

Sara Hyyrynen

**SUOLAISEN TUOTEPERHEEN KEHITTÄMINEN OULUN SEUDULLE  
AVATTAVAAN KAHVILAAN**

Opinnäytetyö  
Kajaanin ammattikorkeakoulu  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala  
Palvelujen tuottamisen ja johtamisen ko.  
Kevät 2015



Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Tekijä(t) Sara Hyyrynen	
Työn nimi Suolaisen tuoteperheen kehittäminen Oulun seudulle avattavaan kahvilaan	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Annamaija Juntunen
	Toimeksiantaja
Aika Kevät 2015	Sivumäärä ja liitteet 36+35
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Oulun seudulle avattavalle kahvilalle suolainen tuoteperhe, laatia tuotteille valmistusohjeet ja laskea tuotteille alustavat myyntihinnat. Opinnäytetyön merkitys oli suuri, koska avattavalla kahvilalla ei ole vielä tuotteilleen reseptiikkaa. Opinnäytetyön avulla kahvila saa käyttöönsä työkalun, jonka avulla voi laatia uusille tuotteille annoskortit, laskea tuotteiden kustannukset ja alustavat myyntihinnat katteineen.</p> <p>Opinnäytetyö on laadultaan toiminnallinen, jonka teoreettinen osuus käsittelee kahvilakulttuurin ja voileipien historiaa, tuotekehityksen eri vaiheita sekä hieman tuotehinnoittelua. Tuotteiden suunnittelussa on edetty tuotekehitysprosessin mukaisesti ja tuotteiden arvioinnissa on käytetty aistinvaraista arviointimenetelmää. Tuotekehitysprosessiin kuuluu oleellisena osana myös markkinointisuunnitelman laatiminen, mutta se on sovitusti rajattu pois tästä opinnäytetyöstä.</p> <p>Kahvila on pieni idyllinen ja kotoisa perheyritys, jonka tuotevalikoimiin kuuluvat makeat ja suolaiset kahvilatuotteet sekä pieni lounasvalikoima. Opinnäytetyön avulla kahvilalle saatiin kehitettyä yhdeksästä erilaisesta suolaisesta tuotteesta koostuva tuoteperhe. Yksi tuote jäi vielä paranneltavaksi. Tuotteet olivat kuluttaja raadin mukaan maukkaita, kiinnostavia sekä herkullisen näköisiä. Tuotekehitysprosessin kokeittövaiheet ja viimeistely toteutivat tammikuun 2015 aikana.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat	tuotekehitys, kahvila, reseptiikka
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Tourism	Degree Programme Hospitality Management
Author(s) Sara Hyyrynen	
Title Developing a Savory Product Family for a Start-up Café	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Annamaija Juntunen
	Commissioned by
Date Spring 2015	Total Number of Pages and Appendices 36+35
<p>The aim of this thesis was to develop a savory product family for a café to be opened in the Oulu region, create recipes for the products and calculate preliminary prices for the products. The significance of this thesis was considerable as the café did not have recipes for their products yet. With the help of this study the café received a tool with which it can create portion cards, calculate product costs, preliminary prices and profit margins.</p> <p>This thesis is functional by nature, and its theoretical part discusses café culture and the history of sandwiches, the different stages of product development as well as product pricing. When designing the products, the product development process has been followed and the evaluation has been done using a sense-based evaluation method. Creating a marketing plan is also an essential part of the product development process, but it was agreed to be left out of this thesis.</p> <p>The café is small and idyllic family operated business with a homey atmosphere. The café's product portfolio includes sweet and savory café products as well as a small lunch selection. With the help of this thesis a product family consisting of nine different savory products was developed. One product was left to be improved. According to the consumer panel the products were tasty, interesting and looked delicious. The kitchen experiment phase and the finalizing of the product development process were performed during January 2015</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	product development, café, recipe
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	2
2 KAHVILAT JA KAHVILAKULTTUURIN MUUTOKSET	4
2.1 Kahvilakulttuurin saapuminen Suomeen	4
2.2 Suolaisten kahvileipien historia Suomessa	5
2.3 Makuja Pohjois-Pohjanmaalta	8
3 KAHVILATUOTTEEN TUOTEKEHITYS	9
3.1 Tuotekehitysprosessi ja vaiheet	9
3.2 Tuoteidean suojaus	13
3.3 Laatutekijät ruokapalveluissa	13
3.4 Reseptien suunnittelu, esillepano ja annoskortti	16
3.5 Aistinvarainen arviointi	18
4 TUOTTEEN HINNOITTELU	20
5 OULUN SEUDULLE AVATTAVAN KAHVILAN TUOTEVALIKOIMAN KEHITTÄMINEN	23
5.1 Toiminnallisen opinnäytetyön toteuttaminen Oulun seudulle avattavaan kahvilaan	23
5.2 Tuotekehityksen toteutuminen vaiheittain	24
6 POHDINTA	29
LÄHTEET	31
LIITTEET	

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyöni tavoitteena oli suunnitella ja kehittää suolainen tuoteperhe Oulun seudulle avattavaan omaan kahvilaan. Kahvila on pieni idyllinen ja kotoisa perheyritys, jonka tuotevalikoimiin kuuluvat makeat ja suolaiset kahvilatuotteet sekä pieni lounasvalikoima. Opinnäytetyöhön kuuluu vain suolaisten kahvilatuotteiden suunnittelu ja kehittäminen, valmistusohjeiden laatiminen sekä niiden alustava hinnoittelu.

Opinnäytetyön merkitys on suuri, koska avattavalla kahvilalla ei ole vielä tuotteille reseptiikkaa. Tämän työn avulla yritys saa itselleen suolaisten tuotteiden lisäksi työkalun, jonka avulla se voi laatia annoskortit tuleville uusille tuotteilleen, laskea niiden kustannukset sekä alustavat myyntihinnat katteineen.

Tällä hetkellä Oulun seudun kahviloissa ja lounasravintoloissa ei ole juuri tarjolla vastaavaa suolaisten tuotteiden valikoimaa, joten tulevalla yrityksellä on mahdollisuus päästä markkinoille uudella tuotteellaan. Tämä tuo lisähaastetta, koska lähellä ei ole kilpailukykyisiä vertailukohteita eikä pysty hyödyntämään niin sanottua havainnointia Oulun alueella kovin kattavasti. Oulun seudulla on huomioitava myös pohjoinen sijainti raaka-aineiden saatavuuden vuoksi, alueen omat ominaispiirteet sekä oma ruokakulttuuri.

Opinnäytetyö on toiminnallinen, ja sen teoreettinen osuus käsittelee kahvilakulttuurin ja voileipien historiaa, tuotekehityksen eri vaiheita sekä hieman tuotehinnoittelua. Tuotekehitysprosessiin kuuluu oleellisena osana myös markkinointisuunnitelman laatiminen, mutta se on sovitusti rajattu pois tästä opinnäytetyöstä.

Tällä hetkellä kuluttajat arvostavat kotimaisuutta ja lähiruokaa, terveellisyyden ja hyvän maun lisäksi. Ravintolaruokailun trenditutkimuksen 2014 mukaan lounasruokailu oli edelleen kuluttajien suosiossa, vaikka taantumasta johtuen lounasruokailujen määrä oli laskenut vuodesta 2012 viidellä prosentilla kun taas päivällisen ja illallisen osuus oli noussut 6 %. Ruokailu ruokaravintoloissa ja opiskelijaravintoloissa olivat nousussa, kun taas henkilöstöravintolassa ja kahviloissa ruokaileminen oli vähentynyt vuodesta 2012. Lukujen vähentymiseen vaikuttavat tämän hetken taantuma ja henkilöstöravintoloiden osalta myös yt-neuvotteluista johtuneet irtisanomiset. (MaRa 2014.)

Ravintola-alalla kilpailu on kovaa ja yritysten on löydettävä uusia markkinoille tuotavia tuotteita ja tuotevalikoimia, alan ammattilaisten tulee olla kiinnostuneita työstään ja pyrittävä jat-

kuvaan kehittämiseen. Ravintola-alan ammattilaisten on oltava koko ajan askeleen edellä asiakaskuntaansa toteuttaakseen uusia makuelämyksiä asiakkailleensa ja löytääkseen uusia innovaatioita.

## 2 KAHVILAT JA KAHVILAKULTTUURIN MUUTOKSET

Kahvila on kohtaamispaikka, jossa ihmiset tapaavat toisiaan niin seurustelun kuin neuvotte-  
lujen parissa. Kahvilat ovat osa päivittäistä ruokakulttuuriamme ja hyvin tärkeää ravintola-  
alan yrittäjille sekä työllisyydelle. Kahvilakulttuuri saapui Eurooppaan 1600-luvun loppupuol-  
lella ja on siitä asti ollut merkittävässä roolissa palvelemalla ja tarjoamalla ihmisille uusia ma-  
kukokemuksia.

Kahvilakulttuurin saapuminen Suomeen on kokenut värikkäitä vaiheita kieltojen ja säännös-  
telyjen osalta, josta nykypäivänä kaikilla ei ole tietoaakaan. Historia ja perinteet vaikuttavat  
ruokakulttuurien syntyyn ja muodostumisen. Avattavan kahvilan liikeidean syntymiseen on  
vaikuttanut kahvilakulttuurin historia, ja siksi se on oleellinen osa opinnäytetyötäni.

### 2.1 Kahvilakulttuurin saapuminen Suomeen

Kahvilakulttuuri rantautui Eurooppaan 1600-luvun lopulla turkkilaisten toimesta ja ensim-  
mäinen kahvila avattiin Lontoossa 1652 ja Marseillessa vuonna 1681. Wienin ensimmäinen  
kahvila avattiin vuonna 1693 ja kahvista tuli tunnettu wieniläinen elämäntyyli. Kahviloissa  
käytiin useita kertoja päivässä, aamuisin ja päivisin luettiin päivän lehtiä ja iltaisin seurusteltiin  
ystävien seurassa. (Kopponen, Kumpulainen, Lehto, Manninen, Mustonen, Niskanen, Petti-  
lä, Salmi ja Viitala 2002, 336–337.)

Suomeen kahvi saapui 1700-luvun alkupuolella Tukholman jälkeen. Kahvia tarjottiin aluksi  
vain Suomessa työskenteleville ruotsalaisupseereille ja aatelisille. Kahvia pidettiin ylellisyysta-  
varana ja se pistettiin verolle. Kahvia sai verottomana ainoastaan lääkärin määräyksestä, mikä  
johti nopeasti sairastumisten lisääntymiseen, ja kahvi oli ainoa mikä auttoi. Kahvi kiellettiin  
1700-luvun puolivälissä, mutta kielloista huolimatta ylimystö ja vaikutusvaltaiset nauttivat  
kahvia niin kuin ennenkin. Kahvikieltolaki kumottiin vuonna 1770, jolloin perustettiin en-  
simmäinen oikea kahvila Helsinkiin. Kahvin terveellisyydestä kiisteltiin pitkään ja kahvin  
juonti sallittiin lopullisesti vuonna 1822. Tämän jälkeen kahvin juonti lisääntyi hiljalleen, kos-  
ka kahvi oli kallista. (Kopponen ym. 2002, 338.)

