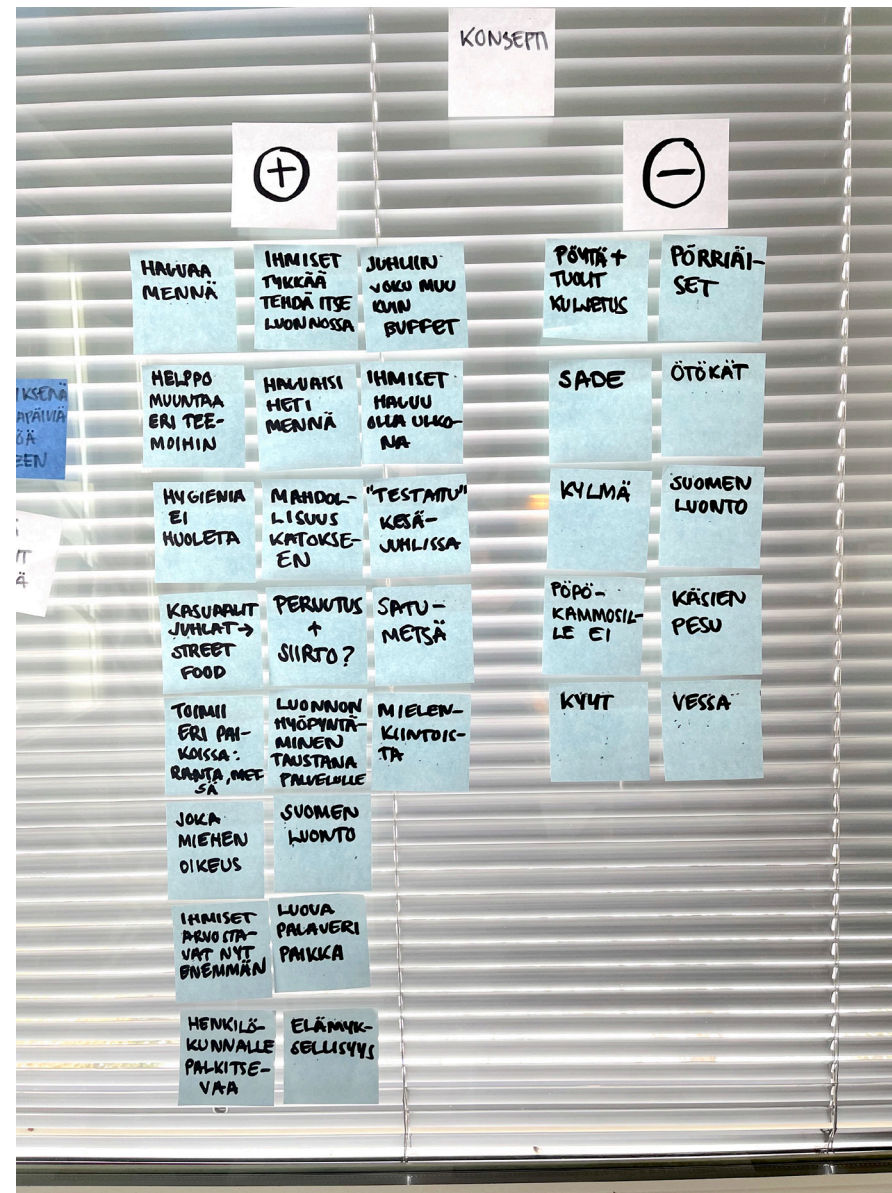
Kuva 71, 72 & 73. Otteita työpajan esityksestä

## 6.2.1 Työpajan analysointi

Työpajan tuloksia analysoitiin tekemällä niistä SWOT-analyysi, jossa eroteltiin vastauksista konseptin vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat.

Työpajaan osallistuneet löysivät konseptista eniten vahvuuksia. Osallistujat olivat kiinnostuneita kokeilemaan ruokailua luonnon keskellä ja konsepti koettiin yleisesti mielenkiintoiseksi.

Konseptiin kuuluva elämyksellisyys koettiin vahvuutena. Osallistujat vertasivat tätä globaaleihin pandemian loppupäässä syntyneisiin trendeihin, joissa ihmiset ovat enemmän kiinnostuneet kokemuksista, kuin pelkästä luksuksesta. Myös pandemian aikana kasvanut kotimaan matkailu liitettiin konseptiin ja osallistujat uskoivat Suomen luonnon vetovoiman jatkuvan myös tulevaisuudessa. Työpajaan osallistunut eräretkiyrittäjä kertoi omasta kokemuksesta ihmisten arvostavan juuri itse tekemistä ja



Kuva 74. Työpajan purku

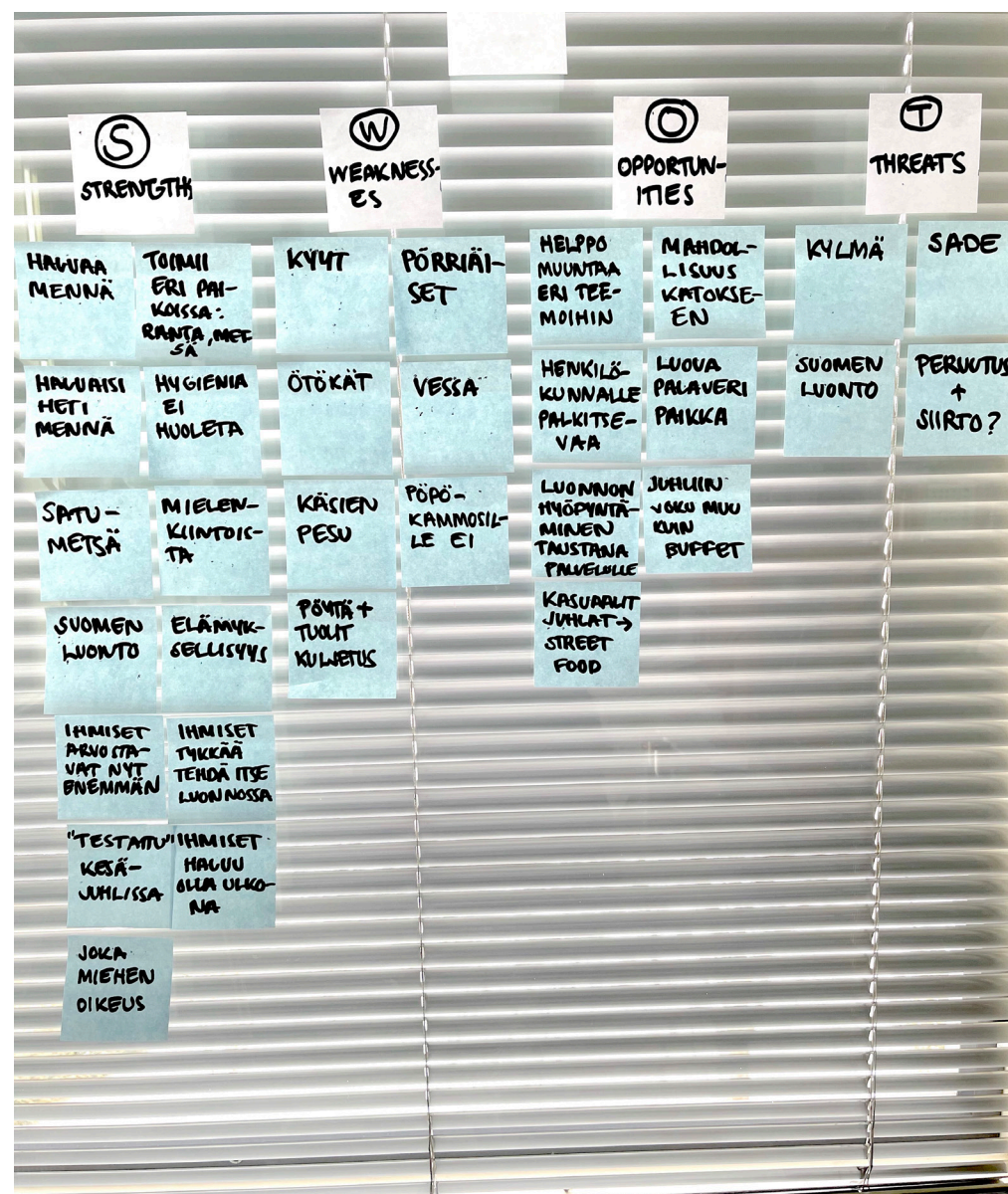


luonnossa vietettyä aikaa hänen palveluitaan kuluttaessa, joten hän uskoi saman ilmiön jatkuvan myös Forage-konseptin osalta. Helteisinä kesäpäivinä osallistujien mukaan ihmiset haluavat mieluiten viettää aikaa ulkona, mikä toimisi myös konseptin hyödyksi. Konsepti voitiin kuvitella helposti eri ympäristöihin liikkuvuuden takia ja osallistujat näkivät mahdollisuuden toteuttaa elämystä niin rannalla, metsässä kuin kotipihalla. Metsässä järjestetty ruokailu vaikutti osallistujien mielestä käytännössä mahdolliselta joka miehen oikeuden takia. Yleisesti osallistujat uskoivat asiakkaiden arvostavan luontoelämystä yhdistettynä hyvään ruokaan.

