



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Menukonseptin suunnittelu -Case Laurea Events

Moisio & Varelius

2014 Leppävaara

Laurea-ammattikorkeakoulu
Leppävaara

Menukonseptin suunnittelu -Case Laurea Events

Moisio Riikka & Varelius Milla
Hotelli- ja ravintola -alan liikkeen
johto
Opinnäytetyö
Toukokuu, 2014

Moisio, Riikka; Varelius, Milla

Menukonseptin suunnittelu -Case Laurea Events

Vuosi 2014 Sivumäärä 142

Tämän toiminnallisen opinnäytetyön tavoitteena on suunnitella Laurea Eventsille asiakaslähäinen menukonsepti, joka on toteutettavissa BarLaurea Living Labs ympäristössä. Tarkoituksena opinnäytetyössä on tuottaa menukonsepti. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Laurea Events, joka on oma tulosyksikkö Laurea-ammattikorkeakoulussa. Laurea Events tuottaa organisointi- ja suunnittelupalveluja sisäisille ja ulkoisille asiakkaille.

Opinnäytetyö aloitetaan toimintaympäristön, toimeksiantajan ja sidosryhmien esittelyllä. Teoreettinen viitekehys muodostuu tapahtumien järjestämisen taustatekijöistä ja ruokalistan konseptisuunnittelun teorioista. Keskeisinä alakäsitteinä tapahtumateoria osuudessa toimivat tapahtumien määrittely ja -prosessit, henkilöstöresurssit sekä catering -palveluiden käyttö tapahtumissa. Toinen teoriakokonaisuus käsittelee ruokalistan konseptisuunnittelua. Tarkasteltavia alakäsitteitä ovat ruokalistasuunnittelu, resurssit sekä konseptin visualisointi.

Opinnäytetyön toiminnallinen osuus tehdään palvelumuotoiluprosessin avulla. Palvelumuotoiluprosessi on rajattu Stefan Moritzin palvelumallin kolmeen eri vaiheeseen: ymmärrä, kehitä ja toteuta. Ymmärrä -vaiheen tavoitteena on selvittää Laurea Eventsin lähtötilanne ja asiakkaiden tarpeet. Ymmärrä -vaiheen menetelminä käytetään net scoutingia, trend scoutingia, teemahaastatteluja, asiakasprofiileja ja palvelupolkuja. Toinen vaihe on kehitä -vaihe, jonka tarkoituksena on tuottaa menun ensimmäinen prototyyppi. Ensimmäinen prototyyppi luodaan hyödyntämällä ideointiworkshopia ja prototypointia eli koemallintamista. Viimeinen palvelumuotoiluprosessin vaihe on toteuta -vaihe, jossa ensimmäinen prototyyppi arvioidaan ja viimeistellään syntyneillä kehitysideoilla. Toteuta -vaiheen menetelmiä ovat myös TOWS -matriisi ja blueprint, joiden avulla arvioitiin valmiin menukonseptin käytettävyyttä sekä tulevaisuuden uhkia ja mahdollisuuksia.

Valmis menukonsepti helpottaa Laurea Eventsin kommunikointia asiakkaiden ja BarLaurean kanssa. Menukonseptin valmiit ruokaohjeet helpottavat myös BarLaurean tuotantoprosesseja. Menukonseptin suurin hyöty Laurea Eventsille on tarkka tieto menun hintarakenteesta ja tuotteista. Valmiin menukonseptin avulla Laurea Events saa mahdollisuuden kehittää markkinointiaan ja tätä kautta hankkia uusia asiakkaita. Menukonsepti luo pohjan jatkokehitykseen, joka on välttämätöntä asiakastyytyvyyden takaamiseksi.

Asiasanat tapahtumasuunnittelu, menu suunnittelu, konseptointi, palvelumuotoilu, prototypointi

Moisio, Riikka; Varelius, Milla

Menu Concept Planning -Case Laurea Events

Year	2014	Pages	142
------	------	-------	-----

The objective of this thesis is to create a customer-oriented menu concept to Laurea Events and one that can be used in BarLaurea Living Labs. The commissioner of the thesis is Laurea Events which is a unit in Laurea University of Applied Science. Laurea Events produces organizing and planning services for internal and external customers.

The beginning of the thesis includes an introduction of the commissioner, environment and stakeholders. The theoretical frame of reference consists of planning an event and planning a menu concept. Event planning theory consists of definition of an event and the process, human resources in events and the use of catering services in events. The second frame of reference consists of menu concept planning. The theory narrates menu planning, resources, and the visualization of a concept.

The thesis was carried out by using service design methods. The service design process is limited to three stages of Stefan Moritz's Service Design Models. The stages are understanding, generating and realizing. The objective of the understanding stage was to clarify the baseline of Laurea Events and customers' needs. The understanding methods are net scouting, trend scouting, interviews, customer profiles and customer journey maps. The second stage is generating whose purpose is to create the first prototype of the menu concept. The prototype is made by using a workshop and prototyping. The last stage of service design is realizing. This stage's objective is to evaluate and finish the prototype. TOWS-matrix and blueprint are the methods of realizing. With these methods usability and scenarios of the menu concept are evaluated.

The menu concept will ease Laurea Events' communication with customers and BarLaurea. The recipes of the menu concept will also help BarLaurea's production. The greatest benefit of the menu concept to Laurea Events will be specific information about costs and products. The menu concept offers Laurea Events an opportunity to increase and develop marketing. Marketing creates a chance to get more customers. The menu concept created is a base for further development which is vital for ensuring customer satisfaction.

Key words: Event planning, concept planning, conceptualization, service design, prototyping

Sisällysluettelo

1	Johdanto.....	7
2	Toimintaympäristökuvaus.....	8
3	Tapahtuman järjestämisen taustatekijät	9
3.1	Tapahtumaprosessin vaiheet	10
3.2	Tapahtumien luokitteluja.....	12
3.3	Tapahtumien ominaisuudet.....	15
3.4	Tapahtumien henkilöstöresurssit	17
3.5	Catering -palvelut osana tapahtumia	18
4	Ruokalistan konseptisuunnittelu	19
4.1	Ruokalistasuunnitteluun vaikuttavia tekijöitä.....	20
4.2	Menun moniulotteisuus.....	22
4.3	Asiakaslähtöinen ruokalistasuunnittelu.....	25
4.4	Resurssien vaikutus menusuunnitteluun	28
4.5	Visualisointi osana ruokalistan konseptisuunnittelua.....	31
5	Menukonseptin luominen palvelumuotoilua hyödyntäen.....	33
5.1	Hankkeen palvelumuotoiluprosessi.....	34
5.2	Lähtötilanteen ja asiakastarpeiden kartoittaminen	36
5.2.1	Kilpailijoiden ymmärtäminen net scoutingin avulla	36
5.2.2	Tulevaisuuden trendien selvittäminen trend scoutingilla	40
5.2.3	Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä	43
5.2.4	Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattorin haastattelu	45
5.2.5	BarLaurean ravintolapäällikön haastattelu	47
5.2.6	BarLaurean keittiömestarin haastattelu	49
5.2.7	Teemahaastattelujen yhteenveto.....	51
5.2.8	Lähtötilanteen selvittäminen palvelupolun avulla	54
5.2.9	Laurea Eventsin tyypilliset asiakkaat.....	57
5.2.10	Asiakkaiden palvelukokemusten kuvaus palvelupolkujen avulla	60
5.3	Ideoiden ja ratkaisujen löytäminen sekä niiden kehittäminen	63
5.3.1	Workshop tiedonhankintamenetelmänä.....	64
5.3.2	Workshopin toteutus	66
5.3.3	Ideoiden konkretisoiminen prototypioinnin avulla	75
5.3.4	Prototypioinnin toteutus.....	76
5.3.5	Prototyypin SWOT -analyysi.....	81
5.3.6	Tuotetestaus jatkokehittämistä varten	83
5.3.7	Tuotetestaus workshop	84
5.4	Menukonseptin arviointi ja viimeistely	86
5.4.1	Ensimmäisen paperiprototyypin työryhmäarviointi.....	87

5.4.2 Työryhmäarvioinnin toteutus	88
5.4.3 Menukonsepti lopputuote.....	91
5.4.4 TOWS -matriisi menukonseptille	94
5.4.5 Menukonseptin blueprint	98
6 Johtopäätökset	101
Lähteet	104
Kuvat.....	108
Kuviot.....	109
Taulukot	110
Liitteet	111

1 Johdanto

”Tapahtuman catering on logistinen palapeli” toteaa Loisto cateringin toimitusjohtaja Jyrki Lahti (Lahti 2013, 68.) Ruokapalvelut vaikuttavat tapahtumien resursseihin, tunnelmaan sekä asiakaskokemukseen. Ruokapalvelut ovat tärkeässä osassa tapahtuman onnistumisen kannalta. (Lahti 2013, 68 - 72.) Koska ruokapalveluiden merkitys tapahtumissa on suuri, halusi Laurea Events kehittää omia toimintaprosessejaan tältä osin.

Opinnäytetyöhanke alkoi syyskuussa 2013 Laurea Eventsin toimesta. Laurea Eventsillä on ollut havaittavissa tarve ennalta määrätylle menulle jo pitkään, tämä antoi alun hankkeelle. Työn tavoitteena oli luoda Laurea Eventsille asiakaslähtöisen menukonsepti, joka pystytään toteuttamaan BarLaurean Living Labs ympäristössä. Työn tarkoitus oli, että menukonsepti pystytään ottamaan käyttöön osaksi jokapäiväisiä prosesseja.

Scanlonin (2013, 26) mukaan catering -palveluista voidaan löytää laaja valikoima erilaisia palveluja ja liiketoiminnallisia muotoja. Tämän vuoksi opinnäytetyö olikin tärkeä rajata vastamaan Laurea Eventsin asiakkaiden tarpeita. Asiakaslähtöinen lähestymistapa toteutettiin opinnäytetyössä hyödyntämällä palvelumuotoilun menetelmiä. Stickdorn ja Schneider (2010, 30 - 31) kuvaavat palvelumuotoilua asiakaslähtöiseksi prosessiksi, jonka keskipisteenä toimii asiakas.

Palvelumuotoilulla pyritään yhdistämään asiakkaan tarpeet ja odotukset sekä palveluntarjoajan liiketoiminnalliset tavoitteet (Tuulaniemi 2011, 24 - 27.) Palvelumuotoilun vaiheiden avulla asioita voidaan tarkastella monelta eri kannalta, joka varmistaa ideoiden moniulotteisen tarkastelun. (Moritz 2005, 123.) Opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessi perustuu teoreettiseen viitekehykseen, joka käsittelee tapahtumia ja menukonseptin suunnittelua. Palvelumuotoiluprosessi on rajattu Moritzin (2005, 123) palvelumallin kolmeen eri vaiheeseen ymmärrä, kehitä ja toteuta.

Palvelumuotoiluprosessin ensimmäinen vaihe on ymmärrä -vaihe, jossa lähdetään tutkimusmenetelmien avulla hankitaan tietoa asiakkaista ja heidän käyttäytymismalleistaan. Toisena vaiheena on kehitä -vaihe, jossa keskipisteenä on menukonseptin luominen ja kehittäminen. Palvelumuotoiluprosessin viimeistelee toteuta -vaihe. Toteuta -vaiheen päämääränä on tuottaa valmis menukonsepti Laurea Eventsille. Opinnäytetyöhanke lopussa tehdään johtopäätökset hankkeen onnistumisesta. Johtopäätöksissä tullaan arvioimaan käytettävyyttä sekä antaa jatkotoimenpide-ehdotuksia.

2 Toimintaympäristökuvaus

Tässä luvussa esitellään opinnäytetyö hankkeen toimintaympäristö. Toimintaympäristö käsittää erilliset tulosityksiköt Laurea Eventsin ja sen sidosryhmän, BarLaurean. Laurea Events ja BarLaurea tekevät tiivistä yhteistyötä sisäisten ja ulkoisten asiakkaiden palvelemiseksi. Luotavan menukonseptin keskeisenä toimintaympäristönä toimii BarLaurean Livgin Labs.

Laurea-ammattikorkeakoulussa toimiva Laurea Events on oma tulosityksikkönsä, joka tuottaa erilaisia tapahtumia Laureassa niin ulkoisille kuin sisäisillekin asiakkaille. Tapahtumia järjestetään kahvitustilaisuuksista isoihin konferensseihin. Laurea Eventsissä työskentelee tapahtumakoordinaattori ja puolenvuoden välein vaihtuva tapahtuma-assistentti. (Laurea Eventsin tarina 2013.)

Laurea Events aloitti toimintansa vuonna 2012, jolloin aloitettiin kaksivuotinen kehittämisprojekti, jonka aikana palveluja on tarkoitus kehittää ja laajentaa. Projektin tavoitteena on toteuttaa ammattikorkeakouluille annettuja suosituksia, joiden mukaan palveluita tulisi kehittää ja lisätä ulkoisille asiakkaille. Tavoitteena on myös antaa opiskelijoille paremmat mahdollisuudet kehittää osaamistaan tapahtumien parissa. (Laurea Eventsin tarina 2013.)

Laurea Events toimii kaikissa Laurean yksiköissä, mutta sen työntekijät toimivat Laurea Lepävaarassa. Yhteistyö Laurea Eventsin ja BarLaurean välillä auttaa tuottamaan tapahtumia kustannustehokkaasti laajoilla markkinoilla. Laurea Events tuottaa tapahtumia hyvin kustannustehokkaasti, koska henkilöstökulut jäävät pieniksi. Henkilöstökulut pystytään pitämään alhaisina, koska suurin osa työvoimasta on opintojaan suorittavia opiskelijoita. (Laurea Eventsin tarina 2013.)

BarLaurea on Living Labs ympäristö, jolla tarkoitetaan oppimisympäristö ja ravintolapalveluiden kehittämiskeskusta. Osa Living Labsin toimintaa on jatkuva tutkimus- ja kehitystyö sekä yhteistyö yritysten kanssa. (BarLaurea 2012). Ensimmäisen ja toisen vuoden opiskelijat suorittavat puolenvuoden mittaisia opintojaksoja Living Labsissä. BarLaureaan kuuluu lounasravintola, á la carte -ravintola Flow, kokouspalvelut sekä cafe Beat. BarLaurean eri yksiköt tarjoavat monipuolisen oppimisympäristön. BarLaurea palvelee päivittäin noin tuhatta asiakasta, jotka koostuu suurimmaksi osaksi opiskelijoista, henkilökunnasta ja sidosryhmistä. (BarLaurea 2013.)

BarLaurean toimintaperiaatteisiin kuuluvat lähiruoan sekä sesonki- ja luomutuotteiden huomioiminen ruoanvalmistuksessa. BarLaureassa toteutetaan Portaat luomuun -ohjelmaa, jossa on edetty jo neljännelle portaalle. Esimerkiksi Portaat luomuun -ohjelma edellyttää, että luomutuotteita käytetään vähintään kaksi kertaa viikossa. (Portaat luomuun 2012.) Kela tukee

opiskelijoiden ruokailua, joten BarLaurean tulee toteuttaa Kelan antamia ruokasuosituksia (Kela ja valtion ravitsemusneuvottelukunta 2011). Esimerkiksi ruuan suolapitoisuus tulee mitata tarkasti ruokaa valmistettaessa. (BarLaurea 2013.)

3 Tapahtuman järjestämisen taustatekijät

Ruokapalvelujen järjestäminen on iso osa tapahtumia, joten Laurea Eventsillä tulee olla selkeät toimintaohjeet ruokapalveluiden järjestämiseen. Tämän vuoksi on perusteltua selvittää tapahtumien teoriaa ennen menun luomista. Ymmärtämällä tapahtumaprosessin kulku sekä siihen vaikuttavat tekijät, pystytään menukonseptia luodessa keskittymään oikeisiin asioihin.

Termillä tapahtuma on useita eri määritelmiä, jotka saattavat poiketa toisistaan hyvinkin paljon. Eri tilanteissa ja asiayhteyksissä termi ”tapahtuma” voi saada erilaisen tarkoituksen. Itse sana ”tapahtuma” on suora käännös englannin sanasta ”event”, joka puolestaan pohjautuu latinan kielen verbiin ”evenire”. Latinan kielessä sana ”eventus”, johon sana ”evenire” pohjautuu, tarkoittaa tulosta ja aikaansaamista. Tapahtuman yhdeksi tarkoitukseksi voidaan sanoa tuloksen aikaansaamista. (Muhonen & Heikkinen 2003, 38.)

Käsite ”tapahtuma” sisältää kaikki tapahtuvat asiat. Tapahtuman määritelmä on laaja, jonka takia sitä on vaikea rajata. Kyseinen määritelmä kuitenkin kuvaa erilaisten tapahtumien laajuutta ja monipuolisuutta. Tapahtuma on määritelty tarkemmin organisoituna toimintana määrättyllä tapahtumapaikalla. Tämä määritelmä antaa jo suuntaa siitä, miten tapahtumat yleisesti nähdään. Tapahtuma voidaan määrittää järjestetyksi tilaisuudeksi, kuten tapaamiseksi, kokoukseksi, näyttelyksi, erityistilaisuudeksi tai gaalaillliseksi. Edellä mainitut ovat kuitenkin vain esimerkkejä tapahtumaa kuvaavista tilaisuuksista. Kaikille tapahtumille yhteistä on se, että ne ovat väliaikaisia. Jokaisella tapahtumalla on erilainen rakenne, johon vaikuttavat osallistujat, työntekijät, paikka, ohjelma ja järjestävä organisaatio. (Bowdin, Allen, O’Toole , Harris & McDonnell 2006, 14.)

Vaikka tapahtumia on hyvinkin erilaisia, niille kaikille yhteistä on se, että ne on järjestetty ihmisiä varten. Getzin (2012, 37) mukaan tapahtuman järjestäminen olisi turhaa ilman osanottajia. Termin ”tapahtuma” määrittely, kuten minkä tahansa selkeän käsitteen, saattaa olla ongelmallista sen moninaisuuden takia. Useat eri tutkijat ovat määritelleet käsitteen ”tapahtuma” eri tavalla. Getz (2012, 37) tiivistää tapahtuman piirteiksi tilapäisyyden, sosiaalisuuden, monipuolisen sisällön sekä julkisuuden. (Getz 2012, 37.)

3.1 Tapahtumaprosessin vaiheet

Tapahtuman järjestäminen on prosessi, joka koostuu eri vaiheista. Vallo ja Häyrinen (2012, 157) ovat jaotelleet tapahtumaprosessin kolmeen eri vaiheeseen, jotka ovat suunnitteluvaihe, tapahtuman toteutus ja jälkimarkkinointi. Tapahtumaprosessi saattaa kestää kuukausista jopa vuosiin. Tämän takia onnistuneen tapahtuman järjestäminen tulee aloittaa hyvissä ajoin. (Vallo & Häyrinen 2012, 157.)

Tapahtumaprosessi alkaa suunnitteluvaiheella, jonka tulisi kattaa jopa 75 prosenttia koko tapahtumaan käytetystä ajasta. Suunnitteluvaiheeseen kuuluvat projektin käynnistys, johon kuuluu resurssien määrittäminen sekä ideointi ja vaihtoehtojen arviointi. Tässä vaiheessa tehdään tapahtuman kannalta tärkeimmät päätökset. Suunnitteluvaihetta seuraa itse tapahtuman toteutus. Toteutusvaihe on vaiheista lyhyin, ja se voi kestää vain kymmenen prosenttia kaikesta käytetystä ajasta. Toteutusvaiheessa nimensä mukaisesti toteutetaan suunniteltu tapahtuma. Toteutukseen sisältyy niin rakentaminen, tapahtuma sekä sen purku. Viimeinen kolmesta vaiheesta on jälkimarkkinointi, jonka aikana suoritetaan palautteen keruu sekä kiitosten välittäminen yhteistyökumppaneille. (Vallo & Häyrinen 2012, 157 - 190.)