Maailmansodan uhka aiheutti kahvin säännöstelyn syksyllä 1939. Suomeen oli saapunut juuri  
ennen sodan alkua kahvierä Brasiliasta, minkä avulla sinnettiin useita vuosia. Säännöstelyn

vuoksi markkinoille tuli kahvinkorvike, jonka sisälsi aidon kahvin lisäksi erilaisia korvikeaineita, kuten viljaa ja voikukan juuria. Korvike huononi sitä mukaa, kun kahvivarastot pieneivät, ja vuonna 1943 kahvi loppui kokonaan. Tuolloin markkinoille tuli korvike, joka ei sisältänyt aitoa kahvia ollenkaan vaan koostui kokonaan korvikkeista. (Jaatinen 2006, 53.)

Sodan aiheuttamat muutokset vaikuttivat kahvin lisäksi myös kahvilatuotteisiin. Säännöstelylainsäädännön vuoksi leivonnaisetkin muuttuivat värisävyiltään tummemmiksi, koska sokerin käyttöä rajoitettiin ja makeutusaineena käytettiin sokerin sijasta siirappia. Kuohkeita leivonnaisia oli vaikea tehdä sokerin vähäisyyden vuoksi. Säännöstelymääräykset vaikuttivat myös suolaisiin tuotteisiin. Elintarvikepulan vuoksi kahviloita ja ravintoloita kiellettiin tarjoilemasta voileipäpöytiä vuonna 1939. (Jaatinen 2006, 55.)

Alkoholin kieltolain aikaan suomalaisissa kahviloissa tarjottiin vain konditoriatuotteita ja alkoholittomia juomia. Sodan ajan raaka-ainepula vaikutti kahviloiden myyntituotteisiin ja tärkeimpien tuotteiden, kuten leivosten, kakkujen, kahvin, kaakaon ja erilaisten mehujensaanti tyrehtyi melkein kokonaan, ja tämän vuoksi kahviloissa alettiin myydä enemmän ruokannoksia. Kahviloista tuli ruokapaikkoja. (Sillanpää 2002, 158–159.)

Nykyään kahvilat ovat suosittuja ympäri maailmaa. Kahviloissa vietetään enemmän aikaa, ja ne toimivat kohtauspäikkoinä. Kahviloissa seurustellaan, neuvotellaan ja tehdään suuria päätöksiä sekä nautitaan erilaisista kahveista ja kahvilatuotteista. Kuka tahansa voi käydä kahviloissa ikään, sukupuoleen, arvoon tai asemaan katsomatta. Kahviloita on hyvin erilaisia liikeideasta riippuen, kuten esimerkiksi konditorioita, lounas- tai trendikahviloita. (Kopponen ym. 2002, 339.)

Kahviloissa tarjotaan kahvin ja teen lisäksi erilaisia kahvilatuotteita. Nykyään suosiossa ovat erikoiskahvit, ja niitä on tarjolla suurimmassa osassa kahviloita. Erilaisten juomien lisäksi kahvilassa tarjotaan suolaisia, makeita, kylmiä ja lämpimiä tuotteita. Kahviloiden tuotevalikoima vaihtelee liikeidean ja palvelujen mukaan.

## 2.2 Suolaisten kahvileipien historia Suomessa

Suolaisia voileipiä ovat alkuruoka- ja annosvoileivät, kahvivoileivät, alkupalat ja cocktailleivät, lounasleivät, illallisleivät ja voileipätarjottimet. (Grönholm 2003, 11.) Voileipien käyttötarkoitus vaihtelee leipien koon ja täytteidän määrän mukaan. Leipien valmistuksessa tulee ottaa



huomioon leivän, päällysteiden ja koristeiden yhteensopivuuden lisäksi tarjoilutapa. Voileipiä on sekä kylmiä että lämpimänä tarjottavia. (Kaikkonen, Mäkynen, Tiusanen & Viinikka 2010, 137.)

1900 -luvun alkupuolella muotiin tulivat voileivät, voileipätarjottimet, kaviaarit paahtoleipien kera illallisten alkupaloina. Pienet leivät katettiin valmiiksi pienille lautasille pöytään ja niiden kanssa tarjottiin viinaryyppyjä ja olutta. Savulohi, sinihomejuusto ja kaviaari olivat suosittuja raaka-aineita. Voileipätarjotin noudatti voileipäpöytäperinnettä siten, että tarjoilu tapahtui eri tilassa kuin illallinen ja voileivät nautittiin seisten. Juhlaleivät olivat sileitä leipiä ja suuret, kylmät ja päällystetyt voileivät eivät kuuluneet juhliin. (Grönholm 2003, 12.)

Isoja voileipiä tarjottiin useissa ravintoloissa, ja ne toimivat sen ajan lounasruokina. Ravintoloissa voileipäpöydät katettiin lounasajaksi, jonne kerääntyivät yleensä virkamiehet ja yliopistoväki. Voileipäpöydässä tuli olla kovaa ja pehmeää leipää, runsaasti erilaisia kylmiä leikkeitä ja lisäkkeitä. Lämpiminä vaihtoehtoina oli yleensä keittoa tai laatikkoa. (Grönholm 2003, 11–12.)

1920–1930 luvuilla suuret päällystetyt voileivät olivat muotia Suomessakin. Ruotsissa ne olivat olleet jo aiemmin muodissa. Siellä istuttiin kesken työpäivän olutkahviloissa syömässä voileipää ja nauttimassa pilsneriä. Voileivät olivat suuria ja niissä oli runsaasti täytettä. Leivät koostuivat esimerkiksi vierrelimpusta, vasikan hyytelöstä ja punajuuresta tai ranskanleivästä munalla ja anjoviksella. Ruisleivän päällä oli silliä ja punasipulia, maustelimppua tarjottiin lihapullien ja kurkkujen kera. Muoti-ilmiön vuoksi leipiä tarjottiin ravintoloiden lisäksi kotona hienoilla tee- ja kahvikutsuilla. (Grönholm 2003, 12.)

Suosiossa olivat vasikanpaisti, suolalohi ja keitetty kieli. Näitä raaka-aineita käytettiin runsaasti. Kun venäläistä kaviaaria ei ollut enää saatavilla, leipien valmistamisessa ohjeistettiin käyttämään halvempia raaka-aineita ja koristelemaan leivät kastikkeilla, majoneesilla, hyytelöllä, erilaisilla kasviksilla, tryffeleillä, oliiveilla ja hedelmäsäilykkeillä. 1920-luvun uutuutena olivat pienet hyytelöleivät ja vieraille katettiin usein kolme pientä hyytelöleipää, joista yksi oli lämmin. Leipälautanen koostui esimerkiksi juusto-, rapu- ja lintumurekevoileivista. (Grönholm 2003, 12.)

Sota- ja pulavuosina 1940-luvulla elintarvikesäännöstelyjen ja anniskelumääräysten säädellessä ravintolatoimintaa kokonaisvaltaisesti voileipien asema tarjoilussa muuttui. Voileipien tarjoiluun määriteltiin annoskoko, joka oli 60 grammaa tuoretta tai 50 grammaa kuivaa leipää.

Voita ei saanut tarjoilla maanantaisin, keskiviikkoisin ja perjantaisin kello 15–24 välisenä aikana. (Grönholm 2003, 13–14.)

1950-luvun alussa elintarvikesäännöstelyn päätyttyä kaikille maistuivat oikea voi, kerma, majoneesi ja kahvi. Voileipäkakku eli leikkaamaton koristeltu kerrosvoileipä koki suosion ja kahvipöytiin katettiin juhlapäivinä voileipäkakkua, kermakakkua ja pikkuleipiä vieraita varten. Leipien voiteluun käytettiin majoneesi- ja sinappikastiketta, kerrosten väleihin ladottiin parhaimpia tähdepaloja kalaa, lihaa, juustoa tai niistä tehtyjä tahnoja. Persiljaa ja tilliä käytettiin koristeluun. (Grönholm 2003, 14.)

Vuonna 1964 Suomeen perustettiin ensimmäinen tanskalaisten voileipien myymälä Smörrebröd Dansk A/S. Myymälän perusti suomalaissyntyinen Martti Riikonen, joka lapsena muutti sotaa pakoon Tanskaan. Tanskalaiset voileivät ovat kylmiä, ja niissä on runsaasti päällystettyä, esimerkiksi kalaa, äyriäisiä, suolattua, savustettua lihaa, kieltä, maksapasteijaa, kananmunaa, juustoa, salaattia tai hyytelöitä. (Grönholm 2003, 16.) Tanskalaiset voileivät ovat yhdistelmä skandinaavisia makuja, ja ne ovat suosittuja Skandinaviassa. Tanskalaisia voileipiä on myös jälkiruokana, jolloin päällysteenä voi olla vanukasta, keksiä, kermakakkua, juustoa, pähkinöitä ja hedelmiä yksin tai yhdistelminä. (Ojakangas 2003, 18.) Tanskalaiset voileivät ovat Tanskan kansallisruokaa, jotka ovat tulleet tutuiksi jo 1880 -luvulta lähtien. (Mattson 2014.)

Ekbergin kahvilan valikoimiin voileivät tulivat 1960-luvulla. Aluksi leivät olivat perinteisiä muna-anjovis- ja kinkkuvoileipiä. Yleensä kahviloissa tilattiin makeita leivonnaisia tai jäätelöitä ja suolaisena vaihtoehtona olivat tavallisesti pasteijat. 1960–1970-luvulla muotiin tulivat myös lämpimät voileivät, joita tarjoiltiin ravintoloiden A la carte – listojen voileipäluetteloissa tai erillisillä voileipälistoilla. Lämpimiä voileipiä olivat pariisin-, oskarin-, metsästäjän- ja kapeli- sekä oopperaleivät. Niiden seuraksi tilattiin usein olutta. (Grönholm 2003, 17–18.)

Nykyään voileipien kirjo on kasvanut ja kansainvälistynyt matkailun ja kulttuurien sekoittumisen ansiosta. Kahvilakulttuurin osalta Suomessa ollaan muutama vuosi Ruotsia jäljessä, ja mikäli haluaa seurata trendejä ja olla ajan hermoilla mukana, kannattaa seurata mitkä trendit ovat nousussa Ruotsin puolella. Vanhan ajan haarukalla ja veitsellä syötäviä runsailla päällysteillä täytettyjä voileipiä ei juuri näy, vaan kahviloissa on tarjolla helposti ja nopeasti syötäviä täytettyjä patonkeja, sämpylöitä, lämpimiä panineja, täytettyjä wrap-leipiä, bageleita ja kolmioleipiä. Kahvilakulttuuri on muuttunut kiireisemmäksi, kahviloissa käydään, mutta niissä vietetty aika on vähentynyt. Ennen kahviloissa kulutettiin aikaa useita kertoja päivässä ja is-

tuttiin pitkään, nykyään niissä pääasiassa vain pistäydytään syömässä nopeasti jotain pientä välipalaa tai lounasta.

### 2.3 Makuja Pohjois-Pohjanmaalta

Pohjoispohjalaista ruokaperinnettä pidetään moni-ilmeisenä. Alueen ruokakulttuuri on saanut vaikutteita niin idästä kuin lännestäkin, rannikkokaupungit ovat saaneet vaikutteita merenkulun ansiosta ulkomaita asti jo 1700-luvulta lähtien. Uudet vaikutteet siirtyivät hiljalleen sisämaata kohti. Pohjois-pohjanmaan ruokakulttuuri voidaan jakaa itäiseen, läntiseen ja siirtymäalueen ruokakulttuureihin. (Tausta-Ojala 2014, 17–18.)