Konseptin heikkouksiin kaikki osallistujat toivat eri huolenaiheita. Yleisesti eniten huoletti metsän eläimet ja hyönteiset, kuten kyyt, ampiaiset, hyttyset ja muut "pörriäiset".

Toinen huolenaihe oli pöytien ja tuolien kuljetus, minkä uskon johtuvankonseptin keskeneräisyydestä ja siitä, etten esittänyt työpajassa trailerin tilasuunnitelmaa. Selitin suullisesti kuitenkin suunnitelman kuljetukseen, mitä en itse kokenut ongelmaksi. Vaikka yleisesti ruokailuun liittyvä hygienia ei huolettanut, yksi osallistujista uskoi hyvin bakteerikammoisten asiakkaiden jäävän pois konseptin mahdollisista asiakkaista.

Konseptin suunniteluun suurin vaikutus oli työpajassa esiin nousseella huolella vessajärjestelyistä. Tämä ei ollut tullut mieleen ollenkaan, joten olin tyytyväinen, että se tuotiin esiin tässä vaiheessa. Käsien pesu mahdollisuus oli tähän liittyvä huoli, mikä oli helpompi ratkaista, esimerkiksi kannulla puhdasta vettä ja käsidesillä.



Kuva 75. Työpajan SWOT-analyysi



Konseptin mahdollisuuksiin lajittelin muunnettavuuden, jonka osallistujat toivat esiin. Esimerkiksi pöytäliinoilla ja muilla pöydän koristeilla osallistujat kuvittelivat konseptin soveltuvan niin rouheaksi ja luonnolliseksi metsäruokailuksi, hienostuneemmaksi illalliskutsuiksi ja ruudullisilla pöytäliinoilla vaikka Italia-teemaiseksi. Konsepti sopisi osallistujien mielestä myös täydelliseksi paikaksi luovalle palaverille tai työntekijöiden virkistyspäivään. Luonnon keskellä työskentely nähtiin motivoivana ja palkitsevana kokemuksena, mikä onnistuisi konseptin avulla ilman liiallista vaivaa työnantajan tai järjestäjän puolelta. Muuntautuvuudesta puhuttiin myös kuvittelemalla konsepti perinteisiin catering-ympäristöihin, kuten ylioppilasjuhliin. Osallistujien mielestä tämän tuoma vaihtoehto tylsälle buffet-tarjoilulle olisi hienoa.

Konsepti voisi osallistujien mukaan toimia myös rennoissa juhlissa, jolloin kärrystä tarjoiltaisiin enemmän street food -tyylisiä annoksia. Yleisesti luonnon hyödyntäminen taustana laadukkaalle palvelulle oli osallistujien mukaan todella kiinnostava ajatus.

Uhkina konseptille koettiin sääolosuhteet. Vaikka Suomen luonto mainittiin myös vahvuuk-sissa, sään vaihtelu ja arvaamattomuus tuo mukanaan myös uhan. Erityisesti peruutus ja siirto mahdollisuuksien järjestäminen koettiin mahdollisesti ongelmana, erityisesti se, miten lyhyellä varoitusajalla voidaan peruuttaa tai siirtää varaus sääolosuhteiden takia. Säähän liittyen yllättävä kylmyys erityisesti juhlavaatetuksen vuoksi voisi aiheuttaa epämiellyttävän kokemuksen keskellä metsää. Sateen suojaa voisi konseptiin tuoda erillinen katos.



Kuva 76. Kukkia ja lautasia



## 6.2.2 Lisäpalvelut konseptiin

Työpajan viimeisessä osassa kyseltiin osallistujilta, mitä he olisivat kiinnostuneita oppimaan konseptin kurssisisällöstä. Kiinnostusta löytyi paljon kurssitoimintaan. Yhden osallistujan kanssa olimme jo keskustelleet aiheesta, jolloin hän ilmaisi mielenkiintoa oppia yrteistä ja niiden käyttämisestä salaattinkastikkeissa. Myös peruskeittiötaidot, kuten pihvien paistaminen, risoton valmistus ja vihannesten valmistus kiinnostivat osallistujia. Yleisesti suurinta kiinnostusta heräsi kuitenkin luonnosta löytyviin syötäviin kasveihin ja sieniin.

Osallistujat näkivät kurssitoiminnan hieman erillisenä ruokailuelämyksestä, mutta esimer-kiksi yritysten virkistystoiminnassa nämä toimivat heidän mielestään parhaiten yhdessä. Osallistujat halusivat oppia mitä muita kasveja ja sieniä voisi kerätä luonnosta, vaikka eivät

hyödyntäisi tietoja omassa ruoanlaitossaan.

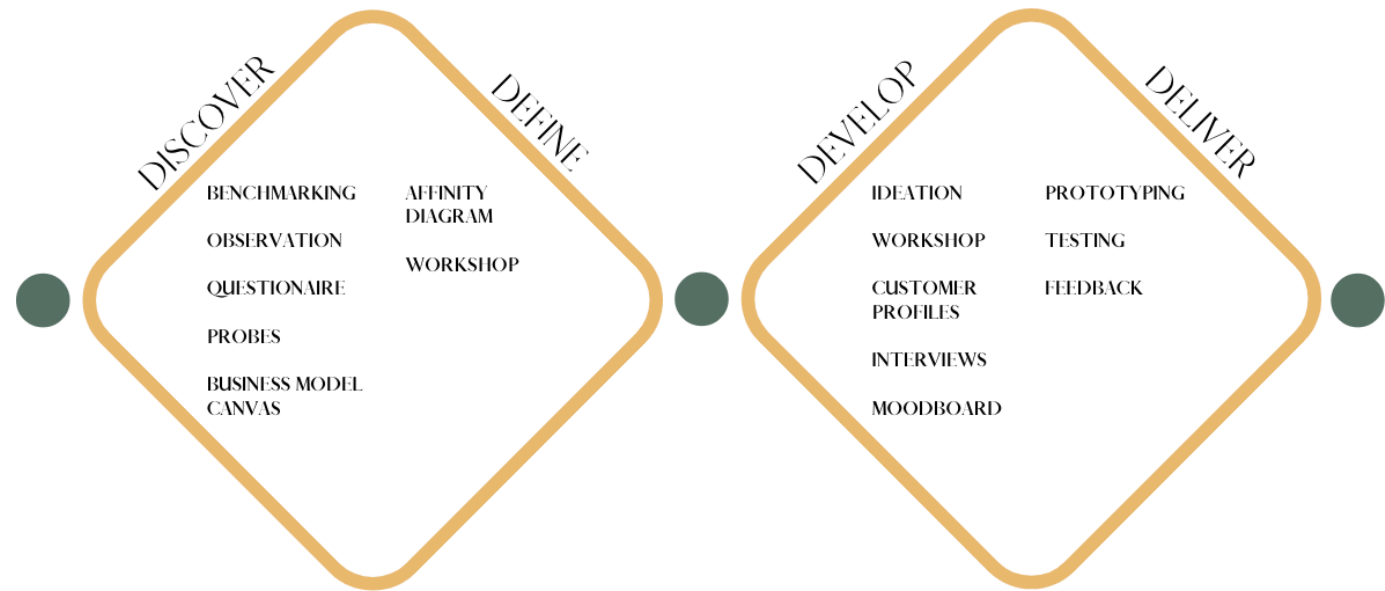


Kuvio 4. Kurssien sisältö

# 7. Lopputulos

## 7.1 Prosessi

Opinnäytetyön prosessi alkoi uppoutumalla erilaisiin kirjoihin ja muiden opinnäytetöihin oman aiheen lähipiirissä. Tutkimuksen kohteina oli seinäviljelyä, keittiöpuutarhoja, ja food truckeja. Tämän jälkeen siirryttiin tutkimaan samankaltaisia konsepteja esikuva-analyysi-menetelmällä. Esikuva-analyysin perusteella saatiin paljon tietoa mahdollisuuksista ja muista toteutetuista samantyyllisistä konsepteista. Ideointia ja tietoa saatiin myös tekemällä catering-työtä ja keskustelemalla asiakkaiden kanssa. Keskustelut lähipiiriin ja opettajien kanssa aiheen valinnasta johtivat ensimmäisiin aiheen rajauksiin. Aiheseminaariin mennessä toimeksiantona oli suunnitella mahdollisimman omavarainen liikkuva catering-keittiö, joka rakennettaisiin joko perävaunuun tai pakettiautoon. Konseptiin haluttiin liittää ainesten kasvatusmahdollisuuden, jotta voitaisiin kasvattaa yrtejä ja