Tapahtumien järjestämiseen sanonta ”Hyvin suunniteltu on puoliksi tehty” pitää paikkansa. Tapahtuman suunnitteluvaihe tulee aloittaa hyvissä ajoin, ja siihen kannattaa ottaa mahdollisimman varhain mukaan kaikki tapahtumaan osallistuvat osapuolet. Näin pystytään varmistamaan osapuolten sitoutuminen tapahtumaan sekä saadaan erilaiset ideat ja näkökulmat tarpeeksi ajoissa esille. Näiden toimenpiteiden avulla todennäköisyys tapahtuman onnistumiseen kasvaa. (Vallo & Häyrinen 2012, 157 - 159.)

Suunnitteluvaihe on tapahtumaprosessin pisin ja työläin vaihe. Bowdin ym. (2006, 118) painottavat, että suunnitteluajan pituuteen ei vaikuta se, järjestetäänkö tapahtuma ensimmäisen kerran vai ei. Välillä suunnitteluun tulee kuitenkin varata aikaa kuukausista jopa vuosiin. (Bowdin ym. 2006, 118.) Vallo ja Häyrinen (2012, 159) korostavatkin, että mitä isommasta tapahtumasta on kyse, sitä enemmän aikaa tulisi varata. Suuret kongressit tai urheilutapahtumat vaativat vähintään vuoden kestävän suunnitteluvaiheen. Yhdeksi syyksi aloittaa tapahtuman järjestäminen ajoissa, voidaan mainita musiikki- ja urheilutapahtumien lippujen myynti. Liput tulee saada myyntiin hyvissä ajoin, ja ennen lippujen myyntiä tapahtumansuunnittelu tulee olla jo pitkällä. (Vallo & Häyrinen 2012, 158 - 159.)

Tapahtuman suunnitteluvaiheen on tarkoitus taata tapahtuman sujuvuus. Sujuvuus voidaankin nimetä yhdeksi tapahtuman laatutekijöistä. Sujuvuutta pystytään parantamaan tekemällä tapahtumabrief sekä käsikirjoitus tapahtumaa varten. Tapahtumabrief on asiakirja, joka määrittää tapahtuman reunaehdot. Tapahtumabriefin ideana on koota yhteen perustiedot, jonka

pohjalta tapahtuma rakentaminen aloitetaan. Bowdin ym. (2006, 118) toteavat, että asiakirjaa tarvitaan tapahtuman tavoitteiden määrittämiseksi ja strategian luomiseksi. Tapahtumabriefin tulisi vastata kysymyksiin mitä tapahtumaa järjestetään, kenelle tapahtumaa järjestetään, miksi tapahtuma järjestetään, miten tapahtuma toteutetaan, millainen on tapahtuman sisältö sekä millaisella budjetilla tapahtuma järjestetään. Tapahtumabriefiä voidaan käyttää tapahtuman toimeksiantona sekä suunnittelun työkaluna. (Vallo & Häyrinen 2012, 159 - 161.)

Tapahtumakäsikirjoitus toimii puolestaan työkaluna tapahtumassa työskenteleville. Käsikirjoituksen tekee yleensä projektin projektipäällikkö. Käsikirjoituksen tulisi kattaa kaikki tapahtumat vaiheet, ensimmäisen vieraan saapumisesta viimeisen vieraan poistumiseen. Tapahtumakäsikirjoitus kertoo tarkalleen mitä tapahtuu, missä tapahtuu ja milloin tapahtuu. Koska monien tapahtumien onnistuminen on hyvin riippuvaista taustatoimien onnistumisesta, kannattaa tapahtumakäsikirjoitus tehdä huolella sujumuuden varmistamiseksi. Tapahtumien sujumuuteen voidaan vaikuttaa tapahtumabriefin sekä käsikirjoituksen avulla. On kuitenkin hyvä muistaa, että tapahtumille tyypillistä on muuttuvuus. (Vallo & Häyrinen 2012, 159 - 161.)

Suunnitteluvaihetta seuraa toteutusvaihe. Vaikka toteutusvaiheeseen kuuluukin tapahtuman rakentaminen ja sen purku, on se kestoltaan kaikkein lyhyin vaihe. Vaihe käsittää yleisesti vain kymmenen prosenttia koko tapahtumaprosessin ajasta. Toteutusvaihe voidaan jaotella kolmeen eri osaan: rakennusvaiheeseen, tapahtumaan ja purkuvaiheeseen. Näistä kolmesta vaiheesta aikaa vievin on rakennusvaihe, jolloin kaikki tehdään valmiiksi tapahtumaa varten. Tapahtuma, jonka suunnitteluun on käytetty pitkä aika, voi kuitenkin kestää vain hetken. Tapahtumasta riippuen kesto voi vaihdella muutamasta tunnista pariin päivään. Tapahtumaa seuraa purkuvaihe, jolloin tapahtumaa varten järjestetyt lavasteet ja muut tarvikkeet puretaan ja viedään pois. (Vallo & Häyrinen 2012, 163 - 164.)

Suunnitteluvaiheessa luotu käsikirjoitus tulee toteutusvaiheessa ottaa käyttöön. Tapahtumilla on hyvä olla selkeä aloitus, joka aloittaa myös tapahtuman käsikirjoituksen. Aloituksen jälkeen tapahtumasta riippuen edetään kohti loppua käsikirjoituksen mukaisen aikataulun mukaan. Tapahtumien ohjelmien tulisi kestää yhtäjaksoisesta maksimissaan kaksi tuntia. Jos ohjelman pituus venyy liikaa, vaarana on, että osallistujat eivät jaksu keskittyä. Edellä mainittu seikka voi vaikuttaa siihen, miten onnistuneena tapahtumaa pidetään. Ohjelman etenemisen taustalla olevat työt vaativat saumatonta yhteistyötä sekä jatkuvaa kommunikointia työntekijöiden kesken. Päävastuu tapahtuman onnistumisesta on kuitenkin projektipäälliköllä tai nimetyllä vastuuhenkilöllä. (Vallo & Häyrinen 2012, 163 - 164.)

Vallon ja Häyrisen (2012, 180) mukaan tapahtuman viimeinen vaihe on jälkimarkkinointivaihe. Jälkimarkkinointi vaiheen tärkeimmiksi tehtäviksi voidaan nimetä kiitosten välittämisen asianomaisille, materiaalien toimituksen, palautteen keräämisen ja työstämisen, yhteydenotto-

pyyntöjen hoitamisen sekä yhteenvedon työstämisen. Jälkimarkkinointivaihe kestää yleensä 15 prosenttia käytetystä ajasta. (Vallo & Häyrinen 2012, 180.)

Vaikka jälkimarkkinointi keskittyy tapahtuman jälkeiseen aikaan, voi osa siihen kuuluvista töistä alkaa jo tapahtuman yhteydessä. Jälkimarkkinointiin kuuluva kiitosten välittäminen sekä asiakaspalautteen keruu aloitetaan joissakin tapahtumissa jo tapahtuman aikana. Etenkin palautteen keruu on tärkeää suorittaa ajoissa, jotta muistot tapahtumista olisivat vielä asiakkaalla tuoreessa muistissa. (Vallo & Häyrinen 2012, 184.)

Asiakaspalautetta kerätään Vallon ja Häyrisen (2012, 184) mukaan kyselyillä tapahtuman yhteydessä tai jälkeenpäin sähköisesti. Koska kerätystä palautteesta saadaan hyvä kuva onnistumisesta ja epäonnistumisesta, pystyy yritys parantamaan toimintaansa niiden pohjalta. Asiakaspalautteen analysointi voidaankin nähdä oppimisen paikkana, jolloin yrityksellä on mahdollisuus kasvattaa hiljaista tietoaan ja osaamistaan. (Vallo & Häyrinen 2012, 184.)

Asiakaspalautteita voidaan käyttää osana yhteenveto- ja palautepalavereja. Palaverit tulisi pitää mahdollisimman pian tapahtuman jälkeen, ja niihin tulisi osallistua kaikki tapahtuman järjestämiseen osallistuneet henkilöt. Palavereissa käydään läpi kuinka tapahtuma onnistui, mitä olisi voitu tehdä paremmin sekä miten tulevaisuudessa voidaan toimia paremmin. Palavereissa pystytään välittämään myös suulliset kiitokset tapahtuman henkilökunnalle. Suullisten kiitosten lisäksi jälkimarkkinointiin kuuluu kiitoslahjojen välittäminen tapahtuman tekijöille. (Vallo & Häyrinen 2012, 181 - 189.)

Yhdessä suunnitteluvaihe, tapahtuman toteutus sekä jälkimarkkinointivaihe luovat tapahtumaprosessin. Jokaista prosessin vaihetta tulee pitää yhtä tärkeänä, koska yhdessä ne luovat onnistuneen kokonaisuuden. Huolellisella työskentelyllä alusta loppuun saavutetaan haluttu päämäärä.

3.2 Tapahtumien luokitteluja

Tapahtumia voidaan luokitella monin eri tavoin. Luokittelussa voidaan esimerkiksi ottaa huomioon tapahtuman tarkoitus tai muoto. Yhtä oikeaa luokittelutapaa ei ole olemassa, vaan luokittelu määräytyy yleensä tutkijan näkökulmasta. Seuraavissa kappaleissa käydään läpi Getzin (2012, 40) sekä Bowdinin ym. (2006,15) tavat luokitella tapahtumia.

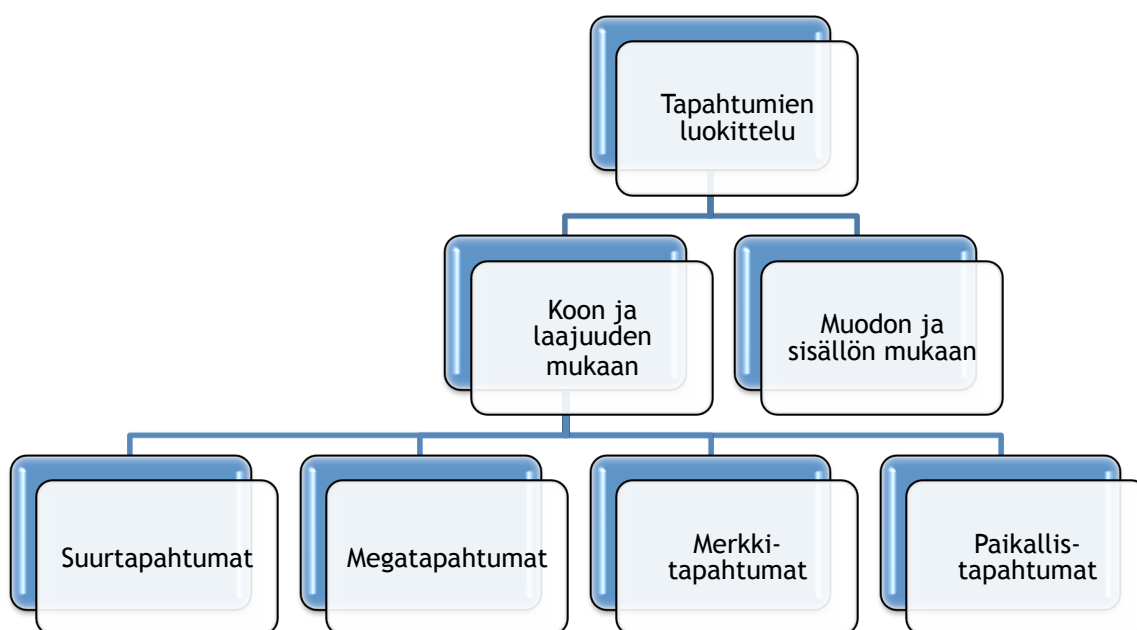


Kuvio 1: Tapahtumaryhmät (Getz 2012,40)

Getz (2012, 40) luokittelee tapahtumat kahdeksaan eri ryhmään. Kuviossa 1 on esitelty kaikki kahdeksan tapahtumaryhmää. Kaikki Getzin ryhmiin kuuluvat tapahtumat ovat ”planned events” eli suunniteltuja tapahtumia. Suunnitellulla tapahtumalla Getz (2012, 40) tarkoittaa sosiaalista tapahtumaa, jolla on määritelty tavoite. Suunniteltu tapahtuma sisällyttää niin taloudelliset, kaupalliset, kulttuurilliset, sosiaaliset kuin ympäristöön liittyvät tapahtumat. Getzin (2012, 40) kaikki kahdeksan ryhmää kuuluvat edellä mainittuihin kategorioihin. Ryhmät ovat: kulttuurilliset juhlat, liiketoiminnan ja kaupankäynnin tapahtumat, taide - ja viihdetapahtumat, urheilu- ja virkistystapahtumat, poliittiset tapahtumat ja yksityiset tapahtumat. (Getz 2012, 40.)

Kulttuurillisilla tapahtumilla tarkoitetaan erilaisia festivaaleja, karnevaaleja sekä uskonnollisia seremonioita ja paraateja. Kulttuurisille tapahtumille on tyypillistä se, että ne liittyvät positiivisiin tilaisuuksiin ja tapahtumiin. Liiketoiminnan ja kaupankäynnin tapahtumat puolestaan sisällyttävät messut, tapaamiset, yritysten tapahtumat, koulutukselliset ja tieteelliset kongressit ja kokoukset. Taide- ja viihdetapahtumiin lukeutuvat suunnitellut konsertit, esitykset ja teatteri, taidenäyttelyt sekä palkintoseremoniat. Urheilu- ja virkistystapahtumat kattavat urheiluliigojen pelit ja kierrokset, viihdetapahtumat ja urheilukilpailut. Virkistystapahtumista puhutaan yleensä silloin, kun pääasiallinen syy osallistua tapahtumaan on hauskanpito. Poliittisia tapahtumia ovat esimerkiksi puoluekokoukset tai erilaiset kongressit. Yksityistilaisuudet kattavat kaikki yksityisen tahon järjestämät juhlat kuten häät ja eri merkkipuhlat. (Getz 2012, 41 - 61.)

Bowdinin ym. (2006,15) luokittelevat tapahtumat kahdella eri tavalla. He ovat luokitelleet tapahtumat koon ja laajuuden tai muodon ja sisällön mukaan. Koon ja laajuuden mukaan luokitellut tapahtumat jaetaan vielä suur-, mega-, merkki- ja paikallistapahtumiin. Kuviossa 2 on havainnollistettu tapahtumien luokittelu. (Bowdin & ym. 2006,15 - 17.)



Kuvio 2: Tapahtumien luokittelu (Bowdin ym. 2006, 15 - 17)

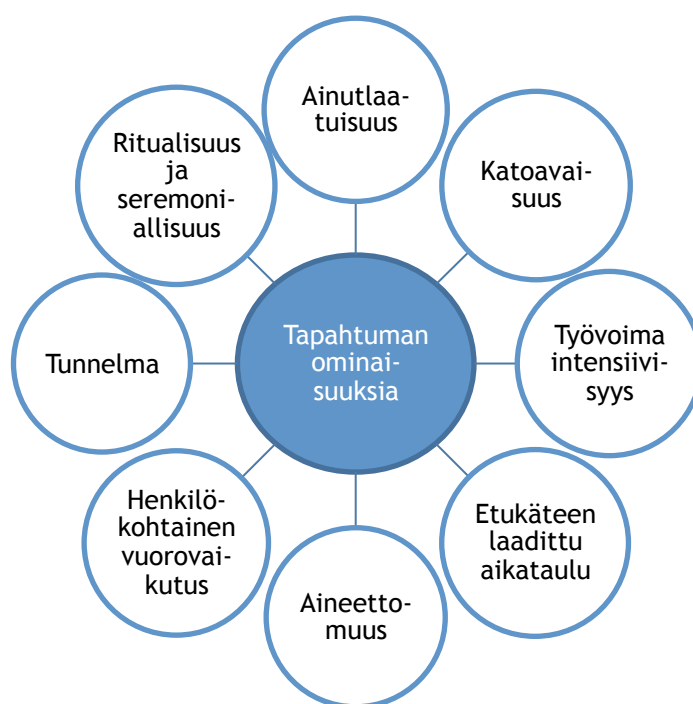
Paikallistapahtumat ovat pääsääntöisesti paikallisille asukkaille järjestettäviä tapahtumia. Kunnilla ja kaupungeilla onkin tapana järjestää asukkailleen vuosittaisia paikallistapahtumia. Nämä tapahtumat voivat olla festivaaleja, konsertteja tai markkinoita. Suurtapahtuma on luokiteltu paikallistapahtumia suuremmiksi tapahtumiksi, jotka tavoittavat suuremman yleisön, herättävät median huomion sekä synnyttävät suuremmat taloudelliset hyödyt. Suurtapahtumat voivat olla maanlaajuisia tai saavuttaa huomiota jopa ulkomaita myöten. Erilaiset urheilutapahtumat kuten formulakilpailut tai jalkapallopelit toimivat hyvinä esimerkkeinä suurtapahtumista. (Bowdin ym. 2006,16 - 17.)

Tapahtumista suurimpia ovat megatapahtumat. Megatapahtumiksi määritellään tapahtumat, jotka saavuttavat suurimman yleisömäärät, eniten huomiota medialta ja ne pystyvät vaikuttamaan jopa talouteen. Megatapahtumat pystyvät saavuttamaan maailmanlaajuisen huomion. Tapahtumat kuten Olympialaiset ja Paralympialaiset täyttävät megatapahtuman piirteet. (Bowdin & ym. 2006,18.)

Koon ja laajuuden mukaan luokiteltujen tapahtumien viimeinen luokitus on merkkitapahtumat. Merkkitapahtumille on tyypillistä, että ne edustavat määrätyn alueen tai kaupungin henkeä ja olemusta. Merkkitapahtumista voi muodostua synonyymeja kaupungin tai paikan nimelle, ja yleensä tietoisuus niistä on laajalle levinnyttä ja tunnettua. Merkkitapahtumat ovat yleensä kooltaan suuria, mutta eivät silti välttämättä saavuta megatapahtumien määritelmään. Merkkitapahtumille kokoa tärkeämpää onkin sen aihe. Tunnetuimpia merkkitapahtumia ovat Tour de France, Rion karnevaali ja Münchenin Octoberfest. (Bowdin & ym. 2006, 17.)

3.3 Tapahtumien ominaisuudet

Tapahtumat voidaan jaotella moneen eri ryhmään piirteidensä mukaan. Vaikka tapahtumien kirjo on erittäin laaja, pystytään kaikista tapahtumista löytämään yhteiset piirteet. Shone ja Parry (2010, 15) ovat nimenneet kaikkien tapahtumien yhteisiksi ominaisuuksiksi ainutlaatuisuuden, katoavaisuuden, työvoimaintensiivisyyden, etukäteen laaditun aikataulun, aineettomuuden, henkilökohtaisen vuorovaikutuksen, tunnelman, rituaalisuuden ja seremoniallisuuden. Kuviossa 3 on visuaalisesti kuvattu tapahtumille tyypilliset ominaisuudet.



Kuvio 3: Tapahtuman ominaisuuksia (Shone & Parry 2010, 15).