Pohjois-Pohjanmaalla ruokakulttuurin monipuolisuuden vaikuttaa alueen suuri koko, jossa luonto muuttaa muotoaan ja tarjoaa erilaiset kasvumahdollisuudet kasveille ja eläimille. Alueen ruokakulttuuriin pohjoisessa kuuluvat poro, muikut ja marjat. Lounaassa kasvavat peruna ja viljat sekä merenantimina lohi ja nahkiaiset. Oululaisena perinneruokana pidetään rösyypottua. (Stenros 2004, 4.)

Suomalainen ruokakulttuuri kehittyy koko ajan, ja jokainen meistä ylläpitää sekä luo omilla valinnoillaan ruokakulttuuriaan niin kotona kuin muuallakin. Suomalainen ruokakulttuuri koostuu tuoreista raaka-aineista, joita saamme puhtaasta luonnosta, metsästä, merestä ja järivistä. Muualta maailmasta tulevat trendit sekoittuvat meidän ruokakulttuuriimme ja tulevat osaksi päivittäistä elämää. Suomalaiset kuluttajat ovat hieman pinttyneitä tapoihinsa ja muutokset näkyvät hitaammin. Suomalaiset arvostavat kotimaisuutta ja pitävät kotimaista ruokaa turvallisena. (Syväniemi 2014, 14.)

### 3 KAHVILATUOTTEEN TUOTEKEHITYS

Tuotekehitys tarkoittaa ennalta suunniteltua, järjestelmällisesti toteutettavaa toimintaa, jonka tuloksena yritys saa aikaan markkinakelpoisia tuotteita. Markkinakelpoisuudella tarkoitetaan, että tuote tuo taloudellista hyödykettä yritykselle ja asiakas on valmis ostamaan tuotetta yhä uudestaan. Tuotekehityksellä voidaan tehdä tuotteelle joko pieniä tai oleellisia muutoksia. Tuotteen tilalle voidaan suunnitella samanlainen tuote korvaamaan edellisen tuotteen tai voidaan suunnitella täysin uusi tuote. (Moisio, Strömberg & Toponen 2000, 6.)

Tuotteeksi määritellään teollisen toiminnan tulos eli hyödyke, joka voi olla tarvike, raaka-aine, palvelu tai tietoa. Tuotteet jaotellaan kuluttajatuotteisiin ja teollisuuden käyttämiin tuotteisiin. Viime aikoina tuotteen käsite on laajentunut ja se voi sisältää konkreettisen tuotteen lisäksi muun muassa tuotemerkin, brändin, asiakastuen, jälkimarkkinoinnin ja palvelun. (Hietikko 2008, 16–17.)

Tuotteen tarkastelussa voidaan käyttää erilaisia näkökulmia:

1. Tuote on se, mitä yritys myy eli tuotteeseen kuuluvat konkreettiset tuotteet palveluineen
2. Tuote on se, mitä asiakas ostaa, jolloin asiakas saa tuotteesta hyötyä sen ostaessaan ja tuotteen täyttäessä asiakkaan tarpeet. (Hietikko 2008, 16.)

#### 3.1 Tuotekehitysprosessi ja vaiheet

Tuotekehitys on pitkä ja aikaa vievä prosessi. Tuotekehitys edellyttää monipuolista ammatillista asiantuntemusta, johon voi tarvita apua luotettavista yhteistyökumppaneista. Tuotekehitys on luovaa toimintaa, jota ohjaavat muun muassa yrityksen toiminta-ajatus sekä elintarvikelainsäädäntö. Jatkuva tuotekehitys on elinehto menestyvälle yritykselle, jos tuotekehityksen avulla ei onnistuta tuottamaan markkinoilla menestyviä tuotteita, yritystoiminnan jatkumisella ei ole edellytyksiä. Yrityksen tulisi panostaa tuotekehitykseen toimintansa turvaamiseksi. (Moisio ym. 2000, 7.)

Tuotekehityksen tuotantoon vaikuttavia tekijöitä ravintolatoiminnassa ovat

- Elintarvikehuoneisto, elintarvikelainsäädäntö, omavalvonta
- Valmistusmenetelmät ja tuotantokapasiteetti
- Tuotantokustannukset ja materiaalit (pakkausmateriaalit, raaka-aineet, esitteet)
- Laatu ja tuotteen säilyvyys, ravintosisältö
- Markkinointisuunnitelma
- Henkilöstön perehdyttäminen.

(Tuononen & Hirvonen 2007, 26.)

Ravintola-alalla on tärkeää perehtyä erilaisiin ruokakulttuureihin, koska se auttaa ymmärtämään asiakkaiden ja kuluttajien käyttäytymistä (Kupiainen 2008, 54). Tuotekehityksessä alan ammattilaisten on oltava koko ajan askeleen edellä ja seurattava maailmalla syntyviä trendejä sekä osattava poimia niistä omalle asiakaskunnalleen sopivat tuotteet osaksi palveluitaan.

### **Tuotekehitysprosessin vaiheet**

Tuotekehitysprosessiin kuuluvat kaikki tuotekehitykseen liittyvät erilaiset vaiheet. Yleensä tuotekehitys alkaa vanhojen tuotteiden parantamisella asiakaspalautteiden perusteella. Myös uudet tuotteet syntyvät asiakastarpeesta. Tuoteideat saadaan siis joko asiakaspalautteiden perusteella tai yrityksen sisältä. Menestyneimmät tuotekehitysprojektit ovat saaneet ideansa markkinalähtöisesti asiakkailta, messuilta, yrittäjiltä ja markkinoijilta. (Moisio ym. 2000, 9.)

Tuotekehitys alkaa uuden tuotteen tai vanhan tuotteen ideoinnista ja päättyy valmiin tuotantoon ja markkinointiin. Tuotekehityksessä tehdään päätöksiä prosessin jatkamisesta jokaisen vaiheen jälkeen, koska alussa huomattavat virheet voidaan korjata halvemmalla ja välttää mahdollisilta virhe-investoinneilta. Tuotekehitysprojekteista vain osa päättyy markkinoille. Sadasta ideasta saadaan kymmenen tuotetta, joista vain yksi jää markkinoille. Tuotekehityksessä yrityksen kannattaa säästää kaikki prosessin aikana syntyneet dokumentit uudelleenkäyttöä varten. (Tuononen ym. 2007, 3-4.)

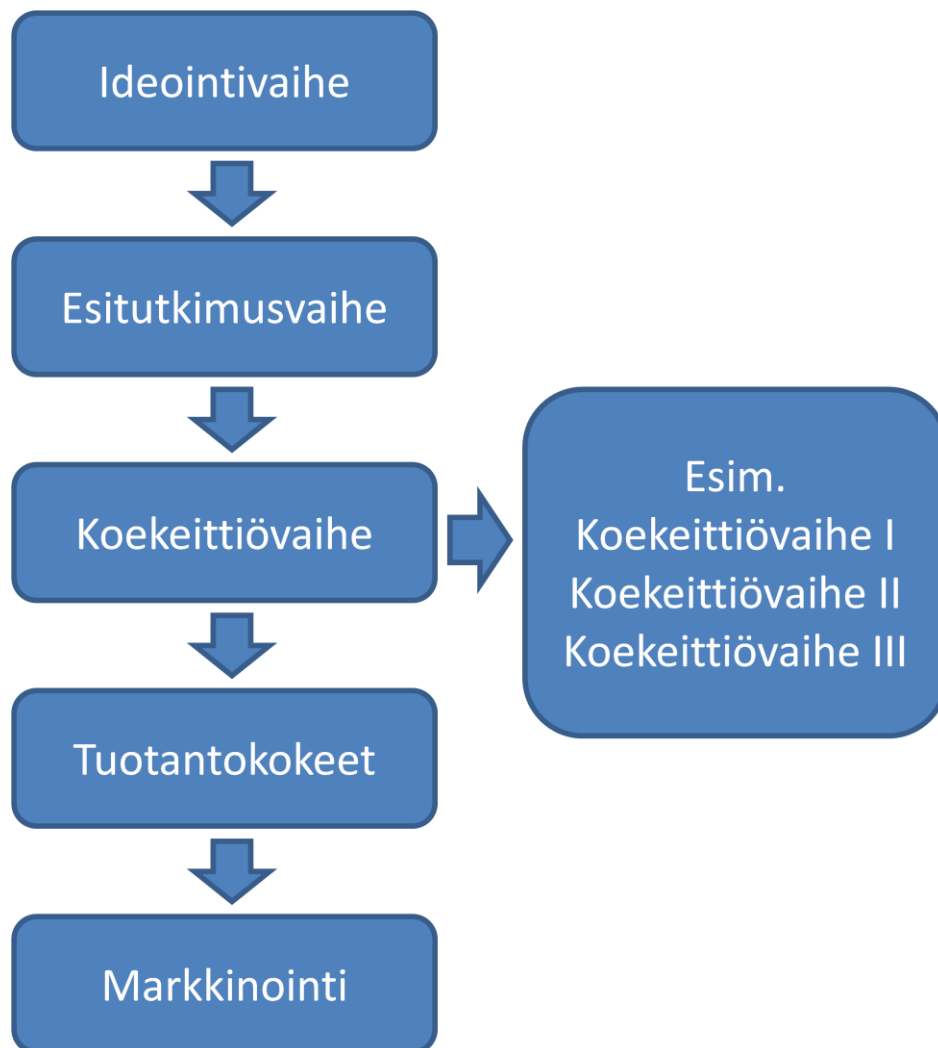
Moisio ym. (2000, 9-14) kuvaavat kirjassaan tuotekehitysprosessin eri vaiheet seuraavasti:

1. Ideointivaihe: Syntyy ajatus uudesta tuotteesta tai vanhan parantamisesta yrityksen sisällä tai ulkopuolella. Pyritään löytämään mahdollisimman paljon ideoita erilaisin menetelmin ja valitaan parhaat ideat jatkokäsittelyyn.
2. Esitutkimusvaihe: Tarkastellaan ja arvioidaan tuotetta tai ideaa tarkemmin yrityksen liiketoiminnan kannalta. Pyritään mahdollisimman tarkkaan analysointiin, kartoitetaan mahdolliset riskit ja pyritään vähentämään niitä, selvitetään mahdolliset tuotantoon liittyvät toimenpiteet ja kartoitetaan liiketoimintaedellytykset. Esitutkimusvaiheessa on tärkeää arvioida tuotteen menekki, vallitseva kilpailutilanne sekä hintataso. Esitutkimusvaihe kannattaa tehdä huolella ja ajan kanssa, jotta tuoteidea onnistuisi ja yritys voisi jatkaa toimintaansa.
3. Koekeittäövaihe: Sisältää raaka-aineiden valinnan ja reseptien kehittelyn. Raaka-aineiden valinnassa on tärkeää huomioida elintarvikelainsäädäntö, raaka-aineiden saatavuus, laatuksiteerit, tarvittavat varastointitilat ja -astiat ja raaka-aineiden kiertonopeus. Reseptien kehittämisessä kannattaa käyttää apuna ennestään tuttuja ja toimivia reseptejä. Reseptiä tulisi muuttaa vain vähän kerrallaan, jotta vaikutukset pysyisivät hallinnassa.