Kuvio 5. Muotoiluprosessin tuplatimantti



muita kasveja ruoanlaittoa varten.

Visuaalisesti konseptin tuli olla miellyttävä ja sopia hienoihinkin tilaisuuksiin, kuten häihin. Konseptin tulisi saumattomasti sopia ympäröivään luontoon, siten sopien myös idaida Oy:n hyvin luonnonläheiseen brändiin. Ensimmäisen opinnäytetyöprosessin seminaarin jälkeen, saatiin parempaa ymmärrystä konseptin keskeisistä osista, joihin keskittyä. Yleisön ja ohjaajien mukaan kiinnostavin osa konseptia oli keräilyaspekti, joten päätin keskittyä rakentamaan konseptin sen ympärille. Lisäksi oli tarpeellista rajata aihetta valitsemalla joko pakettiauto tai perävaunu konseptin pohjaksi.

Tässä vaiheessa päätettiin jättää konseptin kasvatusmahdollisuus pois ja rajata työtä tiukemmin, jotta se olisi sopivan laaja, muttei liian yksityiskohtainen. Aikataulun suunnittelemisen auttoi

hahmottamaan mitä pystyisi toteuttamaan annetussa ajassa. Konseptin luonnon läheisyys oli edelleen tärkeä osa työtä, minkä takia päädyttiin suunnittelemaan catering-keittiö, joka voisi toimia keskellä metsää.

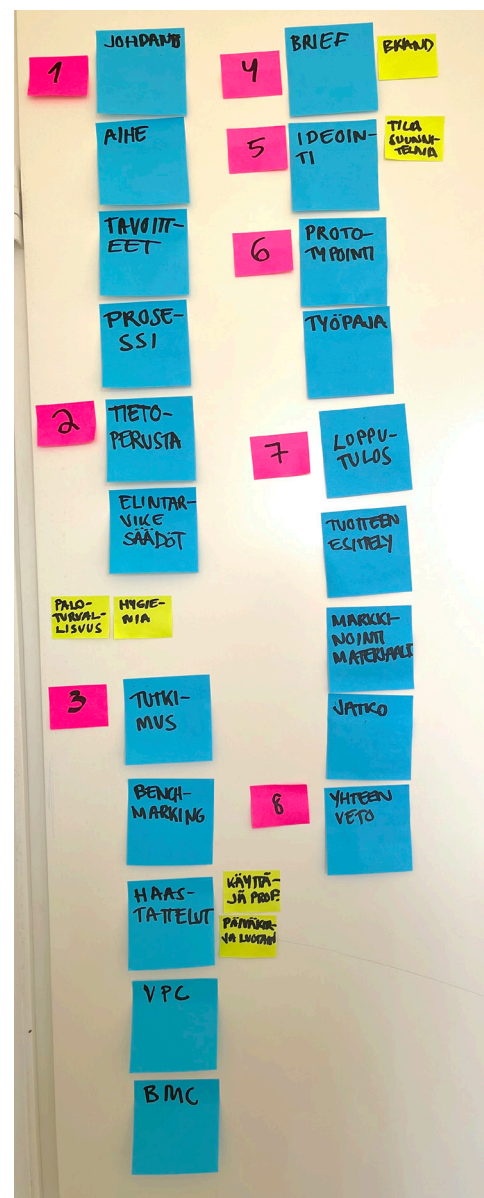
Tuomalla asiakkaat metsään, ei tarvitsisi tuoda metsää asiakkaille, mikä vaikutti realistisemmalta ratkaisulta. Kasvatukseen sisällyttäminen konseptiin toisi useita ongelmia, kuten kasvien pärjääminen erilaisissa sääolosuhteissa ja kuljetuksen aikana. Lisäksi kasvien hoito vaatisi paljon aikaa ja säännöllistä tarkkailua, mikä ei onnistuisi helposti, jos keittiö on säilytyksessä kauempana.



Kuva 77. Putoavat terälähdet

Keräilyaspektia haluttiin korostaa sisällyttämällä luonnosta keräiltyjä ainesosia mobiilikeittiössä valmistettuihin ruokiin. Muilta osilta toimeksianto säilyi samankaltaisena. Esikuva-analyysiä syvennettiin edelleen ja laajennettiin sisällyttämään myös ulkomailla toimivat vastaavat konseptit. Tarkoituksena oli löytää mahdollisimman läheisesti omaa konseptia vastaava palvelu, jotta voitiin ottaa oppia ja inspiraatiota, sekä varmistaa konseptin erottavuus kilpailijoista. Tutkimuksen tuloksena löytyi hyvin vastaava, mutta suuremman skaalan konsepti, joka toimi Iso-Britanniassa. Positiivista Forage-konseptin kannalta oli se, ettei esimerkiksi pohjoismaista löytynyt vastaavaa toimivaa konseptia tutkimuksessa.

Tässä vaiheessa työtä tehtiin ensimmäisen vedos dispositiosta, mikä auttoi arvioimaan käytettyjen lähteiden tarpeellisuutta ja tarkensi vielä tarvittavat lähteet. Työn jäsentely disposition ja aikataulun avulla sai edelleen rajattua visiota valmiista työstä, ja siihen tarvittavista osista. Ohjaajan ehdotuksesta tässä vaiheessa aloitettiin hahmottelemaan konseptia myös VPC- ja BMC-pohjien avulla. Seuraavaksi opinnäytetyön aihetta rajattiin valitsemalla toteutuksen pohjaksi perävaunu. Perävaunun valinnasta saatiin mitat tilasuunnitelmalle, jonka sisältöä kartoitettiin toteuttamalla päiväkirjatutkimus, jossa kirjattiin omia työskentelytapoja ja prosessia kahdella peräkkäisellä catering-keikalla. Päiväkirjatutkimuksen avulla hahmotettiin tarvittavat laitteet ja niiden sopiva koko.



Kuva 78 & 79. Disposition kehitys

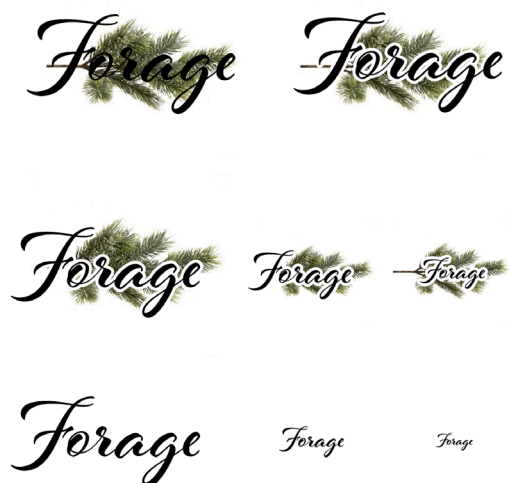


Tilasuunnitelmaa luonnosteltiin mittaamalla omaa keittiötä kotona, jonka perusteella suunniteltiin mahdollisimman tiivis toimiva keittiö, joka sisälsi kuitenkin kaikki tarvitsemani laitteet ja tilan. Lisäksi alustavasta tilasuunnitelmasta saatiin minimimitat, jotka autoivat perävaunun mallin valinnassa. Perävaunuksi valikoitui tutkimuksen ja useiden yhteydenottojen jälkeen pienin kolmesta tarjolla olevasta koosta, minkä jälkeen suurensin tilasuunnitelman kyseisen perävaunun mittoihin sopivaksi.