Jokaisen tapahtuman avaintekijä on sen ainutlaatuisuus. Vaikka tapahtuma järjestettäisiinkin uudestaan, sen järjestäjä, aika, paikka sekä ohjelma voivat muuttua. Jopa se, että tapahtuman osallistujat vaihtuvat vaikuttaa järjestettävään tapahtumaan. Voidaankin todeta, että yksikään tapahtuma ei ole täysin samanlainen. (Shone & Parry 2010, 15 - 16.)

Tapahtumien ainutlaatuisuuden takia on helppo todeta, että tapahtumat ovat katoavaisia. Koska jokainen tapahtuma on ainutlaatuinen, on se mahdotonta järjestää täysin samanlaisena uudestaan. Shone ja Parry (2010, 16) toteavat, että vaikka järjestettäisiin kahdet syntymäpäiväjuhlat samassa paikassa ja samalla osallistujamäärällä, eivät juhlat ole samanlaiset. Tapahtumia voidaan standardisoida, esimerkiksi luomalla samanlainen aikataulu ja ohjelma. Siltäkin huolimatta jokainen tapahtuma on erityislaatuinen ja ajaltaan poikkeava. Tapahtuman katoavaisuus liitetään usein myös tapahtuman järjestämispaikkaan. (Shone & Parry 2010, 16 - 17.)

Katoavaisuuden lisäksi tapahtumat voidaan todeta pitkälti aineettomiksi. Itse tapahtumaa ei voi koskea tai nähdä. Tapahtuma on kokemus. Vaikka tapahtuman luomiseksi tarvitaan paljon aineellisia asioita, itse tapahtumaan osallistutaan, se koetaan ja se muistetaan. Tapahtumat, kuten muut palvelualan tarjonnat, ovat aineettomia tilaisuuksia, joita pyritään korostamaan aineellisilla elementeillä kuten ruokapalveluilla. (Shone & Parry 2010, 16 - 17.)

Tapahtuman tunnelma on yksi tapahtuman aineettomista elementeistä. Tapahtuma, jonka tunnelman osallistujat kokevat hyväksi, on onnistunut. Toisaalta tapahtuma, jonka tunnelma koetaan hyväksi, saattaa osoittautua suureksi epäonnistumiseksi esimerkiksi taloudellisesti. Yksityisissä tapahtumissa, kuten syntymäpäivillä, tunnelman saattavat luoda yksinkertaisesti osallistujat ilman, että tarvitaan muuta ohjelmaa tai tarjottavaa. Kun kyse on suuremmista tapahtumista esimerkiksi häistä, vaatii tapahtuman onnistuminen tarjottavia, koristeluja ja aikataulun. Shone ja Parry (2010, 18 - 19) kuitenkin muistuttavat, että vaikka tapahtumaa varten olisi järjestetty erinomaiset tarjoilut ja koristelut, se ei takaa että tapahtuma onnistuu. (Shone & Parry 2010, 18 - 19.)

Tapahtuman tunnelma riippuu suureksi osaksi tapahtumaan osallistuvista henkilöistä. Tämän takia voidaankin todeta, että vuorovaikutus on yksi tapahtuman ominaisuuksista. Olemalla keskinäisessä vuorovaikutuksessa, tapahtumaan osallistujat luovat tapahtuman ilmapiiriä. Vuorovaikutus ottaa suuren roolin heti tapahtuman ensi hetkistä alkaen. Tapahtuman tilaajan on oltava yhteydessä järjestäjään tapahtuman tuottamiseksi, jolloin vuorovaikutus alkaa. (Shone & Parry 2010, 19.)

Tapahtuman alkuvaiheista lähtien tapahtuman järjestäjä, tilaaja ja tilausta työstävät henkilöt pitävät tiiviisti yhteyttä. Yhteydenpito on tiivistä etenkin tapahtuman tuottajan ja työntekijöiden kesken. Tapahtumien järjestäminen perustuu organisoitaitoihin ja kommunikointiin, jotka luovat lähtökohdat tapahtumien suunnitteluun ja järjestämiseen. Tapahtumia voidaankin luonnehtia työvoimaintensiivisiksi. Työntensiivisyys tulee ilmi työvoimassa, työmäärässä sekä tiiviissä yhteistyössä. Tapahtumien suurin työ ajoittuu yleensä viimeisiin päiviin

ennen tapahtuman alkua. Tällöin tarvitaan työvoimaa, joka on sitoutunutta ja valmis työskentelemään pitkiä päiviä tapahtuman valmistumiseksi. (Shone & Parry 2010, 19 - 20.)

Tapahtumat järjestetään aikataulujen mukaisesti ja niiden noudattaminen helpottaa tapahtumaprosessia. Tapahtuman järjestämiseen laaditaan oma erillinen aikataulunsa ja itse tapahtumaan omansa. Tapahtumat vaativat aikataulun, koska tapahtumaa ei voida järjestää myöhässä sen takia, että kaikkea ei ole saatu tehtyä. Aikataulutuksen avulla tapahtuman järjestäminen sovittuna ajankohtana on helpompi toteuttaa. Moniin tapahtumiin luodaan omat aikataulut tai ohjelmat, mutta niitä tärkeämpänä voidaan nähdä ohjelman oikea ajoitus. Oikealla ajoituksella yleisön mielenkiinto pystytään säilyttämään läpi pitkänkin tapahtuman. Kaikkiin tapahtumiin aikataulut eivät kuitenkaan sovi, esimerkiksi syntymäpäiväjuhlat saattavat venyä ilman, että tapahtuma itsessään kärsii. (Shone & Parry 2010, 19 - 20.)

Monet tapahtumat pohjautuvat erilaisiin historiallisiin tapahtumiin. Tapahtumat, kuten Olympialaiset, on järjestetty jo satoja vuosia. Historiallisen taustansa takia moniin tapahtumiin liittyy nykyäänkin erilaisia rituaaleja ja seremonioita. Rituaalit, jotka ennen olivat tapahtuman pääkohta, saattavat nykyään jäädä pieneen sivurooliin. Rituaaleja, kuten olympiatulen sytyttäminen, kuitenkin jatketaan vuodesta toiseen. Tämän takia voidaankin todeta, että rituaalit ovat yksi tapahtumien ominaisuuksista. (Shone & Parry 2010, 17 - 18.)

Tapahtumien ominaisuudet saattavat vaihdella tapahtumasta riippuen. Ainutlaatuisuus, joka nimettiin yhdeksi ominaisuudeksi, päteeikin tapahtumien ominaisuuksiin, koska jokaisella tapahtumalla ovat yksilölliset ominaisuudet. Kaikkien ominaisuuksien ymmärtäminen on kuitenkin tärkeää, jotta ne pystytään ottamaan paremmin huomioon.

3.4 Tapahtumien henkilöstöresurssit

Tapahtumia varten tehtävän rekrytoinnin sanotaan olevan normaalia rekrytointia haastavampaa. Bowdin ym. (2004, 145) sanovatkin, että tapahtumille on tyypillistä se, että niiden henkilöstön tarve kasvaa koko ajan tapahtuman lähestyessä. Tämä ominaisuus tuokin haastetta henkilöstön rekrytoinnille, koska rekrytoijan on löydettävä henkilökuntaa, joka on valmis työskentelemään vain lyhyessä työsuhteessa. Nopea rekrytointiprosessi pakottaa myös nopeisiin henkilöstövalintoihin sekä valitun henkilöstön nopeaan perehdyttämiseen. (Bowdin ym. 2004, 145.) Getz (2012, 297) puolestaan nimeää rekrytoinnin haasteeksi sen, että tulee löytää luotettavat johtohenkilöt sekä osaava henkilökunta lyhyeksi ajaksi.

Tapahtuman henkilöstöä suunnittelevan ei tulisi keskittyä miettimään pelkästään yksittäisiä työtehtäviä rekrytointia tehdessään vaan ajatella tapahtumaa tapahtumasarjana. Tapahtumasarja koostuu peräkkäisistä prosesseista, jotka pohjautuvat tapahtuman missioon, strategiaan,

visioon ja tavoitteisiin (Bowdin ym. 2004, 145). Kun ajattelumalli otetaan huomioon rekrytoinnissa, vältetään henkilöstövajeelta, kiireeltä sekä epäpätevältä henkilöstöltä. Tapahtumien onnistuminen pohjautuu pitkälti tapahtuman henkilöstön ammattitaitoon ja osaamiseen, mikä tekee rekrytointiprosessin onnistumisesta entistä tärkeämmän. (Bowdin ym. 2004, 145).

Tapahtumille on tyypillistä se, että niissä työskentelee vapaaehtoisia työntekijöitä. Vapaaehtoisten työntekijöiden avulla pystytään saavuttamaan paljon, mutta se luo myös omat haasteensa. Kuten aiemmissa kappaleissa todettiin, tapahtumien henkilökunnan perehdyttäminen voidaan joutua toteuttamaan nopealla aikataululla. Vapaaehtoisilta työntekijöiltä saattaa puuttua tarvittava kokemus työtehtävää varten, ja toisena riskinä voidaan mainita sitoutumisen ja motivaation puute. (Bowdin ym. 2004, 166.)

Vallo ja Häyrinen (2012, 223) korostavat, että organisaatio, joka järjestää tapahtuman on myös vastuussa henkilökunnan työn onnistumisesta tapahtumassa. Organisaation tehtävänä onkin suorittaa onnistuneet henkilöstövalinnat ja pitää huolta vaadittavasta perehdyttämisestä. Päävastuun tapahtuman onnistumisesta kantaa tapahtuman projektipäällikkö, jonka tapahtuman tuottava yritys tai muu tapahtumasta vastaava taho on valinnut. Projektipäällikön apuna toimivat projektiryhmät, joilla on omat vastualueensa. Onnistunut valinta projektipäällikön suhteen onkin koko tapahtuman onnistumiseen vaikuttava tekijä. (Vallo & Häyrinen 2012, 223 - 226.)

Koska organisaation todettiin olevan vastuussa järjestämästään tapahtumasta, on se vastuussa myös yhteistyökumppaneista. Organisaation tulee pitää huolta, että yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden käyttämä henkilökunta, joka osallistuu tapahtuman tuottamiseen, on perehtynyt. Yhteistyökumppaneiden ja alihankkijoiden työntekijöille tulee kertoa tapahtuman tavoite, kohderyhmät sekä millaista mukanaoloa tapahtumaa järjestävä organisaatio heiltä toivoo. Tiedon välittäminen on tärkeää, koska tapahtumaan osallistuvat eivät välttämättä tiedä ovatko heitä palvelevat työntekijät tapahtuman järjestäjän vai yhteistyökumppaneiden henkilökuntaa. Onnistuneen tapahtuman taustalla onkin toimiva kommunikaatio ja perehdytys. (Vallo & Häyrinen 2012, 223 - 226.)

3.5 Catering -palvelut osana tapahtumia

Suomessa sana ”catering” yhdistetään useasti juhla- ja pitopalvelutoimintaan, vaikka termi kaikessa laajuudessaan tarkoittaakin kaikkia ateriapalveluita. Määttälän, Nuutilan ja Saranpään (2004,8) mukaan juhla- ja pitopalveluyrityksetkin ymmärretään kahtena eri asiana. Juhlapalveluyrityksiksi lasketaan yritykset, jotka harjoittavat toimintaansa asiakkaan luona. Näin ollen tapahtumapaikat voivat vaihdella yksityiskotien, musiikkitalojen tai yritysten toimitilojen välillä. Pitopalvelu puolestaan mielletään palveluksi, joissa on kyse erilaisista kodin juh-

lista kuten syntymäpäiväjuhlista tai valmistujaisista. Pitopalveluyritykset toimivatkin pitkälti asiakkaidensa kodeissa. Pito- ja juhlapalveluyritykset saattavat poiketa toisistaan yritysmuodon, toiminnan laajuuden tai erikoistumisen mukaan. (Määttä, Nuutila, Saranpää 2004, 8 - 9.)

Shock, Sgovio ja Stefanelli (2011, 1) sanovat, että palvelut voidaan jakaa karkeasti kahteen, on-premise ja off-premise cateringeihin. On-premise catering kattaa kaikki catering-palvelut, joiden tapahtumapaikkana ovat fyysiset tilat. Off -premise catering poikkeaa on -premise cateringista siten, että catering -palvelut voidaan järjestää missä tahansa asiakkaan tilaamassa paikassa. Vaikka poikkeuksia löytyy, yleensä yritysten palvelut ovat suuntautuneet vain toiseen edellä mainituista catering -muodoista. (Shock ym. 2011,1.)

Scanlonin (2013, 26) mukaan catering -palveluista voidaan löytää laaja valikoiman erilaisia palveluja ja liiketoiminnallisia muotoja. Catering -palveluja tarjoavat yritykset voivat olla kotikeittiön tuottamia ruokapalveluita tai suuria catering yrityksiä. Catering -palveluiden tyyppisiä järjestämispaikkoja ovat hotellien eri tilat, ravintoloiden kabinettitilat sekä yksityiset tilat. Scanlon (2013, 26 - 48) on jaotellut catering-alan tapahtumat seitsemään eri luokkaan, jotka ovat täyden palvelun ravintolat, hotellien ruoka- ja juoma toiminnot, catering -hallit, yksityisyritykset, golfklubit, sopimus ruokailut sekä gourmet -ruokakaupat ja leipomot. (Scanlon 2013,26.)

Eri catering alan yritysten asiakkaat vaihtelevat paljon toisistaan, riippuen siitä millaisia palveluita yritys tarjoaa. Monien catering -yritysten suurimpia asiakkaita ovat kuitenkin toiset yritykset, jotka järjestävät henkilökunnalleen liikelounaita, juhlapäivällisiä, cocktail-tilaisuuksia, seminaareja, kokouksia ja juhlavastaanottoja. Yritykset suosivat catering-palveluita, koska ne antavat yrityksen henkilökunnalle mahdollisuuden keskittyä omaan työhönsä sekä sosiaalisten suhteiden ylläpitoon järjestelyiden sijaan. Voidaankin todeta, että catering-palvelut ovat hyödyllisiä sekä liiketoiminnan että sosiaalisten suhteiden kannalta. (Shock & Stefanelli, 2009, 3 - 5.) Määttä, Nuutila ja Saranpää (2004, 8) nimeävät yritysten lisäksi suurimmiksi asiakasryhmiksi kotitaloudet sekä yhteisöt, järjestöt ja seurakunnat. Yritysten tapaan yhteisöt, järjestöt sekä seurakunnat suosivat yleensä isompia tapahtumia, joista esimerkiksi toimivat vuosijuhlat. Kun asiakkaana on puolestaan kotitalous, tapahtumana voi olla häät, valmistujaiset tai syntymäpäivät. (Määttä ym. 2004, 8.)

4 Ruokalistan konseptisuunnittelu

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on tuottaa menukonsepti Laurea Eventsille. Ruokalistan suunnitteluun kuuluu monia eri osa-alueita, jotka tulee ottaa huomioon suunnitteluvaiheessa. Aluksi on hyvä selvittää mistä käsite menu muodostuu ja minkälaisia eri menuita on olemassa.

Ruokalistan vaikutus yrityksen ennakkovaikutelmaan, tulee ymmärtää, jotta kaikki menun vaiheet voidaan suunnitella niin, että se tukee ravintolan imagoa ja arvoja.

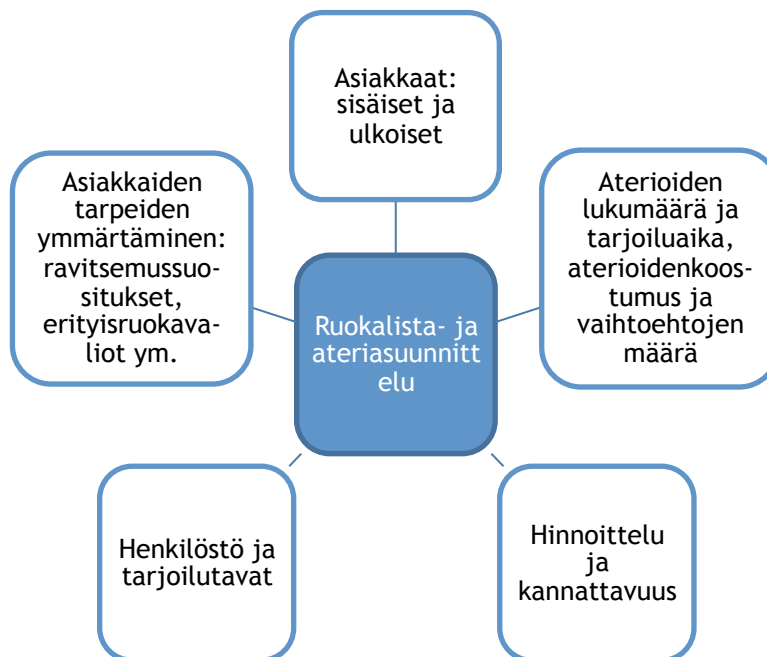
Ninemeier (2005, 119) toteaaakin, että ruokalista toimii yrityksen käyntikorttina ja luo asiakkaalle ensivaikutelman yrityksestä. Ruokalista on ensimmäinen asia, jonka asiakas näkee ja sen perusteella asiakas tekeekin ennakko-olettamuksen yrityksestä. Menu pystyy ulkoisella olemuksellaan viestimään monia asioita sidosryhmille ja näin luo tärkeän elementin asiakkaiden hankkimiseen. Ruokalista tulee suunnitella hyvin, jotta voidaan varmistaa, että asiakas saa oikeanlaisen kuvan yrityksestä ja sen toiminnasta. (Ninemeier 2005, 119.)

4.1 Ruokalistasuunnitteluun vaikuttavia tekijöitä

Ruokalista tunnetaan paremmin nimellä menu, joka tulee ranskankielestä ja johtaa juurensa vuosisatojen taakse. Alun perin menu oli suunniteltu tarjoilijoiden muistilistaksi, jotta heidän olisi helpompaa esitellä ruoat asiakkaille. 1700-luvulla menu kuitenkin vakiinnutti paikkaansa nykyisessä muodossaan eli asiakkaiden informaation lähteenä. (Ninemeier & Hayes 2006, 177.) Mill (2007, 112) kuitenkin painottaa, että menulla on paljon muitakin tehtäviä kuin toimia informaation lähteenä. Menu toimii myös yrityksen ja asiakkaan välisenä sanomattomana sopimuksena, markkinointi välineenä ja tunnelman luoja. Menu on suunniteltu alun alkaen informaationlähteeksi eli sen tulee kertoa asiakkaalle ruokien nimet, hinnat ja pääraaka-aineet. Hyvin suunnitellun menun ulkoasu antaa yritykselle suurta lisäarvoa ja kertoo monia asioita asiakkaalle yrityksestä. (Mill 2007, 112.)

Ninemeier (2005, 119) puolestaan painottaa menun olevan apuväline yritykselle henkilöstösuunnittelussa ja muiden resurssien hankkimisessa. Yritys pystyy menua tarkastelemalla miettimään kuinka paljon henkilökuntaa ja ammattitaitoa tarvitaan. Esimerkiksi, jos menu sisältää paljon eri kulttuureista tulleita ruokalajeja on selvää, että tarvitaan kokkeja, joilla on riittävästi ammattitaitoa ja kokemusta. Täällä pystytään takaamaan ruoan laatu ja oikeanlainen valmistus. Menu vaikuttaa näin moniin yrityksen toimintoihin ja sen kautta luo toiminnan ääriiivat. (Ninemeier 2005, 119.)