Koeversioita kannattaa tehdä samanaikaisesti 2–3, joista valitaan paras aistinvaraisen arviointimenetelmän avulla. Vertailuun voi käyttää yhtenä vaihtoehtona kilpailevaa tuotetta, mikäli sellainen on saatavilla. Resepteistä valitaan paras, jonka avulla tehdään uusia vaihtoehtoja, kunnes parhain resepti on löytynyt. Koekeittäövaihetta toteutetaan niin pitkään, kunnes tavoiteltu ja toivottu lopputulos on saavutettu. Tämä vaihe voi kestää pitkään. Koekeittäössä annokset pidetään pieninä hävikin minimoimiseksi. Koekeittäövaiheessa tulee selvittää tuotteen säilyvyys asianmukaisin kokein ja päättää valmistusmenetelmä.

4. Tuotantokokeet: Tuote sovelletaan tuotantoon pienin koe-erin oikeita tuotantovälineitä käyttäen. Tämä vaihe kertoo, kuinka uusi resepti toimii tuotannossa, ja mikäli tuotannossa tulee ongelmia vastaan, reseptiä voidaan kehittää, kunnes haluttu lopputulos on saatu aikaiseksi. Tämän vaiheen aikana saadaan aikaiseksi lopullinen resepti ja voidaan tehdä tuotteelle alustavaa hinnoittelua. Lopuksi valmistetaan koe-erä oikeassa mittakaavassa oikeilla välineillä. Tuotantovaiheessa tuotteelle tehdään markkinointisuunnitelma aikatauluineen ja lopullinen tuotekuvaus.

5. Markkinointi: Tuote kannattaa koemarkkinoida yhteistyötahojen avulla, jotta selviää mahdolliset virheet ennen varsinaisen markkinoinnin aloittamista.



Kuva 1. Tuotekehityksen vaiheet. (Moisio ym. 2000.)

### Tuotekehityssuunnitelman laatiminen

Tuotekehitysprosessista kannattaa laatia tuotekehityssuunnitelma, jonka avulla tuotekehitystä työstetään eteenpäin. Tuotekehityssuunnitelman avulla saadaan selville yrityksen tavoitteet, resurssit, mahdollisuudet ja uhat tulevasta tuotekehityksestä. Tuotekehityssuunnitelma syvenyy tuotekehitykseen vaikuttaviin tekijöihin ja auttaa yritystä viemään tuotekehitystä haluttuun suuntaan järjestelmällisesti.

Tuotekehityssuunnitelmassa määritellään tuotekehitykseen osallistuvien roolit, yritysstrategia ja haluttu imago, aikataulutetaan tuotekehitys, suunnitellaan tuotantokokonaisuus ja tuoteke-

hityksen tarve sekä selvitetään, onko mahdollisuuksia saada rahallista tukea eri tahoilta. (Tuononen ym. 2007, 5-8.)

### 3.2 Tuoteidean suojaus

Tuoteidean suojaaminen kannattaa myös huomioida tuotekehitystä tehdessä varsinkin, jos kyseessä on uusi tuote, jota ei ole vielä markkinoilla, tai ei haluta muiden sitä käyttävän. Suojaus tulee tehdä viimeistään, kun olemassa on mallikappale, jota ei vielä ole julkaistu missään. Kun tuote suojataan, se tulee julkiseksi, jolloin tieto uudesta tuotteesta välittyy kilpailijoille. Suojaamisen avulla kukaan muu ei voi taloudellisesti hyötyä ideasta. (Tuononen ym. 2007, 15.)

Suojattava tuote voi olla elintarvike tai sen valmistamiseen käytetty menetelmä, muoto tai tuotemerkki. Elintarvikeyritysten tavallisimmat käytössä olevat suojausmuodot ovat patentti, hyödyllisyysmalli, mallioikeus tai tavaramerkki. *Patentti* suojaa konkreettista esinettä, mittaus- tai valmistusmenetelmää. Patentti voi olla voimassa korkeintaan 20 vuotta. *Hyödyllisyysmalli* on patenttia kevyempi suoja, joka voi olla esimerkiksi kemiallinen yhdiste tai mikrobiologinen menetelmä. Hyödyllisyysmalli on voimassa korkeintaan 10 vuotta. *Mallioikeus* suojaa tuotteelle määrättyä muotoa, mutta ei suojaa tuotteen teknistä valmistustapaa, joka on tuotteen takana. Mallisuojaus ei suojaa yksityiseltä käytöltä ja on voimassa korkeintaan 25 vuotta. *Tavaramerkki* suojaa tuotetta tai palvelua, joka voi olla myös graafinen merkki, tuotteen muoto tai iskulause. Tavaramerkin suojaus on uusittava 10 vuoden välein. Tavaramerkin suojausta voi hakea itse, kun muissa suojausmenetelmissä suositellaan patenttitoimistoja tai muita suojaamisen ammattilaisia. (Tuononen ym. 2007, 15.)

### 3.3 Laatutekijät ruokapalveluissa

Ruoan laatuun vaikuttavat useat eri tekijät, kuten elintarvikelainsäädännön vaatimukset, tietämys raaka-aineiden ominaisuuksista ruoanvalmistuksessa, tasalaatuinen tuote ja reseptien noudattaminen sekä se, että ruoanvalmistukseen käytettävät välineet ja tilat ovat oikeanlaiset. Ruokapalveluiden toteuttamisessa on tärkeää suunnitella ja seurata ruokatuotannon toteutusta laadun ja kannattavuuden osalta sekä asiakastyytyväisyyden kannalta. (Määttä, Nuutila, Saranpää 2008, 61.)



## Elintarvikelainsäädäntö

Elintarvikelainsäädäntö määrittää vaatimukset, joita jokaisen ruokapalvelualalla toimivan yrittäjän on noudatettava turvallisen ja hygieenisesti laadukkaan lopputuotteen varmistamiseksi. Elintarvikelain tavoitteena on turvata kuluttajaa elintarvikkeiden aiheuttamilta terveyshaitoilta, turvata elintarvikkeiden asianmukainen laatu ja koostumus sekä varmistaa, että elintarvikkeista saatu tieto on totuuden mukaista. (Ijäs & Välimäki 2002, 108, 110.)

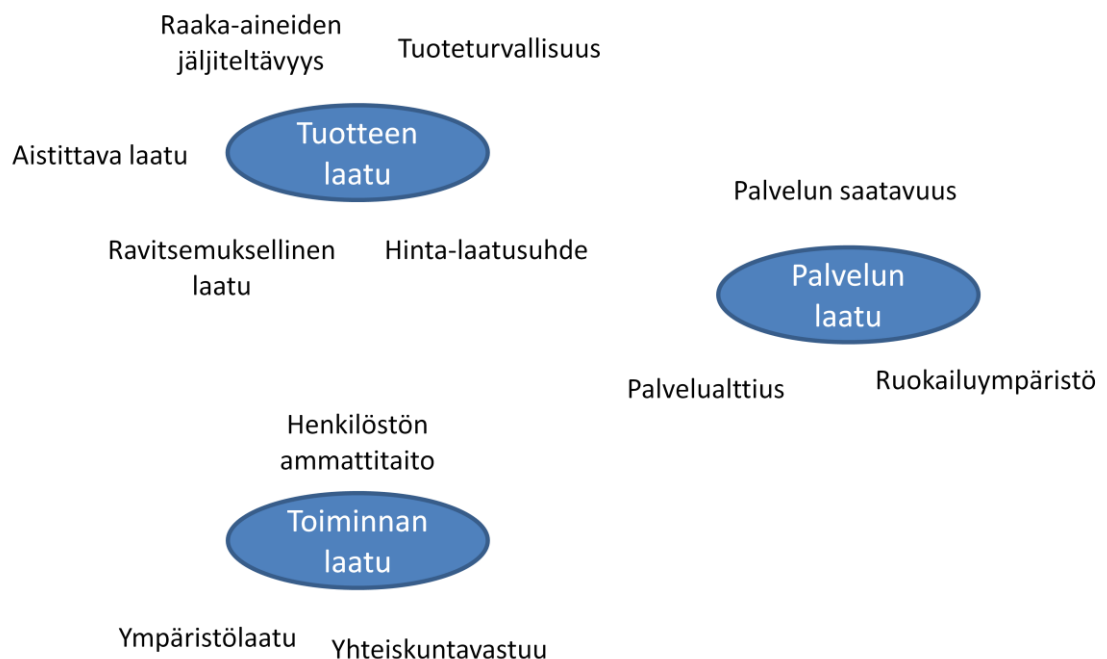
Elintarvikkeiden säilyttämiseen on säädetty erilaisia lämpötiloja, kuumana tarjoiltavien ja myytävien elintarvikkeiden tulee olla kauttaaltaan 60 asteista säilyttämisen ajan. Kylmäsäilytystä vaativat elintarvikkeet ovat yleensä helposti pilaantuvia, ja niitä varten on laadittu tarkemmat ohjeistukset. (Taulukko 1.) Helposti pilaantuvia elintarvikkeita ovat tuore leipä, tuoreet kasvikset ja hedelmät, marjat, sienet, raaka kala ja liha sekä maitotaloustuotteet. (Evira 2013.)

Taulukko 1. Elintarvikkeiden kylmäsäilytyslämpötilat (Evira 2013.)

Lämpötila °C	Elintarvike
sulavan jään lämpötila - < 2	tuoreet kalat, äyriäiset, nilviäiset, jalostamattomat kalatuotteet, (suolaamaton) mäti
0 - +3	Kylmäsavustetut ja tuoresuolatut kalat, jalostetut tyhjiöpakatut/suojakaasuun pakatut kalatuotteet, suolattu mäti
alle +4	jauheliha ja jauhettu maksa
enintään +6	maito, kerma, paloittelut kasvikset, idut, kalapuolisäilykkeet, sushi
enintään +8	muut helposti pilaantuvat pastöroidut tai vastaavasti käsitellyt maitotuotteet

## Kansallinen laatustrategia

Kaikkea kodin ulkopuolella tapahtuvaa ruokien ja aterioiden tuottamista, jakelua, tarjoamista sekä ruokailijoiden tarvitsemaa ja valitsemaa palvelua kutsutaan ruokapalveluksi. Ruokapalvelutoimintaa on muun muassa kouluissa, päiväkodeissa, sairaaloissa, työpaikkojen henkilöstöravintoloissa tai pikaruokaketjuissa. Ruokapalvelut jatkavat alkutuotannon, teollisuuden, kaupan ja kuljetusten laatuketjua valmistamalla puolivalmisteista ja raaka-aineista asiakkailleen ateriakokonaisuuksia. Ruokapalvelujen tavoitteena on kehittää toimintaa kansallisen laatustrategian mukaan ja yhteisesti sovitut tavoitteet pyritään täyttämään kaikessa ruokapalvelutoiminnassa. Tämän toiminta mallin avulla kukin ruokapalvelualan yrittäjä pystyy rakentamaan laatumielikuvaa ja kilpailuetuaan alalla. (Ruokapalvelujen laatutyöryhmä 2004, 3.)