Opponenttina työssä toimi Hanna Kopra ja tapasimme ensi kertaa suunnitteluseminaarin jälkeen. Sain häneltä paljon kehitysideoita niin työhön, kuin yleisesti liiketoimintaan. Kopran kokemus ruokavaunuista ja työkokemus ravintoiloissa oli suureksi eduksi tässä vaiheessa prosessia.



Kuva 80. Tapaaminen opponoijan kanssa



Kuva 81. Opponoiijan ehdotus logosta (Kopra 2022.)

Loppuvuoden tullessa työtahti hidastui jonkin verran, sillä pikkujoulukausi on kiireistä aikaa catering-yritykselle. Lisäksi haastatteluihin ja työpajoihin osallistuvat asiakkaat olivat hyvin kiireisiä. Tässä vaiheessa aloitettiin kirjoitusprosessi ja tarkennettiin taustatietoja. Lisäksi hahmoteltiin alustava konsepti tulevia työpajoja varten.

Seuraavaksi viimeisteltiin tilasuunnitelman perusteella tehdyt pohjapiirroksot perävaunun sisustuksesta ja ryhdyttiin hahmottelemaan vaunun ulkopuolta. Tavoitteena oli edelleen tuoda metsää vahvasti mobiilikeittiöön, joten kärryn ulkoseiniin suunniteltiin sammalseinää. Luonnostelua tapahtui myös konseptin logon osalta, johon toimi inspiraationa jälleen metsän puut ja luonnosta kerättyt kasvit.

Vuoden vaihteen jälkeen päätettiin yhdistää haastattelut

ja työpajan kaksi osaiseen tapaamiseen asiakkaiden kanssa, jossa aluksi pidettiin puolistrukturoitu haastattelu, sitten esiteltiin alustava konseptin, minkä jälkeen kerättiin ajatuksia ja kommentteja konseptista. Haastattelujen purku tapahtui samankaltaisuuskaaviolla, tässä tapauksessa tarralapuilla seinälle. Työpajan purkua tehtiin poimimalla muistiinpanoista ydinasiat ja samankaltaisuudet. Nousseet huomiot analysoitiin SWOT-analyysillä, jakamalla ne vahvuuksiin, heikkouksiin, uhkiin ja mahdollisuuksiin.

Haastatteluiden ja työpajan pohjalta koostettiin käyttäjäprofiilit konseptin tulevista asiakkaista. Konseptiin suunniteltiin esiin tulleiden ajatusten perusteella kokoon taittuva pöytä, joka mahtuu kuljetuksen ajaksi mobiilikeittiön lattialle.



Kuva 82. Luonnos tilasuunnitelmasta



Lisäksi hahmoteltiin tuoleja, jotka myös olisi mahdollista kuljettaa perävaunussa. Konseptista jätettiin sammalseinä pois, sillä se kohtaisi hyvin samankaltaisia huolenaiheita kuin kasvatusseinä. Esiin nousi sen sijaan idea peräkärryn huomiota herättävästä, mutta visuaalisesti kauniista teippauksesta, joka kestäisi käyttöä huomattavasti parhaiten harkituista vaihtoehtoista. Lisäksi uniikki teippaus auttaisi markkinoimaan yritystä kuljetuksen aikana. Konseptiin suunniteltiin teippauksessa käytettävä kuvio piirrosten pohjalta.



Kuva 83. Luonnos kuviosta



Kuva 84. Luonnos kuviosta



Kuva 85. Luonnos kuviosta



Kuva 86. Nokkonen



Kuva 87. Lipstikka



Kuva 88. Salvia



Kuva 89. Luonnos kuviosta





Kuva 90. Mobiilikeittiö tummalla kuviolla (taustana Gumlar 2018.)



Huomiota herättävään ulkokuoreen kuului myös logon uudelleen suunnittelu, jotta se olisi selkeämmin kauas näkyvä. Tässä vaiheessa ryhdyttiin tuottamaan kuvia valmiista konseptista.



Kuva 93. Luonnoksia logosta



Kuva 94. Luonnos logosta



Kuva 91 & 92. Luonnoksia logosta



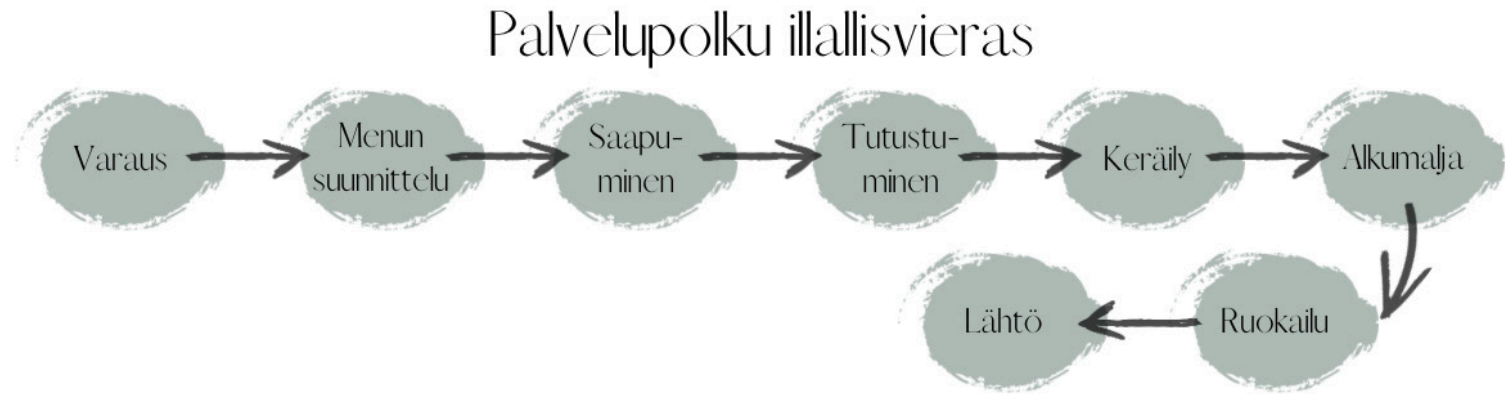
Kuva 95. Luonnos logon kuviosta



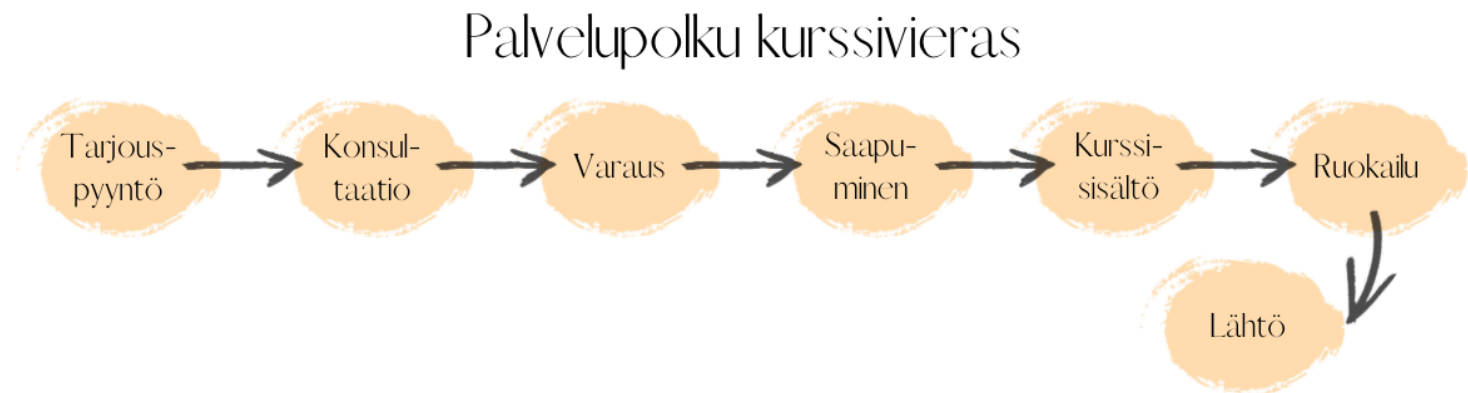
Kuva 96. Lopullinen logo

Lopuksi suunniteltiin konseptin kurssitoiminnasta palvelupolut ja peilattiin työn kehitystä alkuperäisiin design drivereihin. Design driverit päivitettiin vastaamaan työn lopputulosta.