Kaikki ravintolat toimivat saman idean parissa eli tarkoituksena on tuottaa laadukkaita palveluja sekä tuottaa asiakkaalle positiivisen kokemuksen. Ravintoloiden liikeideat sekä toiminta-ajatukset poikkeavat toisistaan hyvin paljon, jotka vaikuttavat suunnitteluprosessiin. Kuviossa 4 on kuvattu tekijöitä, jotka tulee ottaa huomioon ruokalistaa suunniteltaessa. (Lammi, Laurila & Pekkala 2012, 24.)



Kuvio 4: Ruokalista- ja ateriasuunnittelussa huomioitavia asioita (Lammi ym. 2012, 26)

Ruokalistasuunnittelussa tulee huomioida myös kilpailevat yritykset. Yritykselle on tärkeää selvittää kilpailijoiden toiminta ja hinnat, jotta voidaan tuottaa palveluja ja tuotteita, jotka eroavat muista. Asiakkaat, jotka käyttävät ruokapalveluja haluavat usein jotain erilaista ja omaperäistä. Hinnoittelussa tulee selvittää kilpailijoiden hinnat, jotta voidaan toimia kilpailukykyisesti. Hinnan lisäksi muita asiakkaan päätöksen vaikuttavia tekijöitä ovat valikoima, sijainti, tilat ja palvelu. (Scanlon 2013, 58 - 59.)

Lammen ym. (2012, 26) mukaan ruokalistasuunnittelussa tulee ottaa huomioon viisi eri osa-alueita. Yksi osa-alueista liittyy asiakkaiden tarpeiden ymmärtämiseen sekä palvelun laatuun. Toinen huomioitava asia on ruokalistan sisältö, kuten annos vaihtoehtojen määrää sekä annosten koostumus. Erityisruokavaliot, gastronomiset tekijät sekä ravitsemussuositukset tulee ottaa huomioon ruokalistasuunnittelussa. Jotta suunniteltavan ruokalistan toteuttaminen olisi mahdollista, tulee ottaa huomioon keittiön resurssit sekä henkilöstön määrä ja ammattitaito. Raaka-aineet ovat iso osa ruokalistasuunnittelua, joten niiden saatavuus, laatu ja hinta vaikuttavat suuresti menun suunnitteluun ja toteutukseen. Nämä viisi osa-alueita huomioiden voidaan toteuttaa monia erilaisia ruokalistoja erityyppisiin yrityksiin. (Lammi ym. 2012, 26.)

Ruokalistasuunnittelu tulee aloittaa asiakkaiden toiveiden ja näkemysten ymmärtämisestä, kuten kuviossa 4 on havainnollistettu. Ensimmäiseksi tulee ymmärtää asiakkaan tarpeet sekä tilaisuuden luonne, johon menu suunnitellaan, jotta pystytään toimimaan asiakaslähtöisesti. Harris (2014, 2) painottaa, että asiakkaiden tarpeiden ymmärtäminen on liiketoiminnan lähtökohta sekä avain menestymiseen. Palvelun tai tuotteen tulee miellyttää asiakasta sekä erot-

tua muista, jotta asiakkaat valitsevat tuotteen tai palvelun monien muiden joukosta. Nykypäivänä palvelun tarjoajia on kaikilla aloilla paljon, joten erottuakseen edukseen, tulee asiakkaan ymmärtämisen olla erinomaista sekä palvelun tulee olla uniikkia ja uudenlaista. (Harris 2014, 2 - 3.)

Asiakkaat jaetaan kahteen ryhmään: sisäisiin ja ulkoisiin asiakkaisiin. Ulkoiset asiakkaat ovat yrityksen ulkopuolella olevia ihmisiä tai yrityksiä, jotka ostavat palvelun tai tuotteen yritykseltä. Sisäiset asiakkaat ovat henkilöitä, jotka työskentelevät yrityksessä, mutta ostavat palveluja tai tuotteita, joita itse eivät voi tuottaa. Zemke (2003, 32) korostaakin, että ulkoisten asiakkaiden tunnistaminen on yleisesti helppoa, mutta sisäisten asiakkaiden erottelu voi olla vaikeampaa. (Zemke 2003, 32 - 33).

Kaikki tapahtumat ovat erilaisia ja asiakkailla on aina omat toivomuksensa tapahtuman suhteen. Harris (2014, 5) on listannut viisi asiaa, joita asiakkaat vaativat. Nämä viisi vaatimusta ovat laadukas palvelu, hintalaatusuhde, yleinen laatu, palvelualltius ja arvostus. Palvelun tulee siis olla kokonaisvaltaista, asiakaslähtöistä, laadukasta ja hinnan tulee miellyttää asiakasta. (Harris 2014, 5.)

4.2 Menun moniulotteisuus

Menuja on monenlaisia ja jokaisen yrityksen tulee oman liiketoimintansa ja visionsa perusteella valita oikeanlainen menu. Menun valinta vaikuttaa moniin eri toimintoihin ruokapalveluissa, esimerkiksi henkilöstön määrään ja keittiön suunnitteluun. Menut jaetaan sen hinnoittelun mukaan kolmeen eri luokkaan, jotka esitellään tarkemmin tässä luvussa.

Menuiden ulkoasut poikkeavat suuresti toisistaan, mutta niiden sisältö viittaa kuitenkin aina ruokaan. Ne pystytään jaottelemaan sen perusteella, miten ruoat on hinnoiteltu. Kaupallisten yritysten menut voidaan jakaa hinnoittelun perusteella kolmeen pääryhmään: *Table d'hôte*, *À la Carte* sekä niiden välimuoto. (Ninemeier 2005, 119 - 120.)

Table d'hôte menuulla tarkoitetaan menua, jolla on ennalta määritellyt tuotteet ja hinnat. Yritys voi tarjoilla yhtä tai useampaa ateriakokonaisuutta, jotka on hinnoiteltu erikseen. *Table d'hôte* menuilla yritys voi tarjota pientä valinnan varaa. Asiakas voi esimerkiksi valita alkuruuaksi salaatin tai keiton. Usein kuitenkin ruokalistasuunnittelija on suunnitellut menun kiinteäksi. *Table d'hôte* menusta käytetään usein myös ranskankielistä nimitystä *prix fixe*. (Ninemeier 2005, 120.)

Ála Carte menu on käytetyin menumalli, jossa kaikki ruoat ja juomat on lueteltu ja hinnoiteltu erikseen. Näin asiakkaat voivat valita mieleisensä ruoat sekä juomat. Valinnan mahdollisuudella asiakas pystyy luomaan näköisensä ateriakokonaisuuden. (Ninemeier 2005, 120.)

Kolmas pääryhmä on sekoitus ála carte ja table d'hôte menuita. Moni ravintola tarjoaakin näiden kahden hinnoittelu periaatteen yhdistelmää. Table d'hôte menutyyppeihin voidaan yhdistää lisäkustannuksella joitakin jälkiruokia tai muita lisukkeita. Monet ravintolat tarjoavat usein Table d'hôte tyyppisen menun, jonka lisäksi heillä on myös tarjolla ála carte lista. (Ninemeier 2005, 120.) McVety, Ware ja Ware (2009, 62) kutsuvat tätä menutyyppejä semi ála carte menuksi ja sanovatkin sen olevan suosituin menumalli nykypäivänä.

Menun ulkoasun valinnassa tulee ottaa huomioon myös tarjoilu-aika, koska tarjoilu-aika vaikuttaa tarjottavaan ateriaan. Lammi ym. (2012, 24) korostavatkin, että yleisesti ottaen ruokalistasuunnittelussa tulee huomioida mihin aikaan päivästä ruoka tarjotaan, koska tämä vaikuttaa menun sisältöön. Aamiaisella, lounaalla ja illallisella ei voi tarjota samaa ruokalistaa, joten ruokalistasuunnittelussa tulee ottaa huomioon minkä tyyppistä ateriaa suunnitellaan. (Lammi ym. 2012, 24 - 25.) Menut voidaan jakaa moneen eri menutyyppeihin, joista yleisimmät ovat aamiais-, lounas- ja päivällismenut. Nämä kolme menutyyppeä on suunniteltu perinteisiin aikoihin sidonnaisiin ruokailuihin. Edelle mainittujen lisäksi menutyyppejä löytyy useita muita ja menutyypin valintaan vaikuttavat monet tekijät. (Kortschevar & Withrow 2008, 76 - 77.) Seuraavissa kappaleissa käydään läpi yleisimpiä menutyyppejä.

Aamiaismenu löytyy monien ruokapalveluita tuottavien yritysten valikoimasta, se voidaan tarjota ála carte tai table d'hôte -tyyppisesti. Aamiainen noudattaa tietynlaisia peruselementtejä, jotka saattavat vaihdella kulttuureittain. (Kortschevar & Withrow 2008, 77 - 79.) Cichy ja Hickey (2012, 274) korostavat aamiaisen kannattavuutta, koska aamiaisen raaka-aineet koostuvat yleisesti halvoista ainesosista. (Cichy & Hickey 2012, 274 - 275). Brunssit ovat viime vuosina tulleet asiakkaiden suosioon ja täten syrjäyttäneet aamiaismenun. Brunssi on sekoitus aamiais- ja lounasmenusta. Se tarjotaan yleensä aamun kymmenen ja iltapäivän kolmen välillä, korvaten kokonaan lounaan. Brunssi voidaan tarjota aamiaismenuun tavoin ála carte tai table d'hôte -tyyppisesti. (McVety ym. 2009, 63.)

Lounas on usein aamiaisen jälkeen seuraava ateria ja se sijoittuu yleisesti työssäkäyvillä ihmisillä keskelle työpäivää. Tällöin tulee huomioida, että menu on nopea ja helppo valmistaa. (Ninemeier 2005, 124.) Kortschevar ja Withrow (2008, 80) korostavat, että lounas voidaan tarjota kaiken tyyppisinä menuina sekä erillisinä kokonaisuuksina. Monet ihmiset syövät lounaalla ainoastaan keittoa tai leipää, koska ne ovat yleisesti nopeita ja kevyitä. Liiketoiminnan ja kaupankäynnin tapahtumissa yleisesti tilataan lounasmenu, jota muunnellaan asiakkaiden haluamalla tavalla. (Kortschevar & Withrow 2008, 80.)

Päivällinen on usein raskaampi ja suunnitellumpi ateria kuin lounas tai aamiainen. Ihmiset ovat usein myös halukkaampia maksamaan päivällisestä suuremman hinnan kuin lounaasta, mutta odottavat myös päivällismenulta enemmän. Ajankohdasta ja tilaisuudesta riippuen päivällismenua voidaan kutsua myös illalliseksi. Termiin ”illallinen” liitetään usein juhlallisuus ja erikoistilaisuudet. Tästä johtuen menuseen sisällytetään myös viinit ja cocktailit. (Ninemeier 2005, 124.) Kortschevar ja Withrow (2008, 82) korostavat kirjassaan myös päivällisen merkitystä myös perheateriana, jolloin koko perhe kokoontuu yhteen ja syö kolmen ruokalajin päivällisen. Nykypäivän ihmisten kiireiden takia päivällistä ei usein ehditä nauttia yhdessä, joten pikaruokat kuten hampurilaiset ja pitsat ovat ottaneet paikkaansa jokapäiväisissä ruokatottumuksissa. (Kortschevar & Withrow 2008, 82.)

Yhtenä suurena menutyypinä ovat erikoismenut. Erikoismenuita valmistetaan erilaisille ryhmille kuten lapsille ja vanhuksille. Varsinkin lasten menut ovat tärkeässä roolissa ravintoloiden menuvalikoimassa. Lapsille suunnatun menun tulee olla värikäs, viihdyttävä ja ruokien tulee olla lapsia miellyttäviä. Muita erikoismenuita ovat huonepalvelu-, take-out-, juoma- ja jälkiruokamenut. (Ninemeier 2005, 124.) McVety ym. (2009, 73) lisäävät vielä erikoismenuihin kaikki etniset, viini-, tee-, laitos- ja maistelumenut. (McVety ym. 2009, 72 - 90.) Menu-tyyppejä on näiden lisäksi vielä monia erilaisia ja kirjailijat luokittelevat ne usein eri tavoilla.

Ruoka-annosten määrä menuissa vaihtelee ravintolan konseptin mukaan. Joissakin ravintoloissa suositaan vain muutamia vaihtoehtoja ja toisissa ravintoloissa vaihtoehtojen määrä on suuri. Ruokalistasuunnittelussa on annettu ravintoloille valinnan vapaus, mutta yrityksen liikeidea vaikuttaa valintoihin. (Kortschevar & Withrow 2008, 74 - 75.) Walker (2011, 129) kuitenkin huomauttaa, että menu ei saa olla liian laaja ja haastava suhteessa henkilökunnan ammattitaitoon ja määrään. Jos menu on liian vaikea toteuttaa, sen laajuuden tai haastavuuden takia, on ruokia vaikea saada asiakkaille tarpeeksi nopeasti. (Walker 2011, 129.)

Ruokalistaa suunniteltaessa tulee muistaa sana ”tasapainoinen”. Menuissa tulee olla tasapainoinen valikoima eri ateriatyyppejä ja raaka-aineita. Myös ruoan tarjoilu-aika vaikuttaa menun koostumukseen. Esimerkiksi lounasmenussa ei alkuruokien määrän tarvitse olla niin suuri kuin päivällismenussa, koska ihmiset eivät varaa lounaalle niin paljoa aikaa. (Kortschevar & Withrow 2008, 74 - 75.)

Perinteisesti menuissa on viisi peruskategoriaa, jotka muodostavat ruokalistan. Kategoriat ovat alkupalat, keitot, salaatit, pääruokat ja jälkiruokat. Jokaisella kategorialla on oma merkityksensä ja roolinsa menuissa. Alkuruoka aloittaa ravintolakokemuksen, jolloin alkuruoalla on suuri vaikutus ravintolakäynnin kokonaiskuvaan. Alkuruokien koko vaihtelee ravintoloittain, eikä siihen ole tietynlaisia suosituksia, koska asiakkaiden mieltymykset alkuruoan suhteen vaihte-

levat paljon. (Cichy & Hickey 2012, 276.) Walker (2011, 130) kertoo kirjassaan tarkemmin alkuruokien koostumuksesta ja määrästä. Alkuruoat voidaan tarjoilla sekä kylmänä että lämpimänä ja niiden lukumäärä vaihtelee ravintoloittain. Keitot ovat yksi oma ryhmänsä, joka usein sisällytetään alkuruokiin. Keitot ovat perinteisesti toinen ruokalaji aterialla, alkuruokien jälkeen, mutta nykyisin se luetaan osaksi alkuruokia tai jopa pääruokia. Keittojen koostumus ja vaihtoehtojen määrä vaihtelevat ravintolakonseptien mukaan. (Walker 2011, 130 - 131.)

Salaatit ovat suosittuja ruokia ja monet valitsevatkin ne pääruokien tilalle. Salaattiin yhdistetään usein kanaa, kalaa tai mereneläviä, jotta niistä saadaan ravitsevampia. Salaatissa on tärkeää käyttää tuoreita kasviksia, koska niiden maku vaikuttaa kokonaisuuteen. Salaatti on suosittu valinta lounaalla ja ne ovat ylittäneet perinteisten lounasleipien suosion. (Cichy & Hickey 2012, 276 - 277.) Leivät ovat yleisiä lounasvaihtoehtoja ja niistä löytyykin suuri valikoima variaatioita. Leivät voivat olla kylmiä tai lämpimiä sekä ruokaisia tai kevyitä. McVety ym. (2009, 9) huomauttaa, että myös hampurilaiset kuuluvat tähän kategoriaan, ja ne ovatkin suosittu lounasvaihtoehto. (McVety ym. 2009, 9 - 10.)

Pääruokien määrä menussa vaihtelee suuresti. Suosituksena kuitenkin on, että ruokalista kattaa pääraaka-aineet kuten lihan, kalan, pastan, kasvikset, merenelävät ja siipikarjan. Myös eri valmistustyylien käyttäminen antaa monipuolisemman kuvan ruokalistasta. (Cichy & Hickey 2012, 277.) Jälkiruoat vaihtelevat makeista suklaakakuista terveellisempiin hedelmä-salaatteihin. Monilla yrityksillä ei ole varaa erilliseen jälkiruokiin perehtyneeseen kokkiin, jolloin jälkiruokien tulee olla yksinkertaisia valmistaa. Oikeanlaisten jälkiruokien valinnalla voidaan tuoda helposti lisätuottoa. (Walker 2011, 131 - 132.)

Ruoan valmistukseen vaaditaan paljon tilaa, koska valmistukseen tarvitaan paljon erilaisia koneita ja laitteita. Reynolds ja Wachter McClusky (2013, 122) sanovatkin, että keittiön pinta-alan tulisi olla kolmekymmentä prosenttia ruokailutilan koosta. (Reynolds & Wachter McClusky 2013, 122.) Ruoan valmistus vaatii keittiöön monia eri välineitä ja koneita. Ruokalista tulee joko suunnitella käytettävissä olevien laitteiden puitteissa tai suunnitella keittiön resurssit ruokalistan mukaan. (Mattel 2008, 65, 69.)

4.3 Asiakaslähtöinen ruokalistasuunnittelu

Asiakaslähtöisen ruokalistan suunnittelussa tulee huomioida monia eri asioita kuten erityisruokavaliot, asiakaskunnan ruokamieltymykset sekä sesonkiruoat, joiden avulla pystytään tuottamaan vaihtelua menuun. Kaikki asiakkaat ovat yksilöitä, jonka takia vaatimukset vaihtelevat. Yrityksen tuleekin itse päättää mitkä asiat ovat vaikuttavia tekijöitä menua suunniteltaessa. Laurea Eventsin menua tehdessä huomioidaan erityisruokavaliot ja sesonkien tuoma

vaihtelevuus. Seuraavissa kappaleissa käydään läpi erityisruokavalioiden ja sesonkien vaikutus menun suunnitteluun.

Suomen valtio on luonut ravitsemussuositukset, joiden avulla pyritään vaikuttamaan kansanterveyteen. Suositukset perustuvat pohjoismaalaisiin suosituksiin, jotka on viimeksi hyväksytty syksyllä 2013. Ravitsemussuositukset koostuvat ruoasta ja eri ravintoaineista. Pääpaino uusissa suosituksissa on kokonaisvaltaisesti terveyttä edistävässä ruokavaliossa. Muutoksia, jotka näkyvät uusissa ravitsemussuosituksissa, ovat hiilihydraattien laskettu vähimmäismäärä sekä niiden ja rasvojen laatuun kiinnitetty huomio. Myös suolan päivittäisiä käyttörajoja on alennettu. (Valtion ravitsemusneuvottelukunta 2014, 8 - 10.)

Menun suunnittelussa otetaan huomioon yleisimmät erityisruokavaliot, mutta kaikkia erityisruokavaliota ei voida huomioida. Erityisruokavaliot yleistyvät koko ajan ja monet ruokalijat huomioivatkin ne valmiiksi. Menun ruoat suunnitellaan niin, että niistä on tarvittaessa helppo poistaa yksittäisiä raaka-aineita. Erityisruokavaliota, jotka otetaan huomioon menu suunnittelussa ovat kasvisruokavalio, gluteiiniton sekä laktoositon ruokavalio.