Kuva 2. Ruokapalvelujen laadun määrittävät tuotteen, palvelun ja toiminnan laatujen kokonaisuus. (Ruokapalvelujen laatutyöryhmä 2004.)

### Tuotteen laatu

*Raaka-aineiden jäljiteltävyydellä* varmistetaan, että alkuperä ja tuotantotapa ovat jäljiteltävissä. Yhtenä hankintakriteerinä käytetään jäljiteltävyyttä. Ruoka-aineiden koostumus ja elintarvikkeiden ainesosat ovat tiedossa. *Tuoteturvallisuuden* avulla ruokapalvelualan yrittäjällä on ajan tasalla oleva hyväksytty omavalvontasuunnitelma, aterioiden valmistuksessa käytössä olevia valmistusohjeita noudatetaan ja henkilökunta tuntee aterioiden ainesosat. *Ravitsemuksellisen laadun* avulla noudatetaan erilaisille asiakasryhmille laadittuja ravitsemussuosituksia ottaen

huomioon erityisruokavaliot ja asiakkaiden ikäkaudet. *Aistittavalla laadulla* asiakkaan asettamat toiveet ja vaatimukset ruoan mausta, ulkonäöstä ja koostumuksesta täyttyvät. *Hinta-laatusubde* täyttää asiakkaan tarpeet ja lisäksi asiakastyytyväisyys sekä käyttöaste optimoidaan. (Ruokapalvelujen laatutyöryhmä 2004, 4.)

#### Palvelun laatu

*Palvelun saatavuudella* luvataan pitää sovitusta kiinni, tarjotaan mitä on luvattu. *Palvelualltius* määrittää toiminnan asiakaskeskeiseksi ja asiakastyytyväisyys on mitattavissa. Palvelun laatua parantavat myös *ruokailuympäristön* siisteys, savuttomuus, turvallisuus ja rauhallisuus. (Ruokapalvelujen laatutyöryhmä 2004, 4.)

#### Toiminnan laatu

Esimies vastaa *henkilöstön ammattitaidosta* siten, että heillä on tehtävän edellyttämä osaaminen. Henkilöstölle on laadittu koulutussuunnitelma tietojen päivittämistä varten. Tämän avulla päästään laatutavoitteisiin. Toiminnan laatuun vaikuttaa myös perehdyttäminen, ja sitä varten on laadittu kirjalliset ohjeet ja perehdyttäminen on vastuutettu. (Ruokapalvelujen laatutyöryhmä 2004, 5.)

*Ympäristölaatua* parannetaan kehittämällä hankintojen ja logistiikan kestävyttä, hävikin vähentämisellä ja hallitsemalla jätteiden tuotantoa, kierrätyksen ja lajittelun tehostamisella, veden ja sähkön säästämällä. Ympäristön laadussa hyödynnetään paikkakunnan ympäristöohjeita. (Ruokapalvelujen laatutyöryhmä 2004, 5.)

*Yhteiskuntavastuuseen* kuuluu, että noudatetaan työlainsäädäntöä ja työsuojelumääräyksiä. Henkilöstön viihtyvyyttä ja työssä jaksamista parannetaan, ymmärretään hankintapäätösten yhteiskunnalliset vaikutukset. Tiedostetaan päivittäiseen ruokailuun kuuluva kasvatuksellisuus, edistetään erilaisia ruokakulttuureja ja kansanterveyttä. Toiminnan laatua lisätään viestittämällä asiakkaille toteutuvasta laatutyöstä. (Ruokapalvelujen laatutyöryhmä. 2004, 5.)

### 3.4 Reseptien suunnittelu, esillepano ja annoskortti

Reseptien suunnittelussa kannattaa käyttää jo olemassa olevia reseptejä. Avattavalla lounaskahvilalla ei vielä ole reseptejä, joten tämä on suuri haaste löytää sellaiset reseptit, joiden avulla lähden työstämään tuotekehitystyötäni. Reseptien suunnittelussa tulee huomioida an-

noskoot ja selkeät työohjeet. Tavoitteena on saada helposti ja nopeasti valmistettava suolainen tuote, joka on valmistettu tuoreista raaka-aineista ja on esteettisesti kaunis sekä laadukas.

Suolaisen tuotteen annoskokoön vaikuttavat erilaiset tekijät, kuten suunnitellaanko tuote lounaaksi vai välipalaksi, tarjoillaanko tuote yksittäin vai suunnitellaanko tuotteen ohelle jokin lisäke. Annoskokoön ja -suunnitteluun vaikuttavat myös ravitsemukselliset suositukset, asiakaskunta, tuotteen hinta, maku, rakenne, paikalliset raaka-aineet ja sesongit, alueellinen ruokakulttuuri, henkilöstön määrä ja osaaminen, yrityksen liikeidea, tilat, laitteet ja palvelujen laatu. (Määttä n.d., 9.)

Kokeillut ja toimivat reseptit varmistavat ruokatuotannon onnistumisen. Reseptien avulla voidaan varmistaa, että ruoka on tasalaatuista, sitä on oikea määrä, se on hyvän makuista ja ulkonäkö on houkutteleva. Hyvän reseptin avulla ruoanvalmistus on loogista, töiden organisointi on tehokasta, raaka-aineiden hankinta on helpompaa ja kustannuksia pystytään hallitsemaan paremmin. (Kaikkonen ym. 2010, 89.)

### **Esillepano ja koristelu**

Kun halutaan vaikuttaa ruoasta saatuun elämykseen, on syytä panostaa ruokien esillepanoon ja koristeluun. Kauniisti koristeltu ja esillelaitettu ruoka-annos herättää ruokahalua sekä vaikuttaa, millaiselta ruoka maistuu asiakkaan mielestä. Ruokien esillelaitossa tärkeää on siisteys, selkeys ja ruoan ominaisuuksien korostaminen. (Määttä ym. 2008, 104.)

Näköaistin avulla ihminen havainnoi ruokailutilannetta, ja ruoan ulkonäön avulla ruokailija päättää, onko ruoka herkullista vai ei. Houkuttelevuutta lisää kaunis esillepano, kauniit värit sekä muodoltaan tasapainoinen ruoka-annos. Ruoan ulkonäköön vaikuttavat lisäksi astiat, ruokailu- ja tarjoiluvälineet sekä ympäristö. Värit ovat oleellinen osa elintarvikkeiden ulkonäköä. Ruoan ulkonäkö sekä muut aistittavat ominaisuudet tulee olla tasapainossa keskenään. Ikävissä tapauksissa houkutteleva ulkonäkö on johtanut pettymykseen ruokaa maistaessa. (Tuorila, Parkkinen & Tolonen 2008, 18–19.)

### **Annoskortti**

Annoskortti on ruokaohjekortti, joka sisältää annoksen hintatiedot ja työohjeet. Annoskortit ovat kaikkien työntekijöiden käytössä, tai ne voidaan tulostaa tietokoneelta helposti käyttöön. Annoskorttien avulla ruoka-annosten valmistaminen on tasalaatuista. Ruoasta saadaan joka

kerta maultaan, väriltään ja rakenteeltaan samanlaista työntekijästä riippumatta. Annoskortteihin liitetyt kuvat helpottavat ruoan esillepanoa. Annoskorttien hyötyjä ovat lisäksi:

- saadaan tietoa annosten raaka-ainekustannuksista ja raaka-aineiden hankinnasta
- niiden avulla voidaan määrittellä annoshinta
- suunnitella valmistusmäärät
- seurata ja toteuttaa ruoan laatutavoitteita.

(Määttä ym. 2008, 64.)

Annoskorttiin kirjataan erilaisia tietoja, kuten esimerkiksi tiedot ruokalajista, annoskoko ja ohjeen mukainen valmistusmäärä annoksina. Annoskortista löytyvät tiedot tarvittavista raaka-aineista, määristä ja valmistusohjeet. Annoskortissa on myös laskettu raaka-aineiden kustannukset annosta kohden sekä myyntihinta katteineen ja veroineen. (Määttä ym. 2008, 64.)

### 3.5 Aistinvarainen arviointi

Tuotekehityksessä oleellisena osana on aistinvarainen arviointi. Aistinvaraista arviointia käytetään aistinvaraisessa tutkimuksessa, jossa tuotteita arvioivat ammattilaiset, sekä ruoan hyväksyttävyyttutkimuksessa, jossa kuluttajat arvioivat tuotteen kiinnostavuutta ja miellyttävyyttä. (Tuorila ym. 2008, 15.)

Tuotekehityksen aikana jokaisesta koe-erästä arvioidaan tuotteen makua, ulkonäköä, tuoksua, rakennetta ja tuotteen herättämää mielikuvaa. Kun tuote on saatu siihen vaiheeseen, että sitä voi maistattaa ulkopuolisilla, kootaan muutamasta henkilöstä raati arvioimaan tuotetta joko yksin tai yhdessä. Tässä vaiheessa tuotteet voidaan asettaa paremmuusjärjestykseen tai vaihtoehtoista voidaan valita paras. (Tuononen ym. 2007, 17.)

Opinnäytetyössä aistinvaraista arviointia käytetään mittaamaan tuotteiden miellyttävyyttä ja kiinnostavuutta kuluttajien arvioimana, koska tavoitteena on saada markkinoille kiinnostava ja makuelämyksiä antavia uusia tuotteita, jotka houkuttavat kuluttajia ostamaan tuotetta yhä uudestaan. Kuluttaja raatina opinnäytetyössäni toimivat oma perhe ja lähimmät ystävät. Kuluttajaraati kootaan yleensä henkilöistä sen mukaan, miten todennäköisenä heitä pidetään

tuotteen käyttäjinä tai ostajina. Kuluttajaraadin jäseniltä ei edellytetä aiempaa arviointikokemusta. (Tuorila ym. 2008, 95.)

Aistinvaraista arviointia käytetään opinnäytetyössä myös koekeittäövaiheissa, jolloin arvioidaan eri raaka-aineita ja niiden soveltuvuutta käytäntöön. Koekeittäövaiheessa on tarkoitus selvittää tuotteiden laatua ja arvioida säilyvyyttä tuoksun, ulkonäön ja maun avulla. Tarkemmat säilyvyysmittaukset tuotteiden osalta yritys voi teettää myöhemmin laboratoriossa. Laatua arvioitaessa aistinvaraisesti arvioijalta odotetaan löytyvän kokemusta, jotta menetelmää voidaan pitää luotettavana ja laatuvaihtelu pysyy hyväksyttävissä määrissä. (Tuorila ym. 2008, 146.)

#### 4 TUOTTEEN HINNOITTELU

Opinnäytetyön tavoitteisiin kuului suunnitella ja kehittää suolainen tuoteperhe avattavalle kahvilalle niin, että yritys saa käyttöönsä valmiin reseptiikan. Reseptiikka muodostuu hinnoitelluista vakioruokaohjeista, jotka ovat tuotekehityksen tulos. (Määttä ym. 2008, 62.) Hinnoittelu- ja kustannuslaskelmien avulla saatavien tietojen perusteella yritys pystyy arvioimaan, mitä tuotteita se ottaa myyntiin ja millä hinnalla. Kustannustietojen perusteella voidaan jo tuotekehityksen aikana huomata tuotteen korkeat valmistuskustannukset ja päättää, otetaanko tuotetta myyntiin vai ei. Tämän opinnäytetyön avulla on laskettu tuotteille alustavat myyntihinnat.