Opinnäytetyön lopputuloksena syntyi konsepti luonnon keskellä toimivasta mobiilikeittiöstä catering-yritys idaida Oy:n käyttöön. Konsepti koostuu Masetin Unsinn VM myyntivaunuun suunnitellusta keittiöstä, kokoon taittuvasta pöydästä ja tuoleista, sekä lisäpalveluna tarjotusta kurssitoiminnasta.



Kuvio 6. Palvelupolku illallisvieraan näkökulmasta



Kuvio 7. Palvelupolku kurssivieraan näkökulmasta



## 7.2 Tuotteen esittely

Opinnäytetyön tuloksena syntyi Forage-konsepti. Konseptin ydin on ulkoruokailu, joka voidaan toteuttaa vaihtelevissa ympäristöissä perävaunun liikkuvuuden takia. Konsepti pyrkii yhdistämään herkullisen ja hienostuneen ruoan kauniiseen luonnon maisemaan, luoden asiakkaille muistettavan elämyksen.

Konsepti koostuu perävaunuun suunnitellusta catering-keittiöstä, ulkoruokailuun sopivasta ja helposti kuljetettavasta pöydästä, sekä tuoleista. Lisäpalveluna konseptiin on saatavilla opettavaista kurssitoimintaa, jossa asiakkaat pääsevät tutustumaan ympäröivään luontoon.



Kuva 97. Mobiilikeittiö metsässä (taustana Gumlar 2018.)





Kuva 98. Mobiilikeittiö puutarhassa ( Shah 2020.)