Erityisruokavaliota noudattavien henkilöiden määrä on lisääntynyt viime vuosina ja tästä johtuen erityisruokavaliot tulee huomioida menu suunnittelussa. Menu suunnittelijoiden tulee tuntea erikoisruokavaliot ja niiden periaatteet. Elintarvikelaki antaa määräyksiä elinkeinoharjoittajille niin, että heidän tulee noudattaa tarkkaa huolellisuutta toimiessaan elintarvikkeiden kanssa. Elinkeinoharjoittajilla on tuotevastuu tuotteistaan, ja tästä syystä he joutuvat korvaamaan tuotteistaan aiheutuneita haittoja. (Lehtinen, Peltonen & Talvinen 2003, 98 - 99.)

Kasvisruokavalio koostuu ainoastaan kasvikuntaan kuuluvista tuotteista. Kasvisruokavaliota on paljon erilaisia ja kasvisruokailijoiden ideologia ja mieltymykset vaihtelevat toisistaan. Toiset noudattavat äärimmäisen rajoittunutta ruokavaliota ja osa vain mukailee sitä. Kasvisruokavaliota noudatetaan usein ekologisista ja eettisistä syistä. Kasvisruokailijoiden määrä on kasvussa nuorten keskuudessa, juuri eettisyyden ja ekologisuuden takia. (Immonen ym. 2010, 53.)

Kasvisruokavaliota noudattavat ihmiset jaetaan useaan ryhmään sen mukaan kuinka tarkkaa ruokavaliota noudattaa. Vegaaninen ruokavalio muodostuu ainoastaan kasvikunnan tuotteista. Vegaaninen ruokavalio on äärimmilleen viety kasvisruokavaliota muoto. Laktovegetaristi käyttää kasvikunnan tuotteiden lisäksi maitovalmisteita, kun taas lakto-ovovegetaristi käyttää maitotuotteiden lisäksi kananmunia. Pascovegetaarinen ruokavalio sisältää lisäksi kalaa aikaisemmin mainittujen lisäksi. Suurin osa kasvisruokavaliota noudattavista on semivegetaristeja, jolloin heidän ruokavaliotensa muodostuu kaikista edellä mainitusta ja joiden lisäksi he syövät myös kanaa. Yleinen syy kasvisruokavaliota noudattamiseen on yksinkertaisesti se, että ei pidä punaisesta lihasta. (Parkkinen & Sertti 2006, 154 - 155.)

Gluteiinitonta ruokavaliota noudattavat henkilöt joilla on keliakia, sekä henkilöt jotka noudattavat sitä terveellisyden vuoksi. Gluteiinittomassa ruokavaliossa jätetään pois kotimaiset viljat: ruis, vehnä ja ohra sekä niitä sisältävät tuotteet. Nämä gluteiinia sisältävät viljat korvataan usein maissilla, riisillä, tattarilla, hirssillä ja eri tuotteilla, jotka ovat valmistettu niistä. Gluteiiniton ruokavalio voidaan jakaa kolmeen eri tyyppiin. Luontaisesti gluteiiniton ruokavalio ei sisällä ollenkaan kotimaisia viljoja eikä niistä tuotettuja tuotteita. Gluteiinittomassa ruokavaliossa käytetään ulkomaisten viljojen lisäksi kotimaisia tärkkelyskeitteitä. Aikuis-keliakikoista osa käyttää myös kauraa ja siitä valmistettuja tuotteita ruokavaliossaan. Gluteiinittomien tuotteiden valmistusprosessi on tärkeä suunnitella niin, että gluteiinia sisältäviä raaka-aineita ei pääse sekoittumaan niihin, koska pieninä annoksinakin gluteiini on haitallista. (Haglund, Huupponen, Ventola & Hakala -Lahtinen 2007, 254 - 257.)

Laktoosi-intoleranssi on yleinen suomalaisten keskuudessa ja monet sairastavat sitä tietämättään. Laktoosi-intoleranssin yleisyyden takia monet ruokapalveluyritykset valmistavat ruoat vähälaktoosisista tai laktoosittomista raaka-aineista. Osalla ihmisistä pieni määrä laktoosia ei aiheuta oireita, mutta toisille taas pienikin määrä on haitallista. Nykyään on tarjolla suuri valikoima vähälaktoosisia tai laktoosittomia tuotteita, koska maidosta saatava kalsium on tärkeä ravintoaine ihmiselle. Maito voidaan ruoassa korvata myös soija-, kookos-, riisi- tai kauramaidolla. Vähälaktoosisen ja laktoosittoman ruokavalion huomioiminen ruokalistasuunnittelussa on varsin helppoa nykyään, koska melkein kaikille tuotteille löytyy korvaava tuote. (Immonen ym. 2010, 16 - 19.)

Erityisruokavalioiden huomioiminen tapahtumapalveluissa on mahdollista, kun suunnitteluvaiheessa on huomioitu niiden tarve. Palveluntarjoajan tulee suunnitteluvaiheessa selvittää niiden tarve asiakkaalta. Erikoisruokavaliot tulee huomioida menusuunnittelussa niin, että ruoat ovat monipuolisia, maukkaita ja valikoima on laaja. Asiakkaalle näytettävä menuehdotelma kannattaakin suunnitella niin, että siinä on huomioitu yleisimmät erityisruokavaliot kuten laktoositon ja gluteiiniton ruokavalio. (Immonen ym. 2010, 118 - 119.)

Opinnäytetyön toimeksiantajan toive oli, että menussa tulitaisiin huomioimaan myös sesonkituotteet erityisruokavalioiden lisäksi. Sesonkituotteiden käyttö takaa raaka-aineiden tuoreuden ja kotimaisuuden. Eri sesonkituotteiden käyttö huomioitiin menukonseptissa, koska sesonkituotteiden sekä lähiruoan suosiminen kuuluvat osaksi BarLaurean ideologiaa.

Sesonki on määrätyn pituinen ajanjakso, joka toistuu vuosittain. Sesongit vaikuttavat ruokatuotteita suunnittelevien yritysten raaka-aine valintoihin, joiden kautta saadaan vaihtelevuutta. Sesongit määräytyvät yleensä vuodenaikojen, juhlien tai ruoka-aineiden saatavuuden mu-

kaan. Sesongit antavat mahdollisuuden suosia lähiruokatuotteita. (Lehtinen ym. 2003, 130 - 132.)

Raaka-aineiden saatavuuteen vaikuttaa vuodenaika, ja tästä johtuen vuodenaajat vaikuttavat sesonkien ruokatarjontaan. Suosituimpia kausituotteita ovat kesän tuoreet vihannekset ja marjat sekä syksyn omenat ja sienet. Tuoreet kausituotteet ovat maultaan, väriltään ja rakenteeltaan laadukkaampia sekä niiden hinta on yleisesti ottaen edullisempi kuin muina aikoina. Myös poikkeuksia löytyy, kuten kotimaisten rapujen sesonki, jolloin kysyntä on saatavuutta suurempi, mikä nostaa hintoja. (Määttä ym. 2004, 42 - 43.)

Säilöamisen avulla tuotteita voidaan käyttää niiden kasvuajan ulkopuolella. Nykyaikaisten tuotantomenetelmien ansiosta raaka-aineita pystytään käsittelemään siten, että niitä voidaan käyttää ympärivuotisesti. Ulkomailta tuodut tuotteet monipuolistavat valikoimaa, koska lähes kaikkia raaka-aineita pystytään hankkimaan vuodenajasta riippumatta. (Lehtinen ym. 2003, 130 - 132.)

4.4 Resurssien vaikutus menu suunnitteluun

Yrityksen liiketoiminnan tulee olla voiton puolella, jotta yrityksen toiminta on kannattavaa ja järkevää. Yrityksen kannattavuus voidaan nähdä tuloksesta, joka saadaan tuottojen ja kustannusten erotuksella. Näin ollen tulos voi olla tappiollista tai tuottaa voittoa yritykselle. Lähtökohtana kuitenkin on, että mikäli voittoa ei synny, ei yritystoimintaa kannata jatkaa. Liiketoiminnan kannattavuus selviää tilikauden tilinpäätösraportista. Opinnäytetyössä otettiin huomioon kaikki kulut kuten hankinnat ja työvoimakustannukset. Vaikka tulos olisi positiivinen, se ei välttämättä ole merkki kannattavuudesta. Kannattavuus riippuu siitä, mikä on ollut yrityksen tavoittelema voitto ja onko se toteutunut. (Selander & Valli 2007, 36.)

Ravintola-alalla hinnoittelu perustuu moniin eri tekijöihin, joita joudutaan pohtimaan hinnoittelupäätöksiä tehdessä. Hinnoitteluun vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi liikeidea, sijainti, kilpailijoiden hinnat sekä yrityksen maine. Hinnoittelussa on tärkeää huomioida kustannukset, jotka syntyvät palvelun ja tuotteen tuottamisesta. Yritykset tekevät hinnoittelulaskelman, jonka lähtökohtana on asettaa myyntikatetavoite. Näin pystytään pitämään huoli, että kulut pystytään kattamaan. (Vuorenmaa & Peltola 2010, 191.)

Ruokalistaa hinnoiteltaessa on tärkeä huomioida monipuolisuuden lisäksi sen kannattavuus. Ruokalistan kaikkien raaka-aineiden kustannukset tulisi selvittää ennen myyntiä ja miettiä niitä tuotteita uudestaan, jotka eivät yllä myyntikatetavoitteeseen. Kaikkia tuotteita ei voida hinnoitella samalla myyntikateprosenttitavoitteella, mutta suositeltavaa on huomioida suosituimpien tuotteiden hyvä myyntikate. Kokonaisyntikatetta on mahdollista parantaa niillä

tuotteilla, joissa on hyvä katetuotto. On tärkeää huomioida ruokalistaa hinnoiteltaessa, että tuotteita ei yli- tai alihinnoitella sekä ottaa huomioon asiakkaan kokema hinta-laatusuhde. (Vuorenmaa & Peltola 2010, 191.)

Myyntikate on rahasumma, joka muodostuu ravintolan myymien tuotteiden hinnoista ja siitä vähennetyistä tuotteen valmistuksesta aiheutuvista arvonlisäverottomista raaka-ainekustannuksista. Usein yritykset kuitenkin käyttävät hinnoittelussa myyntikateprosenttia, koska yksittäisille tuotteille on vaikea laskea siihen kohdistuneet kulut, kuten hallinnolliset kulut. Hallinnolliset kulut syntyvät henkilöstöstä ja muista kuluja aiheuttavista tekijöistä kuten raaka-aine-, kiinteistö-, vuokra-, poisto- ja leasingkulut. Ravintola-alalla kulujen määrä on suuri tuloihin verrattuna. (Heikkilä & Saranpää 2008, 43.)

Arvonlisävero on välillinen vero, joka maksetaan kaikista palveluista ja tuotteista. Usein arvonlisävero on sisällytetty myytävän palvelun tai tuotteen myyntihintaan. Arvonlisävero vaihtelee tuotteilla ja palveluilla lakisäädösten määräämällä tavalla. Arvonlisävero saadaan laskeamalla sen prosenttiosuus verottomasta myyntihinnasta. (Altonen & Hakala 2001, 94 - 95, 111.)

Usein yrityksen tulosta mitataan absoluuttisina lukuina, jonka takia myös tuloslaskelma ilmoittaa kannattavuuden absoluuttisena. Tämän ansioista voidaan lukuja verrata niin suurempien kuin pienempien yritysten kesken, mikä helpottaa näkemään todellisen tilanteen markkinoilla. Kannattavuutta voidaan mitata muilla myös mittareilla, kuten liikevaihdosta laskeutuilla palkkakate- käyttökate- ja myyntikateprosentteilla. Muiden mittarien käyttö on järkevää, koska niiden avulla nähdään työn tehokkuus. Liiketoiminta voi olla kannattavaa vaikka resurssien käyttö olisikin miinuksien puolella, joten tämän avulla saadaan uutta tietoa eri näkökulmasta. Resurssien järkevällä käytöllä voidaan yrityksen liikevaihtoa lisätä entisestään ja monia prosesseja voidaan niiden avulla parantaa tehokkaammiksi. (Selander & Valli 2007, 36 - 37.)

Henkilöstö resurssina on iso osa yrityksen toimintaa, joka vaikuttaa myös eri prosessien suunnitteluun. Henkilöstösuunnittelussa on tärkeää huomioida henkilöstön määrä, jotta kaikki toiminnot pystytään suorittamaan laadukkaasti. Henkilöstön määrä tulee kuitenkin suunnitella niin, että voidaan edelleen toimia kannattavasti. Henkilöstösuunnittelussa on lain määrittämiä velvoitteita, jotka tulee ottaa huomioon koko prosessin ajan. (Eräsalo 2008, 18 - 19.)

Henkilöstösuunnittelu on työkalu, joka auttaa henkilöstön määrän suunnittelussa erilaisiin vaatimuksiin. Lähtökohtana henkilöstösuunnittelulle on aina se, että tarpeet suunnitellaan niin, että toimitaan tunti-, päivä- ja jaksotehokkaasti. Työvoimatarpeen määrittelyssä apuna käytetään erilaisia raportteja sekä analyyseja ja havaintoja asiakaskäyttäytymisestä. Yritys-

ten liikeideat ovat lähtökohta jokaisen yrityksen henkilösuunnittelussa. Esimerkiksi juhlissa tai ravintolassa ruokien tarjoilutyylit vaativat eri määrän henkilöstöä. (Eräsalo 2008, 22 - 23.)

Asiakaspalvelun toimivuutta, tuottavuutta ja laatua voidaan mitata erilaisilla mittareilla. Tehokkuusmittarit eivät kerro yritykselle samoja asioita kuin taloudelliset tunnusluvut. Tehokkuusmittarien avulla pystytään selvittämään määrätyn ajan tehokkuutta ja kannattavuutta. Taloudelliset tunnusluvut, kuten tuloslaskelma, kertovat kuukausitasolla yrityksen menestymisestä ja toiminnoista. Henkilöstö on kallein ja arvokkain voimavara palveluyrityksessä. Henkilöstökustannukset hotelli- ja ravintola-alalla vaihtelevat suuresti, niiden osuus on yleisesti 15 -80% liikevaihdosta. Näin ollen henkilöstösuunnittelu on tärkeää, jotta pystytään päivä- ja tuntikohtaisesti toimimaan kustannustehokkaasti. (Laurent 2006, 73 - 74.)

Työntekijöiden suorituskyvyn maksimoimisessa on tärkeää ryhmänsisäinen vuorovaikutus ja riittävä osaamisen taso toimintojen suorittamiseen. Eri mittareilla ja työkaluilla, joiden avulla saadaan tietoa työntekijöiden tehokkuudesta, pystytään auttamaan työntekijöitä toimimaan tarkoituksenmukaisesti sekä pyrkimään määriteltyihin tavoitteisiin. Tulee kuitenkin huomioda, että tavoitteet eivät ole mahdottomia, koska sen avulla voidaan vaikuttaa negatiivisesti työmotivaatioon. (Laurent 2006, 98 - 99.)

Menu voidaan tarjoilla monin eri tavoin ja sen valintaan suurin vaikuttava tekijä on henkilöstön määrä sekä ammattitaito. Tarjoilutyylit tulee valita niin, että kustannustehokkuus säilyy. Huomioitavia asioita tarjoilutyylit valittaessa ovat työntekijöiden osaamisen taso, keittiön varustelu ja asiakkaat kenelle tarjotaan. Scanlon (2013, 106) käyttää neljää eri tarjoilutyyliä, jotka ovat muunneltavissa banketti -tarjoiluun. Banketti -tarjoilulla tarkoitetaan erilaisia juhlatarjoiluja. Nämä neljä tarjoilutyyliä ovat ranskalainen, venäläinen, amerikkalainen ja buffet-tarjoilu. (Scanlon 2013, 105 - 106.) Mattel (2008, 221 - 231) listaa yleisimmiksi tarjoilutavoiksi Scanlonin (2013, 72) listaamien lisäksi hovimestari-, englantilainen-, perhe- ja seisovat cocktail -juhlatarjoilut. (Mattel 2008, 221 - 231).

Ranskalaisessa tarjoilutavassa kaikki katteen ruokalajit tuodaan vieraille nähtäväksi, jonka jälkeen leikataan ja annostellaan ruoka vieraiden nähden. Venäläinen tarjoilutapa on muokautunut ranskalaisesta tarjoilutavasta. Siinä jokainen ruokalaji tuodaan yksitellen vieraille ja tarjotaan vatitarjoiluna ruoan ollessa tuoreimmillaan. Amerikkalainen tarjoilutapa on usein käytetty ympäri maailmaa ja sille ominaisia piirteitä ovat, että kaikki annokset tarjotaan lautasilla pöytiin, joihin on koottu annos valmiiksi. Ranskalainen ja venäläinen tarjoilutapa vaativat usein henkilökunnan lisäkoulutusta sekä suuremman määrän tarjoilijoita. (Scanlon 2013, 105 - 106.)

Buffet-tarjoilussa kaikki kylmät ja lämpimät ruokavaihtoehdot on laitettu tarjolle pöytään tai pöydille niin, että vieraat voivat itse hakea niitä. Buffet-tarjoilut ovat yleisiä yksityistilaisuuksissa, ja usein niissä käytetään amerikkalaista tarjoilutapaa esimerkiksi alkupalojen, juomien ja jälkiruokien tarjoilulla pöytiin. (Scanlon 2013, 106 - 107.) Buffet-tarjoilu on usein suosittu vaihtoehto myös sen hinnan vuoksi. Buffet-tarjoilu on selvästi halvempi vaihtoehto kuin pöytiin tarjoillut illalliset. Buffet-tarjoilun haittapuoli on se, että ruoan kulutus on suurempaa kuin pöytiin tarjoilussa, koska vieraat voivat itse päättää ruoka-annostensa koon. Näin ollen ruoan hävikki on myös suurempaa. (Mattel 2008, 221 - 222.)

Mattel (2008, 223 - 224) jakaa buffet-tarjoilun kahteen eri tyyppiin: standardiseen ja interaktiiviseen buffet-tarjoiluun. Standardisessa buffet-tarjoilussa asiakas annostelee itse ruoan itselleen. Usein tarjoilijat tuovat juomat pöytiin ja keräävät lautasia pois annosten välillä. Interaktiiviselle buffet -tarjoilulle on tavanomaista, että osa ruoista on tarjolla buffetpöydissä ja osan ruoista voidaan noutaa eri pisteistä, joissa henkilökunta valmistaa ruoan vieraille. Interaktiivinen tarjoilutapa vaatii enemmän henkilökuntaa, joten sen kustannukset ovat suuremmat. (Mattel 2008, 224 - 225.)

Moniin tapahtumiin liittyy usein myös alkoholitarjoilu, joten lakimääräykset antavat näin toimintoihin erilaisia vaatimuksia. Henkilöstösuunnittelu on tärkeää tapahtumissa, joissa on alkoholitarjoilu, koska laki on määritellyt velvoitteet näille tapahtumille. Alkoholin tarjoilemiseen omissa tiloissa vaaditaan myös erilliset luvat. (Walker 2011, 200 - 201.)

4.5 Visualisointi osana ruokalistan konseptisuunnittelua

Opinnäytetyön tavoitteena on luoda menukonsepti, tämän takia on tärkeää ymmärtää konseptisuunnittelun vaiheet ja peruskäsitteet. Konseptisuunnittelun lisäksi on perustelua syventyä visualisointiin, koska sen on tärkeässä roolissa menun ulkoasun luomisessa. Konseptointi kokoaa yhteen tapahtumien sekä ruokalistasuunnittelun pääpiirteet yhdeksi kokonaisuudeksi.