Yritystoiminnan ollessa kannattavaa ja voitollista liiketoiminnan tuottojen on oltava kustannuksia suurempia. Tuotteiden ja palveluiden tuottamiseen yritys tarvitsee eri tuotannon tekijöitä eli resursseja. Resurssit koostuvat aineellisista ja aineettomista resursseista. Liiketoimintaan tarkoitettujen raaka-aineiden, raha, toimitilat ja tuotannossa käytettävät energialähteet ovat aineellisia resursseja. Aineettomiin resursseihin kuuluvat työntekijät ja heidän ammattitaitonsa sekä yritysjohdon tekemät liiketoimintaa koskevat päätökset yritysjohdannon ohella. Yritystoimintaan tarvittavien resurssien määrä on aina rajallinen, kuten esimerkiksi raha ja ammattitaitoiset työntekijät. (Selander & Valli 2007, 14, 18.)

Hinnoittelu- ja kannattavuuslaskelmien tärkeimmät tehtävät matkailu- ja ravitsemisalalla on selvittää myytävien tuotteiden ja tuoteryhmien oikea hinnoittelu sekä antaa tietoa siitä, että toteuttamiseen tarkoitettu työpanos on oikeassa suhteessa myyntihintaan. Laskelmien avulla selviää myös tuotteen, tuoteperheen ja yrityksen kannattavuus, kun kaikki kustannukset ovat selvillä. Sisäisessä tuloslaskelmassa tarvitaan näiden tietojen selvittämiseksi myyntikate, palkkakate ja käyttökate. Myyntikate kertoo tuoteryhmäkohtaisen katteen, kun muuttuvat kustannukset on vähennetty. Palkkakate ilmoittaa toiminnan katteen työtuntien jälkeen, ja käyttökate antaa tiedon lopullisesta kannattavuudesta. (Selander ym. 2007, 63.)

#### **Tuotehinnoittelu**

Yrityksen tärkeimpiin päätöksiin kuuluu oikean hinnoittelutason määrittely, koska se näkyy lopulta yrityksen kannattavuudessa. Hinnoittelu tarkoittaa myytävälle tuotteelle asetettavaa myyntihintaa. Tuotehinnoittelu tarkoittaa yksittäisen tuotteen hinnoittelua, jonka lähtökohdaksi on selvittää tuotteen valmistukseen liittyvät kustannukset ja markkinoilla vallitseva hin-

tataso. Tuotteen myyntihinta on hinta, jonka yritys perii asiakkaaltaan. Myyntihinta sisältää yleensä arvonlisäveron, mutta hinnoittelulaskelmissa on myös nähtävissä veroton myyntihinta, jonka perusteella määritellään kateprosentti. Myyntikate saadaan, kun tuotteen verottomasta myyntihinnasta vähennetään siihen kohdistuneet verottomat kustannukset. Myyntikatteeseen vaikuttavat asiakasmäärä, tuotteen valmistuksen vaatima työpanos ja muut mahdolliset varastointi- ja kuljetuskustannukset. (Selander ym. 2007, 68, 78, 80–81.)

Myyntihinnoittelussa voidaan käyttää kahta erilaista laskentatapaa. Perinteisellä tavalla tuotteelle arvioidaan sopiva myyntihinta, jossa on huomioitu yrityksen liikeidea, sijainti ja muut kilpailijat. Tämän jälkeen tarkastetaan arvioitu kateprosentti. Toisessa hinnoittelutavassa määritellään ensin haluttu kateprosentti ja sen jälkeen lasketaan tuotteelle myyntihinta. Hinnoittelua ennen yrityksen on määriteltävä omaan liikeideaan soveltuva hinnoittelupolitiikka. Arvonlisäverojen ollessa vähennyskelpoisia, on hinnoittelussa suotavaa käyttää verottomia kustannuksia. (Selander ym. 2007, 79.)

Myyntihintaa ei kannata asettaa vain tuotantokustannuksia tarkastelemalla, jos tuotteella ei ole kilpailijoita tai kilpailu on vähäistä. Asiakkaiden maksuvalmius ja -halukkuus vaikuttavat myyntihinnan asettamiseen. Kateprosenttia kannattaa käyttää hinnoittelun apuna. Jos myyntihinnalla ei saada tarvittavaa katetta, on syytä miettiä tuotteen myymisen järkevyyttä. (Tuononen ym. 2007, 24.)

Kateprosentti lasketaan seuraavasti:

$$100 \% \times (\text{Myyntihinta} - \text{Tuotantokustannukset}) / \text{Myyntihinta}$$

(Tuononen ym. 2007, 24.)

Katteen avulla turvataan yrityksen toimintaa, vaikka tuotannollista toimintaa ei ole tai jos tarvitaan uusia koneita, laitteita tai tiloja. Katteella saadaan peitettyä kustannuksia, joita ei voida suoraan kohdistaa yksittäiseen tuotteeseen, kuten esimerkiksi tuotekehitys, myynti ja markkinointi tai hallintokustannukset. (Tuononen ym. 2007, 23.)

Arvonlisäveroton myyntihinta lasketaan myyntikatehinnoittelussa seuraavasti:

$$\underline{\text{raaka-ainekustannukset}} \times 100$$

$$100\text{-myyntikate} \%$$



Arvonlisäverollinen hinta saadaan kun lisätään arvonlisäverottomaan hintaan arvonlisäverokannan mukainen arvonlisä, joka ravintola- ja ateriapalveluilla on tällä hetkellä 14 %. (Heikkilä & Saranpää 2013, 90.; Verohallinto 2013.)

### **1,14 x arvonlisäveroton myyntihinta**

Halutulle myyntikateprosentille voidaan määrittää hinnoittelukerroin, jolloin arvonlisäverottomat raaka-ainekustannukset kerrotaan hinnoittelukertoimen avulla ja saatuun arvonlisäverottomaan hintaan myyntihintaan lisätään arvonlisävero. (Heikkilä ym. 2013, 90–91.)

### **Hinnoittelukerroin = 100/100 – myyntikateprosentti**

**Arvonlisäveroton myyntihinta = hinnoittelukerroin x arvonlisäverottomat raaka-ainekustannukset**

Hinnoittelumenetelmät ovat hyvin samanlaisia, mutta vakiohinnoittelukertoimen käyttäminen helpottaa hinnoittelun teknistä suorittamista merkittävästi. Hinnoittelumenetelmät eivät ole ongelmattomia, ja on osattava ennustaa menekki mahdollisimman tarkasti, jotta osataan määrittää hinnoitteluun oikea kateprosentti. (Heikkilä ym. 2013, 91.)

## 5 OULUN SEUDULLE AVATTAVAN KAHVILAN TUOTEVALIKOIMAN KEHITTÄMINEN

Toiminnallinen opinnäytetyö on kokonaisuus, jossa yhdistyy toiminnallisuus, teoreettisuus, tutkimuksellisuus ja raportointi. Toiminnallinen opinnäytetyö on työelämälähtöinen ja on suositeltavaa löytää opinnäytetyölle toimeksiantaja. Toimeksiannetun opinnäytetyön avulla on mahdollisuus kehittää omia ammatillisia tietoja ja taitoja käytännönläheisesti, luoda uusia suhteita ja harjoittaa innovatiivisuutta. (Vilka & Airaksinen 2004, 10, 16.)

Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkimuksellisuus riippuu opinnäytetyön tarkoituksesta. Toiminnallisessa opinnäytetyössä ei ole välttämätöntä käyttää tutkimuksellisia menetelmiä, koska silloin työn laajuus voi kasvaa liian suureksi. Kuitenkin on tarkasti harkittava, kuinka aineistoa kerätään, jotta siitä saadaan luotettava, mutta kuitenkin tarpeeksi kattava. Toiminnalliseen opinnäytetyöhön laadullisesti kerättyä aineistoa ei välttämättä tarvitse analysoida yhtä tarkasti kuin tutkimuksellisissa opinnäytetyöissä. (Vilka ym. 2004, 56–58.)

Toiminnallinen opinnäytetyö koostuu toiminnallisesta osiosta ja opinnäytetyöraportista. Toiminnallisen opinnäytetyön tulee pohjautua teoreettiseen ammatilliseen tietoon. Toiminnallisessa opinnäytetyössä tutkiva ote näkyy valitun teorian tiedon ja ratkaisujen perustelusta, kriittisestä ja pohitivasta suhtautumisesta omaan kirjoittamiseen sekä työn suorittamiseen. (Virtuaaliammattikorkeakoulu n.d.)

### 5.1 Toiminnallisen opinnäytetyön toteuttaminen Oulun seudulle avattavaan kahvilaan

Kahvilan liikeideana on tarjota laadukkaita suolaisia ja makeita kahvilatuotteita sekä lounas- tuotteita Oulun keskustan läheisyydessä. Kahvilan tuotevalikoimassa pääpaino on laadukkaissa ja herkullisissa suolaisissa tuotteissa, jotka olen opinnäytetyötä tehdessä suunnitellut ja kehittänyt. Kahvila on pieni idyllinen perheyritys, joka toimii pienessä viihtyisässä ja ko- toisassa ravintolatilassa. Kahvilassa on mahdollisuus istuutua nauttimaan tarjoiluista tai sieltä voi noutaa tuotteita myös mukaan.

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää ja suunnitella avattavalle yritykselle suolaisten tuotteiden valikoima resepteineen ja annoskoritteineen, laskea tuotteille kustannukset ja myyntihinnat katteineen. Suolaisen tuoteperheen suunnittelu tuli toteuttaa kahvilan liikeidean mukai-

sesti noudattamalla yrityksen arvoja ja tuotteille asettamia vaatimuksia. Tuotteiden valmistuksessa ja raaka-aineiden valinnassa pääpaino oli pohjoisen makumaailmassa ja kotimaisissa tuotteissa mahdollisuuksien mukaan.

## 5.2 Tuotekehityksen toteutuminen vaiheittain

Opinnäytetyön aihe varmistui alkuvuodesta 2013, jolloin idea oman kahvilan perustamisesta syntyi kahden ystävän kanssa. Yrityksen liikeidean ja suunnittelun selkeydyttyä aloimme työstää ja kehittää suolaisten tuotteiden valikoimaa. Ensimmäiset kokeittövaiheet suoritimme kesällä yhden tulevan kahvilayrittäjän kotona, koska hänellä oli tarpeeksi tilaa ja sopivat välineet työstämiseen.

### **Ideointi- ja suunnitteluvaiheet**

Ideointivaihe toteutui kevään 2013 aikana samalla, kun suunnittelimme yrityksen liikeideaa. Ideointivaiheessa suunnittelimme tuotteet, jotka halusimme testata ja saada tuotevalikoimaamme. Hankimme yhdessä tietoa tuotteista ja niiden valmistuksesta sekä tarvittavista raaka-aineista. Tutustuimme olemassa oleviin resepteihin ja rakensimme omaa tuotevalikoimaa.