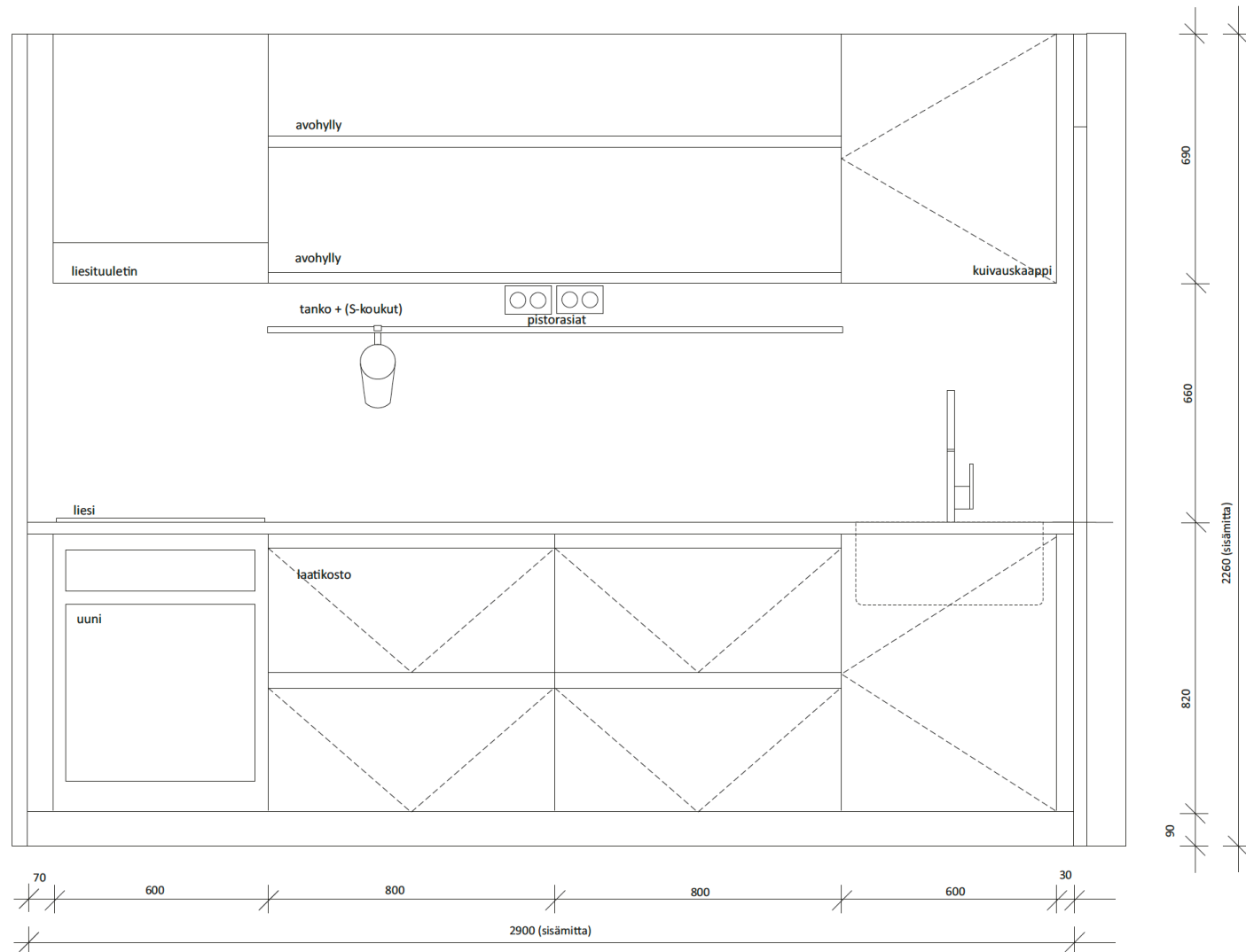


Kuva 99. Lopullinen kuvio

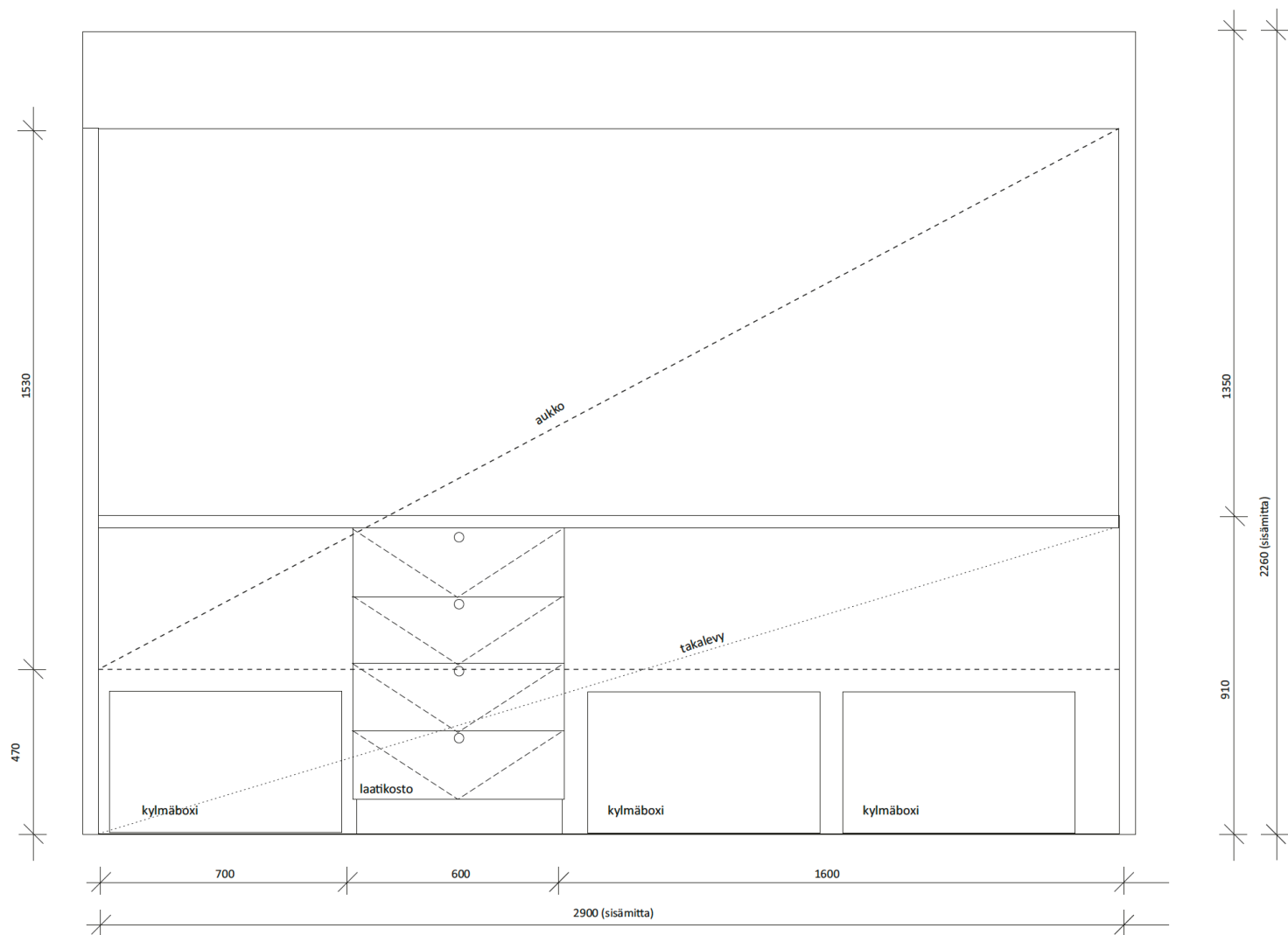


Kuva 100. Lopullinen logo



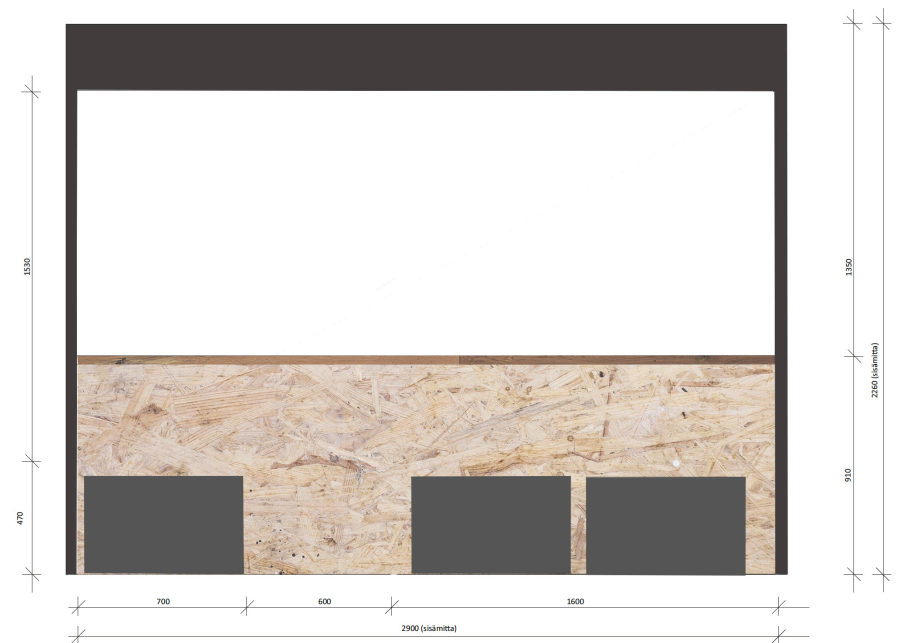
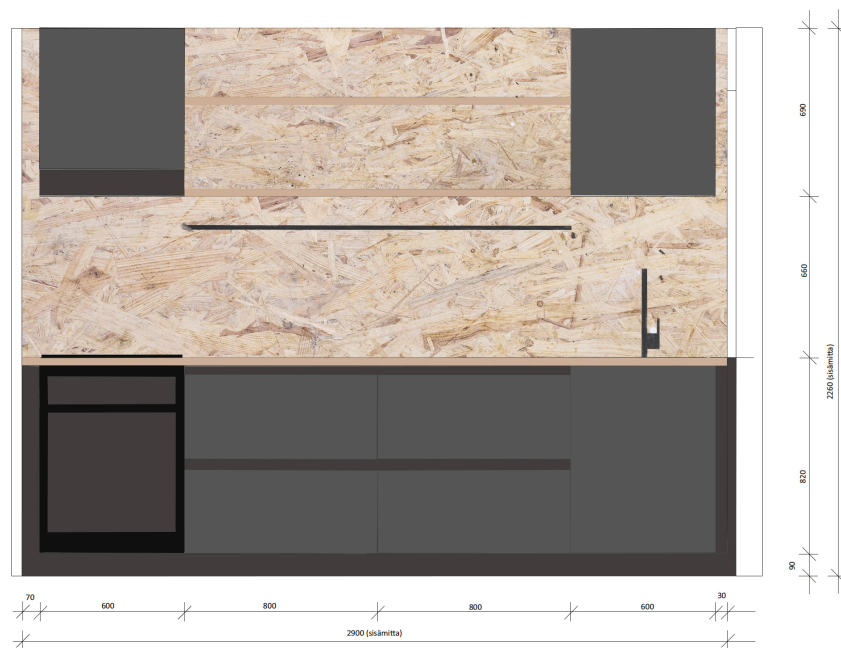


Kuva 101. Mobiilikeittiö piirros (mukaillen Litokorpi 2022.)



Kuva 102. Mobiilikeittiö piirros (mukaillen Litokorpi 2022.)





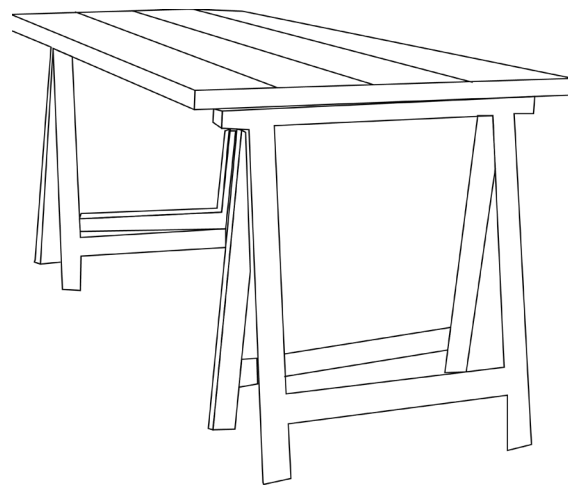
Kuva 103 & 104. Mobiilikeittiö väritetty (mukaiillen Litokorpi 2022.)



Kuva 105. Mobiilikeittiö julkisivukuva väritetty (mukaillen Litokorpi 2022.)

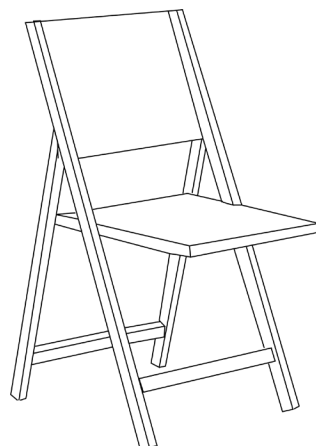


Opinnäytetyön tuloksena syntyi Forage-konsepti. Konseptin ydin on ulkoruokailu, joka voidaan toteuttaa vaihtelevissa ympäristöissä perävaunun liikkuvuuden takia. Konsepti pyrkii yhdistämään herkullisen ja hienostuneen ruoan kauniiseen luonnon maisemaan, luoden asiakkaille muistettavan elämyksen.



Kuva 106. Taitettava pöytä

Konsepti koostuu perävaunuun suunnitellusta catering-keittiöstä, ulkoruokailuun sopivasta ja helposti kuljetettavasta pöydästä, sekä tuoleista. Lisäpalveluna konseptiin on saatavilla opettavaista kurssitoimintaa, jossa asiakkaat pääsevät tutustumaan ympäröivään luontoon.



Kuva 107. Taitettava tuoli



Kuva 108. Taitettava tuoli ja pöytä metsässä (taustana Gumlar 2018.)



### 7.3 Jatkokehitys

Forage -konseptin jatkokehitysmahdollisuudet ovat laajat. Eri ympäristöissä toteutetut ruokailut voidaan laajentaa sisältämään monenlaisia ympäristöjä, kuten rantoja, mökkejä ja työpaikkoja. Liikkuva perävaunu voidaan siirtää erilaisiin tapahtumiin, kuten musiikkifestivaaleihin tai markkinoille. Konsepti voidaan myös monistaa useampaan perävaunuun, jolloin toimintaa voidaan siirtää eri puolille Suomea.