Konseptisuunnittelu antaa mahdollisuuden esittää useita eri näkökulmia samassa paketissa. Konseptia suunniteltaessa seuraavia menetelmiä käytetään usein hyväksi: laadullista ja määrällistä tutkimustietoa, käyttäjäkeskeistä suunnittelua sekä erilaisia tutkimustietoja, kuten malleja, kuvia ja luonnoksia. Näiden menetelmien avulla saadaan luotua hahmotelma palvelun todellisesta muodosta. Konsepti ei kuitenkaan anna todellista kuvaa palvelusta vaan kertoo palvelun keskeiset ominaisuudet. Konsepti antaa ymmärryksen käyttäjien tarpeista ja selkeyttää niiden ymmärtämistä niin, että yritys pystyy tekemään päätöksiä helpommin. (Miettinen 2011, 107.)

Tuotteiden ja palveluiden kehitysprosessia edeltää konseptisuunnitteluvaihe. Konseptisuunnittelu luetaan yleisesti tuotekehitysprosessin yhdeksi osavaiheeksi, mutta Kokkonen ym. (2005, 16) jakavat konseptisuunnittelun kahteen eri osa-alueeseen: konseptituotteen suunnitteluun ja tuotekehitysprojektin konseptivaiheeseen. Molempiin projektityyppeihin kuuluu erilaisia menetelmiä, joiden avulla esimerkiksi etsitään ratkaisuja teknisille ongelmille ja luodaan visuaalista ilmettä. Konseptisuunnittelua käytetään apuna erilaisissa hankkeissa, joiden tavoitteena on viedä tuote markkinoille. Konseptisuunnittelua voidaan myös käyttää hankkeisiin, joissa hahmotellaan palvelun tai tuotteen peruselementtejä sekä tuotetaan tutkimusmateriaalia esimerkiksi brändäyksen ja mainonnan kehittämiseen. (Kokkonen ym. 2005, 16 - 17.)

Miettinen (2011, 107) on puolestaan käyttänyt kirjassaan eri menetelmää jaotellakseen palvelun konseptisuunnittelun kahteen iteratiiviseen vaiheeseen. Ensimmäinen vaihe on tutkimusvaihe, jossa pyritään tunnistamaan asiakkaiden tarpeita, valitsemaan konsepti ja testaamaan sen toimivuutta. Toinen vaihe on projektivaihe, jossa määritellään palvelun eri ominaisuuksia ja vaihtoehtoja konseptin kehittämiseen sekä lopullisen konseptin määrittelyyn. (Miettinen 2011, 107 - 108.)

Konseptisuunnittelu toteutetaan monikanavaisessa toimintaympäristössä, ja se edellyttää monipuolisten työkalujen löytämistä. Muuttuvassa toimintaympäristössä konseptisuunnittelun alkuvaiheessa tarvittavia toimintoja ovat asiakkaiden tarpeiden tunnistaminen, toimintojen kehittäminen, ratkaisujen keksiminen sekä kilpailijoiden tuottamien palveluiden ymmärtäminen. Yritysten on aloitusvaiheessa luotava palvelun tavoitteet markkina-asemalle sekä taloudellisille mahdollisuuksille. Konseptisuunnittelussa on tärkeää ymmärtää nykypäivän toimintaympäristöjä ja niiden nopeaa muutosvauhtia. On ymmärrettävä miten eri kanavat toimivat ja miten niiden avulla voidaan tuottaa lisäarvoa asiakkaiden haluamalla tavalla. (Miettinen 2011, 108.)

Visualisointi toimii tärkeänä osana konseptisuunnittelua. Konseptin visuaalinen esittäminen selkeyttää ja helpottaa konseptin ymmärtämistä. Visualisointi antaa suunnitteluvaiheessa isommalle joukolle mahdollisuuden olla mukana palvelun kehittämisessä, koska visualisointi selkeyttää konseptia ymmärrettävämmäksi ja selkolukisemmaksi. Miettinen (2011, 108) kertookin visualisoinnin olevan yleistä konseptisuunnittelussa, joka auttaa sidosryhmiä ymmärtämään palvelukonseptin tarkoitusta. Palvelukonseptin esittäminen on yleisesti ottaen vaikeaa, koska siinä yhdistyvät useat tekijät. (Miettinen 2011, 108.)

Palvelukonseptin visualisointi voi olla haasteellista, koska visuaalisissa mallissa tulee olla mukana palvelun teknisten ominaisuuksien lisäksi myös immateriaalisia ominaisuuksia. Immateriaalisia ominaisuuksia voivat olla kulttuuriset arvot, palvelun suorittamiseen liittyvät tiedot

sekä organisatoriset tekijät. Palvelukonseptin visualisoinnissa tulee ottaa huomioon esityksen skaalautuminen, jolla tarkoitetaan, että esityksen tulee kattaa monia eri rakenteellisia seikkoja. Tällaisia huomioitavia asioita ovat palvelun kuvaaminen pienistä yksityiskohdista suurempiin kokonaisuuksiin, erilaisten käyttäjien huomioiminen sekä kaikki kehitysprosessin eri vaiheet niin tiedon analysoimisesta käyttökuvaukseen. (Miettinen 2011, 108 - 109.)

Tuulaniemi (2011, 115) toteaa visualisoinnin toimivan suunnittelun sekä kommunikoinnin apuvälineenä. Visualisointi voi joidenkin henkilöiden mielestä olla tehokkaampi kommunikaation väline kuin puhe. Visualisoinnin kautta voidaan konkretisoida asiat tehokkaammin kaikille osapuolille ymmärrettävämmäksi. Visualisointi nopeuttaa usein työryhmien kehitysprosessia ja luo kaikille osapuolille mahdollisuuden osallistua työhön taustasta huolimatta. (Tuulaniemi 2011, 115.)

Hyvä tapa kuvata palvelukonseptia on käyttää apuna tarina- tai elämiskerrontaa. Tarinalla tarkoitetaan tapahtumien sarjaa, jolla on yhtenäinen juoni sekä selvä alku ja loppu. Tarinan avulla voidaan palveluun luoda lisää tunnetta ja elämyksiä, jolloin voidaan edesauttaa asiakkaiden kokemusten tunnetasoa. Tarinan teeman tulisi pohjautua yrityksen arvoihin ja sen brändiin. Tarina auttaa palvelun eri osien sitomista toisiinsa erilaisten lisätoimintojen avulla, ja tarinan kautta pystytään myös ymmärtämään palvelupolun vaiheet. Tarinan avulla saadaan selkeytettyä eri vaiheiden syy-seuraus suhteita ja niiden vaikutuksia palvelun eri vaiheisiin. (Miettinen 2011, 110 - 112.)

Visualisoinnin menetelmiä on useita ja niitä voidaan käyttää monissa eri tilanteissa. Yksi monista tavoista visualisoida on kuvakäsikirjoitus, englanniksi storyboards. Kuvakäsikirjoitusten ulkoasu vaihtelee suuresti riippuen siitä, mitä ongelmaa sen avulla pyritään ratkaisemaan. Kuvakäsikirjoitukseen yritetään liittää mahdollisimman paljon yksityiskohtia, jotta tuotteen tai palvelun kokonaiskuvan ymmärtäminen helpottuisi. Kuvakäsikirjoitus yhdistetään usein yhteiskehittämiseen, ja sitä kehitellään yleisesti osana workshopia. (Stickdorn & Schneider 2010, 186 - 187.)

5 Menukonseptin luominen palvelumuotoilua hyödyntäen

Tässä luvussa käydään läpi palvelumuotoilua, sen vaiheita sekä miten niitä voi hyödyntää menukonseptin luomisessa. Opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessi koostuu kolmesta vaiheesta: ymmärrä, kehitä ja toteuta. Palvelumuotoilu on opinnäytetyön pohja, johon kaikki menetelmät perustuvat.

5.1 Hankkeen palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoilu on ajatusmalli, joka yhdistelee eri tieteenalojen menetelmiä. Palvelumuotoilulle ei ole tarkkaa määritelmää. Se on uusi ajattelutapa ja kehityssuuntaus. Strickdornin ja Schneider (2010, 30 - 31) kuvaavat palvelumuotoilua asiakaslähtöiseksi prosessiksi, jonka keskipisteenä asiakas toimii. Palvelumuotoilun suunnitteluvaiheessa kaikki sidosryhmät otetaan mukaan palveluiden suunnitteluun ja kehittämiseen. (Strickdorn & Schneider 2010, 30 - 31.)

Palveluja on suunniteltu yhtä kauan kun palveluja on ollut olemassa. Palvelumuotoilu ajattelumalli on kuitenkin varsin uusi. Se syntyi 1990-luvun alussa teknologian ja internetin kasvun ja kehityksen saattamana. (Tuulaniemi 2011, 61.) Palvelumuotoilun lähtökohtana on inhimillisten toimintojen, tunteiden, tarpeiden ja motiivien kokonaisvaltainen ymmärtäminen. Palvelumuotoilussa käytetään apuna muotoilussa yleisesti käytettyjä tutkimusmenetelmiä käyttäjätiedon keräämiseksi ja hyödyntämiseksi. (Miettinen 2011, 12 - 13.)

Palvelumuotoilun prosessimalliajattelu on peräisin muotoilusta. Samoin kuin muotoilussa, palvelumuotoilu myötäilee asiakkaan tarpeita ja ratkaisee ongelmia eri menetelmätyökalujen avulla. Palvelumuotoilu on saanut muitakin vaikutteita muotoilusta, kuten visualisoinnista ja prototyyppioinnista eli tyhjän tekemisen konkreettiseksi. Erityisesti teollisten muotoilijoiden vahva prosessi- ja liiketoimintaosaaminen on ollut suuressa roolissa ja vaikuttanut palvelumuotoilun syntyyn. (Tuulaniemi 2011, 63 - 64.)

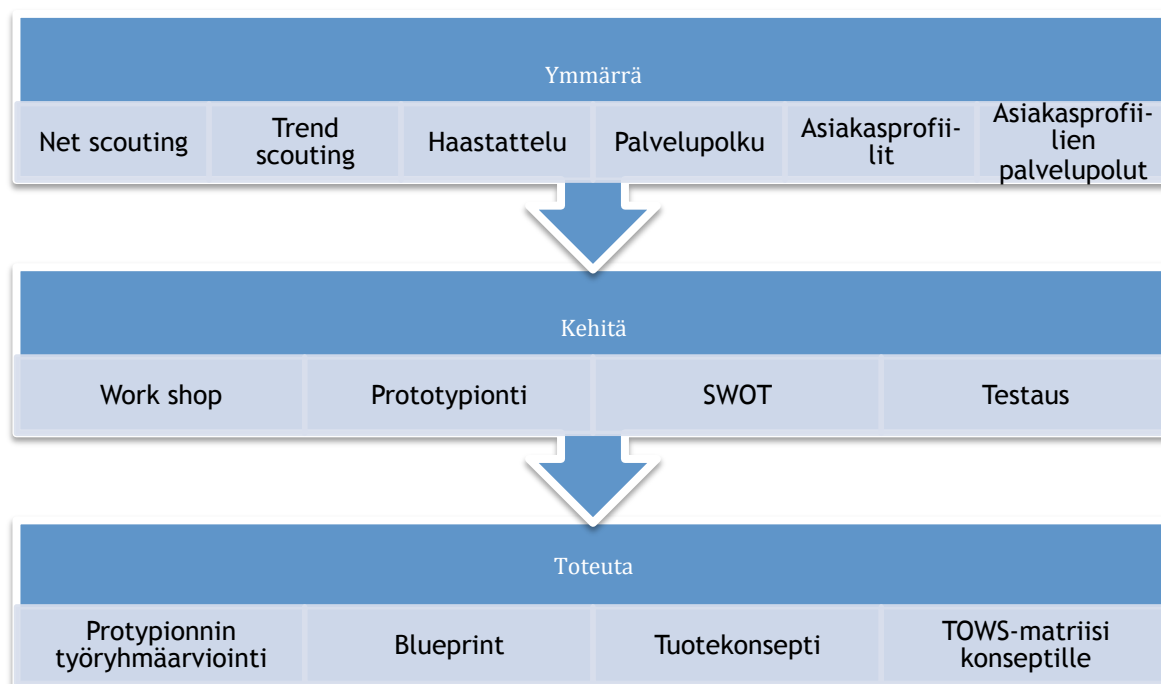
Vaikka palvelumuotoilu on kehittynyt huomattavasti viime vuosina, jatkaa se kehitystään koko ajan suuren suosionsa vuoksi. Palvelumuotoilu on osa suurempaa ilmiötä, jossa tuotteiden kehittäminen on siirtynyt asiakaskeskeisemmäksi. Palveluja on alettu kuvaamaan visuaalisesti, mikä auttaa palvelun tuottajia ymmärtämään asiakkaan tarpeita selkeämmin ja näkemään, mikä on se mitä asiakkaat todella haluavat. Miettinen (2011, 21 - 22) kertookin palveluiden osuuden kasvaneen Suomen bruttokansantuotteesta yli 60 prosenttiin.

Palvelumuotoilu on yrityksille hyvä työkalu uusien innovaatioiden kehittämiseen tai jo olemassa olevien palveluiden parantamiseen. Palvelumuotoilulla pyritään yhdistämään asiakkaan tarpeet ja odotukset sekä palveluntarjoajan liiketoiminnalliset tavoitteet. Palvelumuotoilu on kokonaisvaltainen prosessi, jonka avulla saadaan muodostettua selkeä kokonaiskuva niistä tekijöistä, jotka vaikuttavat palvelun kokonaiskuvaan. (Tuulaniemi 2011, 24 - 27.)

Moritz kuvaa kirjassaan palvelumuotoiluprosessin muodostuvan kuudesta eri vaiheesta; ymmärrä, pohdi, kehitä, seulo, selitä ja toteuta. Vaiheiden tarkoituksena on auttaa tekijää saavuttamaan tavoiteltu lopputulos. Vaiheet varmistavat ettei turhia tai huonoja palveluita pää-

sisi niin helposti syntyään. Näiden kuuden vaiheen avulla asioita pystytään tarkastelemaan monelta eri kannalta, joka varmistaa ideoiden moniulotteisen tarkastelun. (Moritz 2005, 123.)

Opinnäytetyössä käytetään Moritzin (2005,123) mallin kolmea vaihetta ymmärrä, kehitä ja toteuta. Työssä tullaan käyttämään eri menetelmiä palvelumuotoiluprosessin edetessä. Kuviossa 5 on kuvattu palvelumuotoiluprosessin vaiheet ja niiden menetelmät. Ymmärrä -vaiheen menetelminä käytetään net scoutingia kartoittamaan muiden ruokapalveluiden tarjontaa, trend scoutingia ruokatrendien ymmärtämiseen, haastattelun avulla hankitaan tietoa Laurea Eventsin nykytilasta, palvelupolkujen ja asiakasprofiilien kautta pyritään ymmärtämään asiakkaan näkökulma palveluun. Kehitä -vaiheen menetelmäksi valittiin workshop ideoiden keräämiseksi, jonka jälkeen prototypointia hyödyntämällä kehitettiin menun ensimmäinen prototyyppi. Prototyypistä tehtiin SWOT -analyysi, jonka jälkeen menun ensimmäinen prototyyppi testattiin. Toteuta -vaiheessa prototyyppiä arvioidaan työryhmäarvioinnin sekä TOWS -matriisin avulla. Blueprintin avulla visualisoidaan kehitetyn menukonseptin vaikuttavuutta palveluprosessiin sekä luodaan menun viimeinen versio.



Kuvio 5: Opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessi

Palvelumuotoilua hyväksikäyttäen työn tuloksena muodostui Laurea Eventsille menukonsepti, jonka avulla jokapäiväiset prosessit helpottuvat. Menukonseptin avulla asiakkaiden kanssa työskentely helpottuu, koska menukonsepti luo pohjan, josta asiakas pystyy valitsemaan haluamansa ruoat. Menukonsepti luotiin Laurea Eventsille tutkimalla asiakkaita ja heidän toimintatapojaan. Voidaan arvioida, että menukonsepti tulee olemaan toimiva nykyisten asiak-

kaiden keskuudessa. Jos asiakassegmentit muuttuvat tulevaisuudessa, joudutaan menukonsepti suunnittelemaan uudelleen. Lähtökohtaisesti menukonseptin tuottaminen Laurea Event-sille tulee helpottamaan toimintoja ainakin nykyisillä asiakassegmenteillä.

5.2 Lähtötilanteen ja asiakastarpeiden kartoittaminen

Palvelumuotoilun ensimmäinen vaihe on ymmärrä -vaihe. Moritzin mukaan ymmärrä -vaiheessa kartoitetaan asiakkaiden piilevät ja tietoiset tarpeet, otetaan selvää asiayhteyksistä, rajoituksista, resursseista sekä tutkitaan tarjolla olevia mahdollisuuksia. Ymmärrä -vaiheella on suuri merkitys palvelumuotoiluprosessissa, koska sen voidaan sanoa olevan linkki, joka yhdistää projektin todellisuuteen. Ymmärrä -vaiheen tulee luoda pohja tulevalle projektille ja näyttää suunta, johon työtä lähdetään viemään. (Moritz 2005, 124.)

Ymmärrä -vaiheessa ennestään tuttuja aiheita voidaan tarkastella uusista näkökulmista uusien menetelmien avulla. Prosessin tarkoituksena on kehittää palvelutuotetta asiakkaan tarpeiden mukaiseksi, selvittämällä asiakkaan haluja ja tarpeita. Saatujen tulosten avulla voidaan aloittaa tuotteen tai palvelun kehittäminen entistä asiakaslähtoisemmäksi ja hiomaan se mahdollisimman hyväksi. Ymmärrä -vaiheen tulosten tulisi olla mahdollisimman realistisia, jotta niitä pystytään hyödyntämään palvelumuotoiluprosessin muissa vaiheissa. (Moritz 2005, 124.)

Työn ymmärrä -vaihe muodostuu eri tutkimusmenetelmistä, joiden avulla pyritään löytämään tietoa Laurea Eventsin palveluiden nykytilasta sekä kilpailijoista. Lähtötilan selvittäminen on tärkeää, jotta voidaan ymmärtää prosesseja ja kehittää niitä oikeaan suuntaan. Ymmärrä -vaiheen menetelminä käytettiin net scoutingia, jonka avulla pyrittiin hankkimaan tietoa kilpailijoista ja eri menutyypeistä. Toisena menetelmänä käytettiin trend scoutingia, jonka avulla selvitettiin vuoden 2014 ruokatrendejä ja ruokakulttuuriin vaikuttavia tekijöitä. Kolmas tutkimusmenetelmä oli teemahaastattelut, joissa haastateltiin tapahtumien ja Laurea Eventsin kanssa työskenteleviä henkilöitä. Haastatteluiden tarkoituksena oli selvittää nykytila, ja hahmottaa haastateltavien toiveita ja mielipiteitä uuden menun suunnittelusta. Haastatteluiden pohjalta tehtiin palvelupolku ja asiakasprofiilit, jonka jälkeen asiakasprofiileille luotiin palvelupolut.