Ideointivaiheessa kiersimme Oulun keskustan alueella kahviloissa havainnoimassa sen hetkistä tuotevalikoimaa suolaisten tuotteiden osalta ja teimme johtopäätöksiä tämän hetken trendeistä, mitä on tarjolla ja mitä puuttuu. Huomasimme, että valikoimissa käytettiin paljon pakasteita ja raakapakasteita eikä tuotteiden esillepanoon ollut panostettu muutamassa käymäsämme kahvilassa. Ideointi ja suunnitteluvaihe toteutuivat yhtä aikaa toisiaan tukien. Suunnitteluvaiheessa kartoitimme tuotevaatimukset ja sen, mitä haluamme tarjota asiakkaillemme. Suunnitteluvaiheessa teimme alustavan aikataulun, jonka mukaan toteutimme kokeittövaiheet kesällä 2013.

### **Kokeittövaiheet I-VI**

Kesällä 2013 aloitimme ensimmäisen kokeittövaiheen, jolloin valmistimme koe-erät neljästä suunnittelemastamme tuotteesta lisukkeineen. Ensimmäinen kokeittövaiheen tuotokset maistelimme ensiksi perheidemme kanssa yhdessä. Arvioimme tuotteiden ulkonäköä, rakennetta, makua ja kiinnostavuutta. Tuotteita maistatettiin myös ulkopuolisilla, koska osa ylimääräisistä tuotteista vietiin naapureille, josta saimme suurta kiitosta sekä ensimmäisen ”epä-

virallisen” tilauksen syntymäpäiville. Palautteen avulla huomasimme, että tuotteellamme on kiinnostusta mahdollisessa asiakaskunnassamme. Ensimmäisestä kokeittövaiheesta saimme innostusta suunnittelemaan tuotteita lisää, koska palaute oli positiivista. Saimme aikaiseksi yhden valmiin reseptin, joka oli kaikkien mielestä heti aivan loistava. Muut suolaiset tuotteet joutuivat vielä kehittelyn ja parantelun alle.

Toisen kokeittövaiheen aikana tuotteita testattiin ulkopuolisilla. Tämä keittövaihe toteutettiin syntymäpäivätilauksen yhteydessä, jonka saimme ensimmäisen kokeittövaiheen aikana. Olimme sopineet syntymäpäiväsankarin kanssa, että voimme teettää vierailia pienen kyselyn meidän valmistamiemme tarjoiluiden osalta. Tuotteita valmistimme kahta erilaista, ja vieraat olivat hyvin tyytyväisiä tuotteisiin. Saimme paljon tärkeää tietoa tuotteiden suunnitteluun ja kehittelyyn. Huomasimme myös sen, että tuote oli kiinnostava niin aikuisten kuin nuorison keskuudessa. Vierailia teettämäämme arviointilomaketta (liite 1) emme ehtineet esitettäväksi, koska tilaus tuli niin yllättäen, mutta halusimme kuitenkin saada tuotteista palautetta.

Kesällä 2013 alustavaan tuotekehityssuunnitelmaan tuli aikataulumuutoksia ja päätimme pitää tauon kokeittövaiheissa. Tauon aikana kuitenkin jatkui uusien tuotteiden ideointi ja tuoteperheen suunnittelu. Samalla alustava tuotekehityssuunnitelma muuttui tuotteiden ja aikataulujen sekä tuotekehitykseen osallistuvien henkilöiden osalta.

Tammikuussa 2015 työ jatkui kolmannella kokeittövaiheella. Tässä vaiheessa mukana olin enää vain minä, joten sain itse päättää, miten toteutan työn loppuun ja mitä tuotteita otan kokeittävään testattavaksi. Vaikka välissä oli pitkä tauko työn toteuttamisessa, kuitenkin työtä oli tehty aina välillä ajatuksen tasolla. Kolmas kokeittövaihe alkoi kahden erilaisen suolaisen tuotteen valmistamisella ja arvioimisella perhepiirissä. Tuotteet olivat ihan hyviä, mutta eivät aivan niin täydellisiä kuin olisin halunnut niiden olevan, joten nämä tuotteet joutuivat tietyiltä osilta parantelun alle. Tässä vaiheessa suunnittelin suolaisten tuotteiden valmista annoskokoa ja muotoa hieman tarkemmin.

Neljäs kokeittövaihe jatkui tammikuussa 2015, jolloin valmistin edellisessä kokeittövaiheessa valmistamista tuotteista parannellut versiot. Näihin tuotteisiin olin tyytyväinen, samoin arviointiapuna ollut perheeni, joten kuvasin valmiit tuotteet ja päätin niiden jäävän tuotevalikoimaan. Suolaisten tuotteiden ohella valmistin koe-eriä erilaisista lisukkeista (erilaisia kastikkeita, levitteitä, tahnoja ja majoneesipohjaisia salaatteja), joita myös maistelimme. Lisukkeet onnistuivat eikä niiden osalta toistaiseksi tarvinnut tehdä parannuksia.

Viidentenä koekeittiöpäivänä valmistin kolme erilaista tuotetta. Halusin valmistaa vielä keran kesältä 2013 yhden onnistuneen tuotteen varmistaakseni sen, että tuote on edelleen loistava. Tätä tuotetta hioin kuitenkin sen verran, että sain sen visuaalisesti erilaiseksi ja parantelin siihen tullutta lisuketta. Näin sain siitä enemmän omaa silmääni miellyttävän ja maukkaamman. Kaksi uutta tuotetta onnistuivat myös yllättävän hyvin. Valmistin tuotteet myös lopulliseen kokoon, jotta sain niistä tiedot annoskorttien kirjoittamiseen. Lopuksi kuvasin tuotteet valmiina.

Kuudentena koekeittiöpäivänä valmistin viisi erilaista tuotetta sekä niihin tarvittavat lisukkeet. Alun perin tarkoituksena oli valmistaa vain neljä tuotetta, joista yksi oli tuttu kesältä 2013, mutta löysin Internetistä mielenkiintoisen kokeilemisen arvoisen tuotteen, johon minulla oli jo valmiit raaka-aineet kotona, joten päätin valmistaa viisi erilaista tuotetta. Tuotteet onnistuivat hyvin, neljä tuotetta sain valmiiksi ja yksi jäi vielä kehittelyn alle. Huomasin myös sen, että viisi tuotetta on aivan liikaa yhdelle päivälle valmistettavaksi, jotta tuotteista tulisi ulkonäöllisesti erilaisia enkä toistaisi itseäni koristelussa. Lopputulokseen olin kuitenkin tyytyväinen. Sain valmiiksi neljä erilaista tuotetta, jotka olivat oikein maukkaita arvioivan kuluttajaraadin mielestä, joten lopuksi kuvasin valmiit tuotteet.

Kuudennen koekeittiöpäivän jälkeen minulla oli valmiina kymmenen erilaista suolaista tuotetta, niiden valmistamiseen tarvittavat lisukkeet sekä reseptit paperilla. Olin tyytyväinen aikaansaannokseeni, mutta päätin jättää yhden tuotteen pois, joka ei kuudentena koepäivänä valmistunut lopullisesti. Maun puolesta tuote oli oikein hyvä, mutta tuotteen esillepanoon ja koristeluun tulee tehdä muutoksia. Tätä tuotetta voin kehittää myöhemmin eikä sen puuttuminen vaikuta lopputulokseen. Nyt minulla oli valmiina suolaisten tuotteiden tuoteperhe, joka koostui yhdeksästä erilaisesta tuotteesta, joihin olin tyytyväinen.

### **Tuotteiden viimeistely**

Tuotteiden viimeistelyä toteutin sitä mukaa, kun sain tuotteet valmiiksi. Olin laatinut Excel-taulukkolaskentaohjelmalla itselleni annoskorttipohjan, jonka avulla sain laskettua tuotteille alustavat verottomat valmistuskustannukset sekä verolliset myyntihinnat katteineen. Annoskorttipohja on muunneltavissa ja tarkoitettu yrityksen käyttöön. Siihen voi lisätä tuotteita ja muuttaa verokantaa sekä kateprosenttia tarvittaessa. Valmistamieni tuotteiden annoskortit löytyvät liitteestä (liite 2). Samalla kun syötin tiedot annoskorttipohjiin, laadin myös kirjalliset valmistusohjeet tuotteille sekä lisäsin ottamani valkokuvat valmiista tuotteista ohjeiden viereen. Valmiiden tuotteiden reseptit ja kuvat löytyvät liitteestä (liite 3).

Markkinointi ja markkinointisuunnitelman laatiminen jää toteutettavaksi yritykselle sitten, kun sen aika on. Valmiit tuotteet eivät ole opinnäytetyöni liitteenä, koska olen nähnyt vaivaa niiden kehittämiseen ja valmistamiseen. Minulla on tarkoitus joku päivä perustaa kahvila, jossa tarjoilen näitä suolaisia tuotteita.

### **Arviointi**

Kesällä 2013 teettämämme arviointikyselyn perusteella tuotteet olivat kiinnostavia ja saivat positiivista ja kehitettävää palautetta. Ne maistuivat niin nuorille kuin vanhemmillekin koemaistajille ja mahdolliset tulevat asiakkaat olisivat valmiita maksamaan tuotteesta. Kehitettävät parannusehdotukset otettiin huomioon tammikuun 2015 kokeittövaiheissa, kun valmistin tuotteista parannellut versiot. Pääasiassa palaute oli positiivista, mutta kehitettäviä asioita olivat toisen tuotteen kohdalla väsyvä maku ja hankala koostumus/rakenne syödessä. Toinen tuotteista ei saanut kehitettävää palautetta koemaistajilta.

Tuotteiden ulkonäköä ja esillepanoa olen muuttanut kesästä 2013, jolloin ne eivät aivan miellyttäneet silmääni. Yksinkertaistin visuaalista ilmettä niin, että käytetyt raaka-aineet ovat selvästi esillä eikä koristelulla ole peitetty pääroolissa olevaa tuotetta. Päädyin vaihtamaan ja vähentämään koristeina käytettyjä kurkku-tomaattiyhdistelmiä, koska niitä saa yleensä syödä muutenkin aivan tarpeeksi.

Tuotteiden valmistuskustannukset yllättivät, osa tuotteista oli kustannuksiltaan toteuttamiskelpoisia ja muutaman tuotteen valmistuskustannukset nousivat hyvin korkeiksi. Näiden tuotteiden kohdalla täytyy harkita, kannattaako niitä ottaa päivittäiseen valikoimaan mukaan vai suunnitellaanko ne kausittaisiksi tuotteiksi. Kypsentämättömien tuotteiden kohdalla täytyy huomioida säilytys- ja valmistuslämpötilat niin, että helposti pilaantuvat tuotteet pysyvät tarjoilukelpoisina asiakkaalle asti.

Haastavinta tuotekehitysprojektin aikana oli rajaaminen, kustannukset ja valmistusresurssit. Kokeilun arvoisia ideoita tuli valtavasti vastaan ja niistä täytyi valita vain parhaimmat, koska valmistuskustannukset nousevat helposti hyvin korkeiksi. Valmistusresurssit kotikeittiössä ovat myös ammattikeittiötä pienemmät jo kylmäsäilytysten osalta laitteistosta tai pöytätilasta puhumattakaan.