Konseptin kehityksen seuraava vaihe on Forage-konseptin toteuttaminen ja rakentaminen. Tarvittava rahoitus on kerättävä, jonka jälkeen voidaan ostaa valittu perävaunu ja rakentaa siihen suunniteltu keittiö. Konseptin käytännön toimintaa voisi ennen rakentamista testata pop up -tyylisellä kojulla. Lisäosien kuten katoksen ja vessaratkaisun lisääminen konseptiin olisi kiinnostavaa.



Kuva 109. Kukkalahden



# 8. Yhteenveto

## 8.1 Aiheen käsittely

Työn tarkoitus oli suunnitella catering-yrityksen käyttöön liikkuva keittiö, jonka avulla ruokapalveluita voidaan tuoda erilaisiin ympäristöihin, kuten metsään.

Työn aikana kerätty asiakastieto todensi, että elämyspohjaisen palvelun tuottaminen on kiinnostava ajatus, jolle on kysyntää.

Luontoon halutaan mennä ja siitä halutaan oppia lisää. Lisäksi luonnosta keräilty ainekset kiinnostavat monia, mutta harva osaa niitä hyödyntää keittiössä. Konseptin lisäpalveluna suunniteltu kurssitoiminta tuo asiakkaat luonnon keskelle kehittämään keittiössä tarvittavia taitoja ja oppimaan uusista luonnon aineksista. Asiakkaille on arvokasta uusien ruokaelämysten kokeminen, josta he saavat inspiraatiota myös arkiseen ruoanlaittoon.

Asiakkaat toivovat

catering-palvelulta myös muuntautumiskykyä, mikä mahdollistaa erilaisten visioiden toteuttamisen vaivattomasti. Varmistamalla tarpeelliset työskentelytilat itsenäisellä ja elintarvikelainsäädännön mukaisella liikkuvalla elintarvikehuoneistolla, pystyy keskittymään yksilöllisen palvelukokemuksen tuottamiseen ja ruoan laatuun.

Liikkuva catering-keittiö tuo laadukkaat makuelämykset kaikkien saataville, omista keittiötiloista riippumatta. Forage-konsepti vie ruokailun luonnon keskelle, missä aikaisemmin on valmistettu vain retkiruokaa. Konsepti haastaa ajatusta siitä, että fine dining -ruokaa voidaan nauttia vain hallitussa ympäristössä muiden ihmisten keskellä. Asiakas voi tuoda lähipiirinsä illalliskutsuille keskelle metsää ja kokea hienostuneen ruoan lisäksi luonnon rauhan ja kauneuden.

Yritys voi ideoida luovia ratkaisuita projekteihinsa raittiissa ilmassa ja kaukana kaupungin hälinästä. Forage-konseptin asiakas kertoo toivomansa teeman ja sijainnin, ja laadukas catering-palvelu järjestetään vaivattomasti paikalle.



Kuva 110. Kukkalautasia



## 8.2 Tavoitteiden toteutus

Opinnäytetyöprosessin varrella työn tavoitteeksi tarkentui luoda visuaalisesti miellyttävä, mobiilikeittiöratkaisu perävaunuun, joka mahdollistaisi luonnon hyödyntämisen inspiraationa ja ympäristönä ruokapalvelulle. Opinnäytetyön lopputuloksena syntynyt Forage-konsepti täyttää nämä vaatimukset.

Konseptin visuaalisuus on varmistettu suunnittelemalla visuaalinen kuvio perävaunun ulkokuoren teippaukseen, sekä yhteen sopiva logo. Lisäksi konseptin huonekalut ovat yksinkertaisen kauniita, mutta samalla käyttötarkoitukseen ja kuljetukseen soveltuvia. Perävaunun sisällä oleva keittiö on suunniteltu toiminnallisuuden pohjalta, mutta materiaalivalinnoissa on huomioitu myös visuaalinen puoli.

Forage-konseptin liikkuvuus mahdollistaa toiminnan keskellä luontoa. Tämä tuo luonnon konseptin ympäristöksi ja innoitukseksi.



Kuva 111. Luonnon aineksia



# Lähteet

## Sähköiset lähteet

Elintarvikelaki 297/2021.

Food Truck Company. How we work. Viitattu 4.10.2021. Saatavissa <https://www.foodtruckcompany.com/how-we-work/>

Helmikallio Oy. Jaakko ja Helmi Kallio. Viitattu 16.12.2022. Saatavissa <https://www.helmikallio.fi/tarina>

Masetti Oy a. Etusivu. Viitattu 3.1.2022. Saatavissa <https://masetti.fi/>

Masetti Oy b. Unsinn peräkärryt. Viitattu 3.1.2022. Saatavissa <https://masetti.fi/unsinn-umpikorit-perakarryt/articles/vm-myyntivaunut>

Metos Oy Ab a. Ceramic Range+Oven Aardox C4/220 400V3N. Viitattu 7.2.2022. Saatavissa <https://www.metos.fi/product/ceramic-range-oven-ardox-c4-220-400v3n/>

Metos Oy Ab b. Korkeussäätöpöytä Metos ATHM1665, manuaalinen. Viitattu 7.2.2022. Saatavissa <https://www.metos.fi/product/korkeus-saatopoyta-metos-athm1665-manuaalinen/>

Nomadic Dinners Ltd. 2022a. About Us. Viitattu 9.11.2021. Saatavissa <https://www.experiencenomadic.com/about/>

Nomadic Dinners Ltd. 2022b. Reviews. Viitattu 9.11.2021. Saatavissa <https://www.experiencenomadic.com/reviews/>

Paloturvallisuusviikko. Paloturvallisuusvinkit keittiöön. Viitattu 10.2.2022. Saatavissa <https://paloturvallisuusviikko.fi/paloturvallisuusvinkit/paloturvallisuusvinkit-keittioon/>

Osterwalder, A., Pigneur, Y. Bernarda, G. & Smith, A. 2015. Value Proposition Design: How to Create Products and Services Customers Want. E-kirja. John Wiley & Sons. Google Books.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. 2013. Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. E-kirja. John Wiley & Sons. Google Books.

Ruokavirasto a. Elintarvikeala. Viitattu 8.2.2022. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/>

Ruokavirasto b. Jäljitettävyyden vaatimukset. Viitattu 8.2.2022. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/elintarvikealan-yhteiset-vaatimukset/omavalvonta/jaljitettavyys/>

Ruokavirasto c. Omavalvonnan periaatteet. Viitattu 8.2.2022. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/elintarvikealan-yhteiset-vaatimukset/omavalvonta/omavalvonnan-periaatteet/>

Ruokavirasto d. Omavalvonta. Viitattu 8.2.2022. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/elintarvikealan-yhteiset-vaatimukset/omavalvonta/>

# Lähteet

Ruokavirasto e. Säilyvyysaika ja sen määrittäminen. Viitattu 8.2.2022. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/elintarvikealan-yhteiset-vaatimukset/omavalvonta/sailyvyysaika-ja-sen-maarittaminen/>

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. E-kirja. 4. painos.

Helsinki: Talentum. Alma Bisneskirjasto.