5.2.1 Kilpailijoiden ymmärtäminen net scoutingin avulla

Internetin käyttö tiedonhankinnassa on noussut tärkeään rooliin tiedonhankintaprosessissa. Internetin avulla pystytään hyödyntämään niin vanhempaa kuin kaikkein uusinta tietoa. Net scoutingia pystytään hyödyntämään erityisesti palvelumuotoiluprojektin menetelmänä, koska se tarjoaa käyttäjälleen uutta, erilaista sekä monipuolista tietoa. Net scouting tutkimusmenetelmänä on tiedon hakemista internetistä. Internetin hyviä puolia on se, että tietoa pystytään

saamaan nopeasti eri aiheista sekä monista eri näkökulmista. Net scoutingin avulla on myös mahdollista löytää tietoja tilastoista, markkinaosuuksista sekä erilaisista kehittyvistä trendeistä, joita kirjoitettu kirjallisuus ei tuo esille. Etsittäessä tietoa internetistä on tärkeää osata tunnistaa luotettavat sivustot ja artikkelit, jotta niitä voidaan hyödyntää tutkimustyössä. Lähteiden luotettavuuden arviointi ja käytettävyys on tärkeä selvittää ennen lähteen käyttöä, jotta tutkimuksen luotettavuus säilyy. (Moritz 2005, 194.)

Opinnäytetyössä hyödynnettiin net scoutingia tiedonhankintamenetelmänä. Net scoutingin tarkoituksena oli selvittää kilpailijoiden menutarjontaa ja ymmärtää minkälaisia ruokatuotteita markkinoilla tällä hetkellä on. Menetelmällä haluttiin kartoittaa ruokapalveluita tarjoavien yritysten ruokatarjonta, ruokateemat sekä hinnat. Ruokateemojen avulla haluttiin tietoa siitä, minkä tyyppiseen ruokakulttuuriin yrityksen liikeidea perustuu. Ruokakulttuureina voidaan nähdä esimerkiksi pohjoismaalainen, aasialainen, japanilainen, suomalainen, lähi- tai luomuruoka. Tietoa haettiin erilaisten catering- ja ruokapalveluita tarjoavien yritysten internetsivuilta.

Tietoa ruokatuotteista, teemoista ja hinnoista selvitettiin, koska sen avulla pystytään ymmärtämään menujen rakennetta ja sisältöä paremmin. Samalla pyrittiin keräämään tietoa tuotevalikoimista ja ruokateemoista, joita menuissa käytettiin. Tiedonhankinta aloitettiin käyttämällä eri hakukoneita, jotta pystyttiin löytämään haluttuja tietoja tarjoavia verkkosivuja. Ruokapalveluita tarjoavia yrityksiä on Suomessa tuhansia.

Net scoutingin avulla koottiin taulukkoon 1 neljän eri catering-yrityksen palveluiden tiedot. Net scoutingissa keskityttiin pääkaupunkiseudun ruokapalveluyrityksiin, koska niiden koetaan olevan potentiaalisia kilpailijoita Laurea Eventsille. Perusteluina valinnoille oli yritysten laaja-alainen toiminta, koko sekä yritysten suosio markkinoilla. Perusteena oli myös se, että yritysten toiminnot ja toiminta olivat vertailtavissa Laurea Eventsin toimintoihin. Tutkittaviksi yrityksiksi valittiin Theron Catering, Soupster Catering, Flow Catering sekä Hima & Sali.

Yritysten toiminnasta haluttiin selvittää minkälaisia menuvaihtoehtoja heidän yrityksensä tarjoavat, jotta voidaan löytää käytetyimmät menumallit. Yritykset toimivat erilaisten ruokateemojen parissa ja tarkoituksena oli nähdä, mitkä teemat ovat suosittuja ja mitä mahdollisesti markkinoilta puuttuu. Tutkimuksella haluttiin löytää tietoa myös buffet-menuiden vaihtoehtojen määrästä, koska Laurea Events tuottaa yleisesti buffet-menuita seminaareihin ja tapahtumiin. Tärkeänä tekijänä menusuunnittelussa on hinnoittelu, ja näin ollen haluttiin selvittää hintaluokkia, jotta Laurea Eventsin menu voidaan tuottaa kilpailukykyisesti. Laurea Eventsille luodaan uusi tilauslomake osana opinnäytetyön tutkimusprosessia, joten oli oleellista tutkia eri tilauslomakkeita ja löytää kekseliäitä, käytännöllisiä ja helppokäyttöisiä ratkaisuu-

ja tilauslomakkeen suunnitteluun. Taulukossa 1 on lueteltu kaikkien yritysten tiedot edellä mainituista asioista.

Opinnäytetyössä tehtiin yhteenveto net scoutingissa tutkittujen yritysten toiminnoista. Net scoutingissa tutkittujen yritysten toimintatavat ja palvelut vaihtelivat paljon toisistaan, mutta selkeitä yhtäläisyyksiä oli huomattavissa yritysten välillä. Yritysten yhtäläisyytenä oli se, että yritykset suosivat erilaisia buffet-menuita á la carte -menuiden sijaan. Osalla net scoutingissa tarkastelluista yrityksistä löytyi internetsivuilta á la carte-ruokalistas, mutta toisilla tarjouksia pystyy pyytämään tarvittaessa. Lounas- ja aamupalamenu löytyi vain yhdeltä yrityksistä, mutta samoin kuin á la carte -menun suhteen voi tarjouksen pyytää niistä tarvittaessa. Yhteenvetona menuvaihtoehtojen määrästä ja tyypistä voidaan sanoa, että suoranaisesti vaihtoehtoja ei esitellä paljon, mutta kaikki on mahdollista toteuttaa pyynnöstä.

Haluttu tieto: Linkki:	Menu	Buffet	Teema	Hinnat	Tilauslomake
Theron Catering www.theron-catering.fi	Á la Carte	Kaksi erilaista	Skandinaavinen -Puhdasruoka -Tehdään asiakkaan toiveen mukaan	Ei ilmoita	Internetsivuilla vain yrityksen yhteystiedot
Soupster Catering www.soupster.com	Yritykseltä pystyy pyytämään tarjouksen erillisiin tilaisuuksiin	Seitsemän erilaista	-Urbaaninen ruokakulttuuri -Makuja eri keittiöistä - Tehdään asiakkaan toiveen mukaan	Ei ilmoita	Sivuilla pystyy jättämään yhteystiedot yritykselle tarjousta varten
Flow Catering www.flowcatering.com	Yritykseltä pystyy pyytämään tarjouksen erillisiin tilaisuuksiin	Kuusi erilaista	-Perinteistä -Urbaania -Eri keittiöitä sekoiteltu - Tehdään asiakkaan toiveen mukaan	Suuntaa antava hinnoittelu esillä	Erillinen tarjouspyyntölomake
Hima & Sali www.himasali.com	Lounas- ja aamupalatarjoilu	Viisitoista erilaista	Laajan buffet tarjonnan takia teemat kattavat kaikki suosituimmat keittiöt sekä ottavat huomioon kasvisruoat	Ei ilmoita	Erillinen tarjouspyyntölomake

Taulukko 1: Net scouting tuloksia

Hima & Sali tarjoaa asiakkaalleen jopa viisitoista erilaista buffet-kokonaisuutta, joista asiakas pystyy valitsemaan mieluisimman. Buffettien lisäksi kaikki yritykset kuitenkin tarjosivat asiakkaalle mahdollisuuden tehdä erillistilauksen, joka sisältää asiakkaan haluamat tuotteet. Yritysten erilaiset menuvalikoimat vaihtelivat yrityksen koon mukaan kahdesta viiteentoista

buffettiin. Valmiisiin buffet-ehdotuksiin yritykset olivat kirjanneet buffetin sisältämät tuotteet. Buffettien sisältö oli useimmilla yrityksillä kirjattu yksityiskohtaisesti. Yksi tärkeä tieto, joka jäi kaikilta yritykseltä mainitsematta, olivat erikoisruokavaliomerkinnot. Yritykset eivät olleet määritelleet tuotteidensa sisältöä niin tarkasti, että asiakas olisi voinut nähdä tuotteiden sisältämät raaka-aineet tai niiden soveltuvuuden erityisruokavaliota noudattaville henkilöille. Tuotteiden määrä vaihteli tilaisuuden tyyppin mukaan. Kun vertailtiin yritysten ruokatuotteiden määrää, nähtiin niiden noudattavan yleisesti samaa kaavaa. Useimmissa buffet-vaihtoehtoissa oli alkuruokina ja pääruokina kaksi vaihtoehtoa, jotka soveltuivat niin kala-allergikoille kuin kasvisruokailijoille ja jälkiruokia oli yleisesti listattu yksi. Poikkeuksena olivat kuitenkin cocktailpala-menut, jotka sisälsivät huomattavasti suuremman määrän ruokatuotteita.

Buffetit olivat suurimmalla osalla yrityksistä jaoteltu teemojen mukaisesti eli eri buffeteilla oli eri teema. Teemat vaihtelivat tilaisuuksien sekä maiden keittiöiden mukaisesti. Tilaisuudet oltiin esimerkiksi luokitella ilta- ja päivällistilaisuuksiin, jonka avulla pyrittiin saamaan tietoa tilaisuuden luonteesta. Tyypillistä oli myös, että buffeteissa sekoittuivat eri keittiöiden teemat. Tyypillisiä ruokateemoja olivat häät, pohjoismaalaiset herkut, suomalaiset perinneruoat, bileiltamenut, erilaiset kaloihin ja äyriäisiin kohdistetut menut, luomumenut sekä urbaaniruoka. Urbanissa ruokateemassa suosittiin trendiruokia, jotka muodostuivat eri keittiöiden ja maiden ruokakulttuureista. Kun taas pohjoismaalaiset herkut ja kaloja ja äyriäisiä suosivat menut muodostuvat perinteisistä ruokatuotteista.

Vain yksi neljästä yrityksestä oli ilmoittanut sivustoillaan tuotteiden hinnat. Flow Catering oli hinnoitellut ruoat, laina -astiat sekä työvoiman. Ilmoitetut hinnat olivat kuitenkin vain suuntaa antavia, joten asiakkaan tulee joka tapauksessa pyytää yritykseltä tarjous. Yritysten sivustoja tutkiessa kävi ilmi, että yritykset eivät ilmoita hintojaan internetissä, vaan kehottavat asiakasta ottamaan yhteyttä hintojen saamiseksi. Kahdella yrityksistä oli sivustoillaan vain omat yhteystietonsa asiakkaan tilausta tai tarjouspyyntöä varten. Erillinen tilauslomake löytyi kahden yrityksen internetsivuilta. Tilauslomakkeilla pyrittiin selvittämään asiakas, tilaisuuden luonne, henkilömäärä, toiveet ruokien suhteen sekä tilaisuuden ajankohta.

Net scoutingin yhteenvedon voidaan todeta, että ruokapalvelu yritykset suosivat buffet-menuita. Ruokien teemat vaihtelevat yrityksen toimintaidean ja vision mukaan. Net scoutingin avulla löydettiin elementtejä, kuten hintarakenne ja raaka-ainevalinnat, jotka Laurea Eventsin uudessa menussa halutaan olevan. Saatujen tietojen avulla pystytään nyt listaamaan asioita, joita menukonseptin ei tule sisältää.

5.2.2 Tulevaisuuden trendien selvittäminen trend scoutingilla

Trendien määrittely ei ole helppoa ja niiden yksinkertainen jaottelu ja rajaaminen on hankalaa. Trendit ovat niitä tekijöitä, jotka ohjaavat ihmisten valintoja. Trendien vaikutus voi näkyä monella eri sektorilla, kuten sosiaalisessa elämässä, kulttuurissa tai bisnesmaailmassa. Trendit ovat usein uusia ilmiöitä, jotka vaikuttavat monin tavoin ihmisten elämään. (Raymond 2010, 14 - 15.)

Nykyään trendien seuraaminen on tullut suureksi osaksi kehittämishankkeita ja niiden avulla pystytäänkin tukemaan muita kehitysvaiheen menetelmiä. Muiden menetelmien tavoin trendien tutkiminen ei ole suoraviivaista, koska siihen kuuluu monia eri osia. Trendien seuraamisessa keskitytään usein siihen, mitä maailmalla tapahtuu ja mitä uusia käyttäytymismalleja on huomattavissa tai onko yritysten ja ihmisten toimintamalleissa tapahtunut muutoksia. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2009, 45.)

Tietoja uusista trendeistä ja niiden mahdollisista syntyemisistä voidaan etsiä monista eri tietolähteistä, mutta internet ja sosiaalinen media ovat informatiivisimmat tiedonlähteet. Aineistoa voidaan myös etsiä lehdistä, blogeista tai muualta mediasta. Trendien seuraaminen on yhdistetty tutkimukselliseen kehittämiseen, joten sen systemaattinen aineiston keruu on välttämätöntä. Ojasalo ym. (Ojasalo ym. 2009, 46) kertovat kirjassaan, että workshopit tai ryhmähaastattelut voivat olla hyviä keinoja avata trenditutkimuksesta saatuja materiaaleja. (Ojasalo ym. 2009, 45 - 46.)

Trend scouting antaa menun kehittämislle suunnan. Trend scoutingin avulla etsitään tietoa uusista ruokatuotteista sekä tuotteista, jotka ovat tulossa suosioon. Menun tavoite on olla innovatiivinen ja uuden edellä, joten ruokatrendien seuraaminen on tärkeää menun suunnittelun aikana. Trend scoutingin avulla saatavan tiedon pohjalta pystyttiin hahmottamaan, mitkä ovat tulevia ruokatrendejä ja miten niitä voitaisiin käyttää menu suunnittelussa. Lähtökohdiana oli tutkia ruokatrendejä, joiden oletetaan valtaavan maailma kuluvan vuoden aikana. Tietoa ruokatrendeistä, kuten lähiruoasta ja ruoan terveellisyydestä, haettiin erilaisista blogeista, artikkeleista ja julkaisuista.

Tiedon etsiminen aloitettiin etsimällä tietoa eri hakukoneista käyttäen sanaa ruokatrendit 2014. Tämän hakusanan avulla saatiin 10 100 eri sivustoa ja blogia, jotka kertoivat ruokatrendeistä. Oleellista oli löytää luotettavat ja informatiivisimmat lähteet. Yhtenä tärkeänä tiedonlähteenä toimi Aromi-lehti, joka on suunnattu ruoka-alan ammattilaisille. Muita luotettavia lähteitä olivat Divaani sekä Kattilalaakson blogit, jotka ovat jo pitkään käsitelleet eri ruokakulttuureja ja ruokatrendejä. Ruokatieto, Dieta, Sundmans ja Makuja -sivustot antoivat informatiivista ja luotettavaa tietoa ruokakulttuureista ja vuoden 2014 ruokatrendeistä. Läh-

teiden kautta saatiin selkeä kuva tulevista trendeistä ja niitä ohjaavista tekijöistä. Monien eri sivustojen tutkimisen jälkeen, voidaan vetää yhtenäiset johtopäätökset siitä, mitä ruokavuosi 2014 tuo kuluessaan.

Yhteenveto trend scoutingista saaduista tuloksista löytyy taulukosta 2. Taulukkoon on koottu tietoja eri ruokatrendeistä kertovista sivuista. Taulukossa 2 kirjain x osoittaa sitä, että kyseinen ruokatrendi on mainittu kyseisellä sivulla. Viiva edustaa taulukossa sitä, että sivusto ei ole maininnut kyseistä ruokatrendiä sivuillaan.

Sivusto: Ruokatrendi:	Kattila- laakso www.kattilaakso.com	Divaani www.divaaniblogi.fi/	Makuja www.makujat.fi	Ruokatie- to www.ruokatie.fi	Dieta www.dietat.fi	Sundmans www.sundmans.fi	Aromi (Aromi 2014)
Terveellisyys	X	X	X	X	X	X	X
Lähirooka	X	X	X	X	X	X	X
Alkuperä	X	X	X	X	-	X	X
Äijäruoka, katuruoka, kotitekoisen roskaruoka	X	X	X	X	-	-	X
Alkukantaiset juurekset	X	X	-	-	X	-	X
Terveellisemmät ei- nekset	X	-	-	X	-	-	-
Marjojen ja sienten säilöminen	X	-	-	X	-	-	-
Itse viljely	X	-	-	-	-	-	X
Ruoka hävikki	X	-	-	-	-	-	-
puolivalmis- teet	X	-	X	-	-	-	-
Villiruoka	-	X	X	X	-	-	X

Taulukko 2: Trend scouting tuloksia

Seuraavissa kappaleissa käydään läpi trend scoutingissa saatujen tulosten yhteenveto. Trend scoutingissa tuli ilmi, että edellisten vuosien tapaan keustosuosikkina koko ruokatrendeille on

terveellisyys. Ihmisten kiinnostus omasta hyvinvoinnista on koko ajan kasvamassa ja yhä useampi ihminen keskittyy ruoan terveellisyteen. Ruoan terveellisyteen ja tuotantoon kiinnitetään yhä enemmän huomiota, ja kuluttajatkin ovat koko ajan tietoisempia ja vaativampia saatavilla olevista tuotteista.

Isoksi asiaksi 2014 vuoden ruokatrendeissä ilmeni lähiruoan merkitys, joka onkin jo tuttu käsite Laureassa ja sen keittiössä. Kuluttajien halu tietää tuotteiden alkuperästä ja tuotantovasta ovat lisääntyneet vuosi vuodelta. Makuja-sivusto (Makuja 2014) kertoi ihmisten haluavan tietää ruoan alkuperän ja tuotantotavan, jonka seurauksena tuleva trendi tänä kesänä onkin kasvattaa itse omalla kasvimaalla juureksia ja kasviksia. Marjojen poimiminen on perinteikäs tapa, joka on tulossa suosioon tänä vuonna entistä enemmän nuorten ihmisten keskuudessa, juurikin samoista syistä kuin puutarhan pitäminenkin. Säilömisestä, kuivattamisesta ja hilloamisesta tulee suositumpaa, koska ihmiset haluavat syödä itse poimittuja marjoja ja sieniä talvellakin. Kaikki nämä asiat tapahtuvat ihmisten halusta olla vastuullisempia kuluttajia ja halusta tietää ruoan eettisyydestä.

Yhteenvedon voidaan myös todeta, että vuoden 2014 ruokatrendeissä puhutaan ”äijäruoasta”, katuruoasta ja kotitekoisesta ”roskaruoasta”. Monena vuonna jo suosiossa olleet kotitekoiset hampurilaiset eivät ole häviämässä ihmisten ruokailutottumuksista vaan pikemminkin vahvistumassa. Ihmisten halu syödä terveellisemmin, on kotitekoisten hampurilaisten suosion syy, koska usein kotitekoiset hampurilaiset mielletään terveellisemmiksi ja kevyemmiksi kuin hampurilaisketjujen hampurilaiset.

Luonnon omat antimet, kuten nokkoset nousevat suosioon. Nokkoset tunnetaan nykypäivänä myös villiruoka nimellä. Marjojen poimiminen on joka vuotuinen perinne, joka on saamassa rinnalleen, uuden innoittavan trendin, lehtien ja ruohojen poimimisen. Vanhan ajan keräily ja kasvatuselämäntyylillä alkaa näkyä monien vuosien jälkeen ihmisten elämässä. Myös juuresten käytössä voidaan nähdä alkukantaisen elämäntyylin paluuta. Ennen vanhaan käytössä olleet juurekset ja niiden tuomat terveydelliset hyödyt löydetään uudestaan.