Tuotteet on suunniteltu ja valmistettu ammattitaidolla ja niin, että tuotteita voidaan valmistaa myös pienissä tiloissa toimivan yrityksen liikeidean mukaisesti. Tuotteita ei sovellettu ammattikeittiössä, vaan tuotteet valmistettiin ja viimeisteltiin kotikeittiössä. Tuoteperhe on nyt val-

miina, ja kun tulee aika perustaa yritys, niin tuotteet voidaan siinä vaiheessa testata ammattikeittiössä, mikäli vielä on tarve. Tuotteiden valmistamiseen ei tarvita ammattikeittiönvälineitä, joten en kokenut sen olevan oleellista vielä tässä vaiheessa, kun varsinaista yritystä ei ole olemassa. Tämä voi heikentää lopputuloksen luotettavuutta, mutta tärkeintä on olla tyytyväinen lopputuotteisiin.

## 6 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää avattavalle yritykselle suolainen tuoteperhe valmistusohjeineen ja annoskortteineen sekä laskea tuotteiden valmistuskustannukset ja alustavat myyntihinnat katteineen. Opinnäytetyön lopputuloksena valmistui yhdeksästä erilaisesta suolaisesta tuotteesta muodostuva tuoteperhe. Suolaisille tuotteille ja niiden valmistukseen tarvittaville lisukkeille on laadittu annoskortit, valmistusohjeet kuvineen, tuotteille on laskettu valmistuskustannukset ja alustava myyntihinta sekä yrityksen käyttöön valmistui muokattava annoskortti -mallipohja Exceliin.

Opinnäytetyö oli toiminnallinen opinnäytetyö, joka koostui teoriaosuudesta sekä toiminnallisesta osuudesta. Teoriaosuus käsitteli aiheita, jotka tukivat tuotekehitysprosessin toteutumista. Teoriaosuudessa perehdyin kahvilakulttuuriin ja suolaisten tuotteiden historiaan sekä niiden Suomeen saapumiseen. Lisäksi perehdyin tuotekehitysprosessiin ja sen eri vaiheisiin sekä hieman hinnoittelu- ja kustannuslaskelmiin.

Onnistuin kehittämään suolaisen tuoteperheen lisukkeineen ja kaikille valmistukseen tarvittaville tuotteille saatiin valmis reseptiikka. Alkuperäistä suolaisten tuotteiden valikoimamäärää pienennettiin hieman kustannusten ja aikataulun puitteiden vuoksi. Tuotekehitysprosessissa epäonnistuttiin siinä, ettei pystytty pysymään alkuperäisessä aikataulussa yllättävien opinnäytetyön ulkopuolisten tekijöiden muuttuessa. Alkuperäisen suunnitelman mukaan tuotteet oli tarkoitus testata ammattikeittiössä, mutta tämän hetkisen työtilanteen vuoksi se ei onnistunut.

Tuotteet on valmistettu ja viimeistelty kotikeittiössä. Tässä on kuitenkin pyritty ammattimaiseen toimintaan ja työ on suunniteltu niin, että tuotteet voidaan helposti valmistaa myös ammattikeittiössä. Ennen myynnin aloittamista kannattaa valmistaa tuotteista koe-erät, jotta mahdolliset virheet huomataan hyvissä ajoin, kuten esimerkiksi kypsennyslämpötilat ja -ajat, koska ne ovat laitekohtaisia.

Opinnäytetyön tuloksia voidaan hyödyntää seuraavien tuotteiden suunnittelussa, kuten esimerkiksi annoskorttipohjaa makeiden tuotteiden suunnittelussa sekä uusien suolaisten tuotteiden suunnittelussa. Opinnäytetyön aikana vastaan tulleet ongelmat voidaan myös välttää tulevaisuudessa. Tuotekehitys on aikaa vievää ja liian nopealla aikataululla kiirehtien toimies-



sa ei ehdi tarkastelemaan tuotteita tai työtä ylipäättänsä riittävän laajalti, että huomaisi mahdolliset karikot.

Tuotekehityksessä on tärkeää pysyä suunnitelmassa, aikataulun lisäksi myös kustannukset voivat kasvaa hyvin suuriksi. Tuotteet joita kehitellään, tulee valita harkitusti ja tarkkaan, mielellään niin, että niillä tiedetään olevan kiinnostusta mahdollisessa asiakaskunnassa. Myös tuotekehitykseen osallistuvien henkilöiden keskuudessa on tehtävä selkeä roolin jako, jotta projektia johdetaan järjestelmällisesti ja se etenee kaikille selkein pelisäännöin.

Toiminnallista opinnäytetyötä suositellaan toteutettavaksi ulkopuoliselle toimeksiantajalle, jotta opinnäytetyön avulla voidaan näyttää omaa osaamistaan laajemmin ja herättää omaa kiinnostusta työelämään tai mahdollisesti työllistyä opinnäytetyön jälkeen. Toimeksiannetun opinnäytetyön katsotaan lisäävän opiskelijan vastuuntuntoa, lisäävän ammatillista kasvua ja opettavan projektien hallintaan. (Vilkkä ym. 2003, 16–17.)

Omalla kohdalla toimeksiannettu opinnäytetyö olisi varmasti valmistunut suunnitelmien mukaan ja työn toteutumiseen sekä tuloksiin olisi mahdollisesti saatu muiden ammattilaisten mielipiteitä. Työtä olisi pystynyt mahdollisesti käsittelemään eri kulmista ja ehkä laajemminkin, mutta yhtäläillä työstä voi tulla laaja itsenäisesti toteutettuna. Toimeksiannettuna olisin kuitenkin joutunut tekemään työn niin kuin muut sen haluavat ja lopputulos ei välttämättä olisi ollut minua miellyttävä.

Minulla on ravintola-alan työkokemusta 15 vuoden ajalta erilaisista työtehtävistä. Työkokemuksen avulla pystyin toteuttamaan opinnäytetyöni ammattimaisesti kotioloissa. Vuosien aikana saadun kokemuksen avulla pystyin arvioimaan työni tuloksia kriittisesti niin työntekijänä kuin asiakkaanakin.

Nyt sain tehdä työn itsenäisesti, työn lopputulos on itseni näköinen ja voin ylpeänä esittää työn tuloksia. Kasvoin henkisesti ja ammatillisesti tuotekehitysprojektin aikana. Vastuullinen ote omaan tekemiseen lisääntyi. Tieto ja tuntemus, siitä mitä haluan tulevaisuudelta, vahvistuivat. Vastuullisuutta lisäsi se, että jäin tuotekehitysprosessissa yksin ja jouduin taistelemaan yksin vaikeuksia vastaan. Usein epäilin omia voimavarojani, mutta nyt olen todella iloinen ja helpottunut siitä, että en luovuttanut, vaikka välillä sekin kävi mielessä.

## LÄHTEET

- Evira. 2013. Elintarvikkeiden säilyttäminen. Saatavilla: <http://www.evira.fi/portal/fi/elintarvikkeet/hygieniaosaaminen/tietopaketti/elintarvikkeiden+hygieeninen+kasittely/elintarvikkeiden+sailyttaminen> (Luettu 18.1.2015.)
- Heikkilä, P. & Saranpää, T. 2013. Hotelli- ja ravintola-alan sisäinen laskentatoimi. Vantaa : Hansaprint Oy.
- Hietikko, E. 2008. Tuotekehitystoiminta. Kuopio: Savonia-ammattikorkeakoulun kuntayhtymä.
- Ijäs, T. & Välimäki, M-L. 2002. Elintarvikehygienia ja – lainsäädäntö. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Jaatinen, S. 2006. Mistä täältä saa kahvia? Kahvilan pöydässä. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Kaikkonen, A., Mäkyne, T., Tiusanen, M. & Viinikka, E. 2010. Kokkisprokkis. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Koppinen, S., Kumpulainen, E., Lehto, M., Manninen, L., Mustonen, P., Niskanen, N., Pettilä, L., Salmi, K. & Viitala, M. 2002. Peti & safka. Hotelli- ja ravintola-alan perusteet. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Kupiainen, T. 2008. Elintarvikeyrityksen brändin rakentaminen. Tuotekehitys. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Mara. 2014. Tuleva vuosi alkaa laskevassa myynnissä. Saatavilla: <http://www.mara.fi/ext/cms3/attachments/ravintolaruokailun-trenditutkimus.pdf> (Luettu 17.1.2015.)
- Mattson, Henrik. 2014. Receptfavoriter. Fest med danska smörrebröd recept och tips. Saatavilla: <http://receptfavoriter.se/matartiklar/fest-med-danska-smoerrebroed-recept-och-tips.html> (Luettu 25.1.2015.)
- Moisio, S., Strömberg, M. & Toponen, T. 2000. Arktiset Aromit ry. Luonnontuoteyrittäjän tuotekehitys ja lainsäädäntö. Vaasa: Waasa Graphics Oy.
- Määttä, S. n.d. Ruokapalveluilla lisäarvoa matkailuyrityksille. PP-esitys Savonia-ammattikorkeakoulu. Saatavilla: [http://webd.savonia.fi/laatusavo/ajankohtaista\\_files/Savonia-AMK%20Ruokan%20laadusta%2026%205%2009%20Nils%C3%A4.pdf](http://webd.savonia.fi/laatusavo/ajankohtaista_files/Savonia-AMK%20Ruokan%20laadusta%2026%205%2009%20Nils%C3%A4.pdf) (Luettu 18.1.2015.)
- Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää, T. 2008. Juhlapalvelu suunnittele ja toteuta. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.
- Ojakangas, B. 2003. Scandinavian Cooking. First University of Minnesota Press Edition.
- Selander, K. & Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemisalalla. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Sillanpää, M. 2002. Säännöstelty huvi. Suomalainen ravintola 1900-luvulla. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Syväniemi, A-M. 2014. Maukasta maalta Pohjoispohjalaista lähiruokaa. Paras ruoka tulee läheltä. Porvoo: Bookwell Oy.

Stenros, M. 2004. Pohjois-Pohjanmaa A la carte. Jyväskylä: Gummerus Printing.

Tausta-Ojala, M-L. 2014. Maukasta maalta Pohjoispohjalaista lähiruokaa. Pohjoispohjalainen ruokaperinne- ja kulttuuri. Porvoo: Bookwell Oy.

Tuononen, V. & Hirvonen, U. 2007. Ideasta elintarvikkeeksi työkirja. Sisä-Savon seutuyhtiö.

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

Verohallinto. 2013. Arvonlisäverokantojen muutos 1.1.2013. Saatavilla: [http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat\\_veroohjeet/Verohallinnon\\_ohjeet/Arvonlisäverokantojen\\_muutos\\_112013\\_%2825811%29](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Verohallinnon_ohjeet/Arvonlisäverokantojen_muutos_112013_%2825811%29) (Luettu 17.1.2015.)

Vilka, H. & Airaksinen, T. 2004. Toiminnallinen opinnäytetyö. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Virtuaaliammattikorkeakoulu, n.d. Monimuotoinen/Toiminnallinen opinnäytetyö. Saatavilla: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/030906/1113558655385/1154602577913/1154670359399/1154756862024.html> (Luettu 15.4.2013.)

## LIITTEET

Liite 1 KYSELYLOMAKE

Liite 2 ANNOSKORTIT

Liite 3 RESEPTIT

Liitteet salaisia.