Virtanen, I. 2021. Katuruokaa kylille. Turun Tienoo. Viitattu 16.12.2021. Saatavissa <https://www.turuntienoo.fi/content/fi/36/23090/uutinen.html>

Ympäristöministeriön asetus raakennusten paloturvallisuudesta 28.11.2017/848

## Kuvalähteet

Kuva 7 Finlex/Edita Publishing. Kuvakaappaus. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2021/20210297>

Kuva 8 Ruokavirasto. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/henkiloasiakkaat/tietoa-elintarvikkeista/kasittely-ja-sailyttaminen/kasienpesu/>

Kuva 9 Ruokatieto. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/lupa-kokata-elintarvikehygienian-perusteet/elintarvikelainsaadanto/elintarvikehuoneisto>

Kuva 10 Tussitaikurit Oy. Aitoja makuja -verkkolehti. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://aitojamakujalehti.fi/verkkokauppa-tai-reko-ren-gas-mita-elintarvikkeiden-etamyyynnista-on-hyva-tietaa/>

Kuva 11 Ruokatieto. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ruokatieto.fi/ruokakasvatus/lupa-kokata-elintarvikehygienian-perusteet/omavalvonta>

Kuva 12 Ruokavirasto. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ruokavirasto.fi/yritykset/elintarvikeala/elintarvikealan-yhteiset-vaatimukset/omavalvonta/jaljitettavyys/>

Kuva 13 Husso, R. 2013. Kuvakaappaus. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://slideplayer.fi/slide/2005225/>

Kuva 14 Medina, F. 2019. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://unsplash.com/photos/mcbSkZ3l0xc>



# Lähteet

Kuva 15 Whitehead, M. 2021. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa [https://unsplash.com/photos/0qgH3VL\\_j8s](https://unsplash.com/photos/0qgH3VL_j8s)

Kuva 16 Masetti Oy. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://masetti.fi/unsinn-umpikorit-perakarryt/articles/vm-myyntivaunut>

Kuva 17 Masetti Oy. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://masetti.fi/unsinn-umpikorit-perakarryt/articles/vm-myyntivaunut>

Kuva 18 Masetti Oy. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://masetti.fi/unsinn-umpikorit-perakarryt/articles/vm-myyntivaunut>

Kuva 19 Masetti Oy. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://masetti.fi/unsinn-umpikorit-perakarryt/articles/vm-myyntivaunut>

Kuva 20 Metos Oy Ab. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.metos.fi/product/keraaminen-liesi-kiertoilmauunilla-metos-ar-dox-c4-240-400v/>

Kuva 21 Gigantti Oy. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.gigantti.fi/product/kodinkoneet/uunit-ja-liedet/liedet/gram-liesi-cc55050/CC55050>

Kuva 22 Gigantti Oy. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.gigantti.fi/product/kodinkoneet/uunit-ja-liedet/liedet/rosenlew-liesi-rkk5100/RKK5100>

Kuva 23 Gigantti Oy. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.gigantti.fi/product/kodinkoneet/uunit-ja-liedet/liedet/bosch-keraaminen-liesi-hka000020u/163902>

Kuva 24 Metos Oy Ab. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.metos.fi/product/korkeussaatopoyta-metos-athm1665-manuaalinen/>

Kuva 25 Inter IKEA Systems B-V. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ikea.com/fi/fi/p/grundad-induktiokieittotaso-ikea-300-musta-40467082/>

Kuva 26 Inter IKEA Systems B-V. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ikea.com/fi/fi/p/mattradition-kiertoilmauuni-musta-80411724/>

Kuva 27 Inter IKEA Systems B-V. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ikea.com/fi/fi/p/metod-seinaekaappi-hyllyllae-vaalkoinen-voxtorp-tummanharmaa-s89456666/#content>

Kuva 29 Food Trucking Company Oy. Facebook-sivu. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.facebook.com/FoodTruckingCompany/photos/504886454206999>

Kuva 30 Helmikallio Oy. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.helmikallio.fi/>

# Lähteet

Kuva 31 de Reus, M. 2016. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.flickr.com/photos/nextlevelconcepts/26441530175/in/album-72157667103639476/>

Kuva 32 Food Truck Company. Verkkosivusto. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.foodtruckcompany.com/projects/nakd/>

Kuva 33 de Reus, M. 2015. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.flickr.com/photos/nextlevelconcepts/22774616886/in/album-72157647567735320/>

Kuva 34 Food Truck Company. Verkkosivusto. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.foodtruckcompany.com/projects/the-food-line-up/>

Kuva 35 Nomadic Dinners Ltd. 2020. Kuvakaappaus videosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa [https://www.youtube.com/watch?v=vZ7zO-12d178&ab\\_channel=Nomadic.Dinners](https://www.youtube.com/watch?v=vZ7zO-12d178&ab_channel=Nomadic.Dinners)

Kuva 37 Hahko, S. 2022.

Kuvio 1 nataliianesterenkoportfolio. Canva. Kuvakkeet.

Kuva 50 Sillanpää, M. 2022.

Kuvio 2 Sketchify. Canva. Kuvake.  
Canva Creative Studio. Canva. Kuvake.

Kuva 51 Strategyzer. The Value Proposition Canvas. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.strategyzer.com/canvas/value-proposition-canvas>

Kuvio 3 Strategyzer. The Business Model Canvas. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Kuva 52 Strategyzer. The Business Model Canvas. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.strategyzer.com/canvas/business-model-canvas>

Kuva 59 Dowsing & Reynolds. Moss Wall Panel. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa [https://www.dowsingandreynolds.com/shop/moss-wall-panel/?attribute\\_pa\\_colour=moss-green&epik=dj0y-JnU9QlNYQUIDLVIWEhWU3V2aXA3bE9zRTVZVDNmN2zaEwmc-D0wJm49aEJia3BoUW1TX0JRc1ZiQl9wRFhrQSZ0PUFBQUFBR0pIX-zQ4](https://www.dowsingandreynolds.com/shop/moss-wall-panel/?attribute_pa_colour=moss-green&epik=dj0y-JnU9QlNYQUIDLVIWEhWU3V2aXA3bE9zRTVZVDNmN2zaEwmc-D0wJm49aEJia3BoUW1TX0JRc1ZiQl9wRFhrQSZ0PUFBQUFBR0pIX-zQ4)

MossMossArt. Preserved Moss Art Framed, Real Moss Decor, Moss Wall Art Large, Eco Friendly Home Decor, No maintenance moss. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa [https://www.etsy.com/listing/957300268/preserved-moss-art-framed-real-moss?utm\\_medium=SellerListingTools&utm\\_campaign=Share&utm\\_source=Pinterest&share\\_time=1614460560000&utm\\_term=so.slt&epik=dj0yJnU9R0tZSTUyTU43bnZLY2FqT25TSTZQaWpGUzFIV-FRHcUMmcD0wJm49RGJXQ2xiYVIPVUFsYmh2by1yVTM1QSZ0PUFBQUFBR0pIXzJJ](https://www.etsy.com/listing/957300268/preserved-moss-art-framed-real-moss?utm_medium=SellerListingTools&utm_campaign=Share&utm_source=Pinterest&share_time=1614460560000&utm_term=so.slt&epik=dj0yJnU9R0tZSTUyTU43bnZLY2FqT25TSTZQaWpGUzFIV-FRHcUMmcD0wJm49RGJXQ2xiYVIPVUFsYmh2by1yVTM1QSZ0PUFBQUFBR0pIXzJJ)



# Lähteet

Kuva 60 Malefica Mi Mundo. Blogi. 2017. Redwood forest in California. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://malemalefica.tumblr.com/image/163516886512>

Kuva 61 ByNature. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://bynaturedesign.ca/blog/project/npk-associates-projects-2/>

Kuva 65 Inter IKEA Systems B-V. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ikea.com/fi/fi/p/kilsviken-upotettava-tiskiallas-1-allas-harmaa-beige-kvartsikomposiitti-s09337026/#content>

Kuva 66 Inter IKEA Systems B-V. Kuvakaappaus verkkosivustosta. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.ikea.com/fi/fi/p/delsjoen-keitioehana-tinatehoste-60488781/>

Kuva 68 Artemis Photography. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://junebugweddings.com/wedding-blog/woodland-wisconsin-wedding-straight-pages-storybook/>

Kuva 69 The Forest Feast. Blogi. 2016. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://www.theforestfeast.com/blog/?offset=1487948400976>

Kuva 70 Hahko, S. 2022.

Kuva 81 Kopra, H. 2022.

Kuva 90 Gumlar, I. 2018. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://unsplash.com/photos/jwTvCQQJXh0>

Kuva 97 Gumlar, I. 2018. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://unsplash.com/photos/jwTvCQQJXh0>

Kuva 98 Shah, P. 2020. Kensington Park Gardens, London, UK. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa [https://unsplash.com/photos/1ff\\_i7jO-4g](https://unsplash.com/photos/1ff_i7jO-4g)

Kuva 101 Litokorpi, P. 2022.

Kuva 102 Litokorpi, P. 2022.

Kuva 103 Litokorpi, P. 2022.

Kuva 104 Litokorpi, P. 2022.

Kuva 105 Litokorpi, P. 2022.

Kuva 108 Gumlar, I. 2018. Viitattu 24.3.2022. Saatavissa <https://unsplash.com/photos/jwTvCQQJXh0>