Viimeisen vuoden aikana ruokahävikin määrä on herättänyt paljon keskustelua, ja sen estämiseksi ja tilanteen parantamiseksi on tehty erilaisia aloitteita. Vuoden 2014 uskotaan lisäävän puheenaihetta entisestään, koska köyhien määrä Suomessa kasvaa koko ajan, joten ruoanpuute lisääntyy osassa väestöluokkia. Hävikin pienenemistä voidaan havaita esimerkiksi kotitalouksien ruoanlaittotottumuksissa, esimerkiksi edellispäivän ruokia jatkojalostetaan tai annoksia pienennetään.

Ihmisten kiire ei ole helpottanut viimeisten vuosien aikana, ja näin ollen einesten syönti tulee jatkumaan samana. Paljon kritiikkiä saaneita valmisruokia on pyritty parantamaan ja teke-

mään niistä terveellisempiä. Monet haluavat tehdä ruokaa itse, mutta siihen ei ole aikaa. Ratkaisuksi tähän on kehitetty puolivalmisteet, joiden valmistamiseen syötäväksi ei kulu niin paljon aikaa, koska niitä ei tarvitse tehdä alusta saakka.

5.2.3 Teemahaastattelu tutkimusmenetelmänä

Haastattelu valittiin aineistonkeruumenetelmäksi ymmärrä -vaiheeseen, koska sen avulla voidaan helposti selvittää tapahtumien ja niiden ruokailujen nykytilannetta. Haastattelutyypiksi valittiin teemahaastattelu, koska tarkoituksena oli saada selville haastateltavien omakohtainen näkemys nykytilasta ja toiveista tulevaan. Teemahaastattelun valintaan vaikuttavia tekijöitä olivat teemahaastattelun antava joustavuus ja mahdollisuus kysymysten tarkentamiseen, jolla mahdollistetaan kattavampien vastausten saaminen. Tutkimusmenetelmänä teemahaastattelu antaa parhaan mahdollisen keinon selvittää tarkkoja tietoja aiheesta.

Teemahaastattelu on lomakehaastattelun ja avoimen haastattelun välimuoto. Teemahaastattelulle olennainen piirre on aihealueiden eli teemojen ennalta määrittely. Teemahaastattelu luo haastattelulle selkeät ääriverit, mutta antaa joustovaraa haastattelijalle löytää halutut tiedot haastateltavalta (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2010, 207 - 209). Myös Hirsjärvi ja Hurme (2008, 48) luonnehtivat teemahaastattelua keskustelunomaiseksi tilanteeksi, jossa saadaan subjektiiviset näkemykset esille. Teemahaastattelun teemat perustuvat perehdyttyyn teoriatietoon ja eri tutkimuksissa ilmenneisiin asioihin. Teemat antavat pohjan haastattelulle, mutta tulee muistaa, että teema-alueiden tulisi olla väljiä, jotta niiden moniulotteisuus säilyisi. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 65 - 66.)

Teemoja suunniteltaessa on tärkeää muistaa tutkimusongelma, johon haastattelun avulla pyritään saamaan vastauksia. Teemahaastattelun teemarunko jaettiin kolmeen eri teemaan, jotka olivat tapahtumanominaisuudet, resurssit ja menusuunnittelu. Ensimmäisessä vaiheessa esitettiin laajoja teemakysymyksiä, toisessa tarkentavia kysymyksiä ja kolmannessa vaiheessa tehtiin pilkkukysymyksiä. Pilkkukysymyksillä tarkoitetaan kysymyksiä, jotka antavat vastauksia asioihin, joista ei aikaisemmin ole saatu tietoa. (Aaltola & Valli 2010, 35 - 38.)

Haastattelun tutkimushenkilöiksi valittiin henkilöitä, joilta pystyttiin saamaan tarkimmat ja reaaliaikaisimmat tiedot nykytilanteesta. Haastattelun rungot, jotka löytyvät liitteissä 1,2 ja 3, suunniteltiin toisistaan hieman poikkeaviksi, koska kaikilla haastateltavilla henkilöillä ei ollut tarvittavia tietoja joihinkin teemoihin liittyen. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että haastateltavalla henkilöllä on riittävästi tietoa tutkittavasta ilmiöstä ja mahdollisimman paljon kokemusta asiasta (Tuomi & Sarajärvi 2009, 85.) Haastateltaviksi valittiin henkilöitä joilla on tietoa Laurea Eventsistä, tapahtumista ja ruoanvalmistusprosesseista. Haastateltavat

henkilöt olivat Laurea Eventin tapahtumakoordinaattori, BarLaurean ravintolapäällikkö sekä keittiömestari. Haastattelut olivat pituudeltaan erilaisia.

Haastattelun teemoiksi valittiin aihealueet, jotka ovat tärkeitä menun suunnittelun kannalta. Haastattelun teemoja oli yhteensä yhdeksän, jotka oli jaoteltu kolmeen eri kategoriaan: tapahtumanominaisuudet, resurssit ja menu suunnittelu. Jokainen kategoria oli jaoteltu kolmeen eri teemaan. Tapahtumanominaisuudet sisälsivät teemat, jotka käsittelevät tapahtumatyyppejä, asiakkaita ja viestintää tapahtumasta. Resurssit -kategoria sisälsi teemat, jotka käsittelevät henkilöstön resursseja tapahtumissa ja ruokatuotannon puolella sekä keittiön ominaisuuksia. Menu suunnittelu sisälsi teemoja, jotka käsittelevät menun ominaisuuksia, kustannusrakennetta sekä menukonseptin vaikutuksia toimintaan.

Haastattelut nauhoitettiin ja litteroitiin heti haastattelun jälkeen, jotta teemoittelu olisi selkeämpää. Litteroinnilla tarkoitetaan nauhoitetun aineiston kirjoittamista tekstimuotoon (Ojasalo ym. 2009, 99). Litterointi antaa monipuoliset lähtökohdat aineiston analyysiin. Haastattelun litteroinnilla ei ole tarkkaa yksiselitteistä ohjetta, ja tutkittavasta aiheesta riippuu, kuinka tarkasti litterointi tehdään. Mikäli tehdään keskusteluanalyysia, tulee haastattelu litteroida pikkutarkasti, mutta usein kannattaa miettiä onko tarvetta ja aikaa toteuttaa litterointi näin tarkasti. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 139 - 140.)

Haastattelut analysoitiin teemoittelun avulla. Aineiston analyysinmenetelmän valintaan vaikuttavat monet tekijät, kuten haastateltavien lukumäärä ja haastattelun laajuus. (Ojasalo ym. 2009, 98 - 99.) Haastattelun toteutustavan perusteella todettiin teemoittelun olevan oleellisin valinta aineiston analysointimenetelmä tässä opinnäytetyössä.

Litteroitu aineisto tulee käydä läpi useaan otteeseen, jonka jälkeen aineisto puretaan teema-alueisiin ja pyritään heijastamaan opinnäytetyöteoriapohjaan. Teemoittelu keskittyy tarkastelemaan määrättyjä asioita ja ilmiöitä, jotka toistuvat haastatteluissa. Osa näistä esille tulleista asioista saattaa olla ennalta arvaamattomia, mutta niiden tulisi liittyä ennalta määriteltyihin teemoihin. Seuraavaksi samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia vertaillaan, jotta analyysista saadaan tarpeeksi informatiivinen. (Ojasalo ym. 2009, 99 - 100.)

Opinnäytetyön seuraavissa kappaleissa käsitellään Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattorin sekä BarLaurean ravintolapäällikön ja keittiömestarinhaastattelut. Kaikki kolme haastattelua on teemotettu edeltä mainitun teemahaastatteluiden teorian mukaisesti.

5.2.4 Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattorin haastattelu

Tapahtumakoordinaattorin haastattelu suoritettiin Laurea Leppävaarassa 25.3.2014. Haastateltavana ollut tapahtumakoordinaattori työskentelee Laurea Eventsille ja hänen vastuullaan on tapahtumien organisoiminen ja järjestäminen. Tapahtumakoordinaattorin haastattelu on teemoitettu kolmen eri teeman mukaan. Haastattelun teemat käsittelevät tapahtuman eri ominaisuuksia, käytettävissä olevia resursseja sekä menu suunnittelua.

Tapahtumaa käsitteleviksi teemoiksi oli valittu tapahtumatyyppit, tapahtuman asiakkaat sekä tapahtumaviestintä. Tapahtumakoordinaattorilta kysyttiin aluksi, minkälaisia ovat tyypilliset tapahtumat ja niiden asiakkaat. Hänen mukaansa tyypillisesti asiakkaat ovat sisäisiä asiakkaita Laurean eri yksiköistä, jotka järjestävät projektien tai hankkeiden lomassa erilaisia kokouksia, tapaamisia, seminaareja tai juhlia. Ulkoisiakin asiakkaita löytyy, mutta hänen mukaansa ulkoisista asiakkaista ei voi määrittellä asiakassegmenttiä. Tapahtumien hän sanoo vaihtelevan hyvin paljon. Tapahtumat voivat olla mitä tahansa kahvituksen ja seminaarin välillä. Tapahtumiin lukeutuu niin kahvitukset, lounaat, buffetit kuin illalliset ja seminaarit. Tyypillisimpiä tapahtumia ovat kuitenkin seminaarit.

Tapahtumatyyppien ja asiakkaiden lisäksi, haluttiin ottaa selvää tapahtuman järjestämisen aloittavasta viestinnästä. Tapahtumakoordinaattorin mukaan suurin osa yhteydenotoista tapahtuu puhelimitse tai sähköpostilla, jonka jälkeen asian eteenpäin vieminen aloitetaan. Osa tapahtumatilauksista kuitenkin tapahtuu myös kasvotusten esimerkiksi koulun käytävillä.

Haastattelun toinen teemakokonaisuus käsittelee resursseja. Teemat käsittelevät keittiön resursseja sekä keittiön ja tapahtumien henkilökuntaresurssit. Haastattelun avulla pyrittiin selvittämään käytettävissä olevaa henkilöstön määrää, ammattitaitoa, käytettävyyttä sekä BarLaurean keittiön ominaisuuksia ruokatuotantoprosessin toteuttamiseksi. Haastateltavalta kysyttiin aluksi henkilöstön määrästä. Hän kertoi, että BarLaurean keittiössä työskentelee pääsääntöisesti keittiömestari, kaksi harjoittelijaa sekä heidän apunaan opiskelijoita. Tapahtumia toteutettaessa käytetään apuna opiskelijoita, jotka työskentelevät tapahtuman tuotantovuoroissa osana opintojaan. Tapahtumakoordinaattorin mukaan tapahtumavuorolaisten määrä vaihtelee tapahtuman mukaan. Hän kuitenkin korosti, että tapahtumavuorolaisten tarve ilmoitetaan aina suuremmaksi, koska valitettavasti kaikki eivät aina saavu vuoroihinsa. Haastateltava painotti myös, että tapahtumavuorolaisten rekrytoinnissa tulee ottaa huomioon se, että BarLaurean perustoimintojen vuoksi, keittiöön ei aina mahdu ylimääräisiä työntekijöitä. Mutta tapahtumavuorolaisille on onneksi hänen mukaansa muuallakin käyttöä kuin keittiössä. Vuorossa olevat voivat työskennellä esimerkiksi vaatesäilytyksessä, vastaanotossa tai tarjoilijoina.

BarLaureassa työskentelevät tapahtumavuorolaiset ovat opiskelijoita, joiden osaamisen taso ja taustat vaihtelevat. Tämän vuoksi tapahtumakoordinaattorilta kysyttiin seuraavaksi kokeeko hän, että opiskelijatyövoiman käyttö on etu vai rajoite. Hän sanoo näkevänsä opiskelijoiden käytön työvoimana ehdottomasti etuna. Tapahtumakoordinaattori toi esille myös sen, että aina osaamisen taso ei ole ratkaiseva tekijä vaan opiskelijan asenne. Hän ei myöskään koe opiskelijoiden käyttöä mitenkään rajoittavana tekijänä, vaikka hän mainitseekin, että riskinä on se, että opiskelijat eivät ole sitoutuneita työhönsä.

Haastattelun viimeiset teemat koskivat menusuunnittelua. Teemoihin kuuluivat menun kustannusrakenne, menuun ominaisuudet sekä menukonseptin vaikutukset. Teemojen asioita lähdettiin selvittämään kysymällä tapahtumakoordinaattorilta, minkä kokosiin tilaisuuksiin tehdään ruokatilauksia. Tilaisuuksien koon tapahtumakoordinaattori sanoi vaihtelevan 20 ja 250 henkilön välillä. Tapahtuman kokoa selvittäessä, tapahtumakoordinaattori kertoi myös toiveistaan tulevaan tilauslomakkeeseen. Hänen toiveensa oli, että tilauslomake toteutettaisiin niin, että sitä pystyttäisiin käyttämään pohjana osallistujamäärästä riippumatta. Tilauslomakkeen avulla haluttaisiin saada selkeyttä ja vaihtelevuutta menusuunnitteluun. Tapahtumakoordinaattori kertoi ennen käytössä olleista valmismenuista. Ne oli otettu pois käytöstä sen vuoksi, että ne oli nähty liian yksipuolisiksi asiakkaille, jotka käyttivät usein Laurea Eventsin palveluita.

Menuominaisuuksien ohessa tarkoituksena oli selvittää erikoisruokavalioiden, luomuruuan sekä sesonkituotteiden vaikutusta menusuunnitteluun. Tapahtumakoordinaattorin mukaan tilauksissa tulee esiin jonkin verran toiveita kasvisruuasta sekä yleisimmät erikoisruokavaliosta kuten laktoosittomasta ja gluteenittomasta ruokavaliosta. Hänen mukaansa asiakkaat saattavat toivoa saavansa jotain ruokaa, jota heille on ennen tarjottu. Sesonkituotteet eivät kuulu hänen mukaansa asiakkaan toiveisiin. Siitä huolimatta, hän toivoo, että sesonkituotteiden käyttö voitaisiin ottaa entistä enemmän huomioon menussa. Hän toivookin, että tulevaan menuun jätetään joustovaraa, että BarLaurean henkilökunta pystyy lisäämään menu raaka-aineisiin kauden tuotteita. Kauden tuotteet ovat jo nyt hyvin käytössä BarLaureassa sen vuoksi, että ravintola suosii luomu- ja lähiruokaa.

Tapahtumakoordinaattori kertoi menun ominaisuuksien yhteydessä, että koska tyypilliset tapahtumat ovat seminaareja, asiakkaat syövät monta kertaa tapahtuman aikana. Tämän vuoksi menuta suunniteltaessa huomiota tulee kiinnittää siihen, että tarjolla on paljon erilaisia vaihtoehtoja esimerkiksi kevyempiä, hiilihydraattipitoisempia sekä proteiinipitoisempia vaihtoehtoja. Tapahtumakoordinaattori korosti, että yleensä tapahtumien ruokailuissa ei ole istumapaikkoja kaikille, joten ruuan tulee olla sellaista, että asiakas pystyy nauttimaan sen myöskin seisten.

Haastattelussa tapahtumakoordinaattorilta kysyttiin myös menun kustannusrakenteesta ja raaka-ainevalinnoista. Hän kertoi, että menuiden hinta tulee suoraan BarLaureasta. Hän esitti toiveensa sen suhteen, että opinnäytetyön avulla saataisiin selville tuotteiden hinnoittelumenetelmät ja kustannusrakenteet. Haastevalta kysyttiin onko hänellä muita toiveita menu-suunnittelun suhteen. Hän sanoi, että toivoisi menun olevan vaihteleva ja sisältävän jokaiselle asiakkaalle sopivia tuotteita.

Haastattelun lopussa tapahtumakoordinaattorilta kysyttiin vielä uskooko hän, että valmista tilauslomaketta ja siitä luotua konseptia pystytään hyödyntämään tulevaisuudessa. Tapahtumakoordinaattori oli varma, että edellä mainittuja pystytään hyödyntämään tulevaisuudessa ja sanoi, odottavansa innolla niiden käyttöön saamista.

5.2.5 BarLaurean ravintolapäällikön haastattelu

Laurea Events ja BarLaurea tekevät tiivistä yhteistyötä, jonka vuoksi päätettiin haastatella myös BarLaurean henkilökuntaa. Ravintolapäällikön lisäksi teemahaastattelu tehtiin myös BarLaurean keittiömestarille. Ravintolapäällikön haastattelu suoritettiin 26.3.2014 Laurea Leppävaarassa.

Ravintolapäällikön haastattelussa käytettiin samoja teemoja kuin tapahtumakoordinaattorin haastattelussa. Haastattelu aloitettiin kysymällä kysymyksiä, joiden teemat liittyivät tapahtumien ominaisuuksiin. Ensimmäisenä kysyttiin kysymyksiä tapahtumatyypeistä. Teemaa lähdettiin avaamaan kysymällä ravintolapäälliköltä millaisia ovat tyypilliset tapahtumat. Haastateltavalta haluttiin myös kuulla millaiset tapahtumat vaativat BarLaurean osallistumista ja apua. Ravintolapäällikkö kertoi, että tapahtumat vaihtelevat suuresti, jonka vuoksi BarLaurean osallistuminen tapahtumien järjestämiseen vaihtelee. Tapahtumien asiakasmäärätkin voivat hänen mukaansa vaihdella yhdestä viiteensataan ihmiseen. Hänen mukaansa asiakas vaikuttaa paljon siihen, minkä verran BarLaurea osallistuu järjestelyihin. Jos asiakas on tilannut catering - palveluja, on hyvin todennäköistä, että BarLaurea osallistuu järjestelyihin jollain tapaa. Hänen mukaansa BarLaurea auttaa tapahtumien järjestämisessä myös muulla tavoin. Tyypillisiä toimia ovat tilojen järjestäminen, kutsujen laatiminen sekä pöytäkarttojen tekeminen.

Ravintolapäällikkö painotti sitä, että asiakkaalla on suuri vaikutus tapahtuman järjestämiseen. Tämän takia seuraava teema, asiakkaat, toi lisää tietoa aiheesta. Haastateltavalta kysyttiin millaisia ovat tyypilliset asiakkaat. Ravintolapäällikkö kertoi, että tyypillinen asiakas on esimerkiksi sisäinen asiakas, lehtori, jonka tehtävänä on järjestää seminaari hankkeen yhteydessä. Ravintolapäällikkö kertoi, että osa sisäisistä asiakkaista pyrkii järjestämään tapahtumia itse ennen avun pyyntöä Laurea Eventsiltä tai BarLaureasta. Ravintolapäällikkö halusi

teeman yhteydessä painottaa, että jokaisen järjestettävän tapahtuman yhteydessä tulee tehdä asiakasprofiilianalyysi. Näin pystytään selvittämään kuka on tapahtuman järjestäjä, mihin hankkeeseen tapahtuma liittyy ja minkälaisia ihmisiä tapahtumaan osallistuu. Koska edellä mainitut tiedot ovat tärkeitä tapahtuman onnistumisen kannalta, haluttiin ravintolapäälliköltä kysyä tapahtumaa edeltävästä viestinnästä. Ravintolapäällikkö kertoi, että tiedot tapahtumista tulevat sähköisesti tai puhelimitse. Tietoa hänelle välittää myös Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattori. Saadut tiedot sisältävät yleisesti tiedot tilaisuudesta ja sen ajankohdasta.

Seuraavilla teemoilla haluttiin haasteltavalta selvittää keittiön varustelua ja henkilöstöresurssija keittiössä sekä tapahtumissa. Henkilöstöresurssiteemalla pyrittiin saamaan tietoa siitä, mikä on ravintolapäällikön mielipide henkilöstön osaamisesta, sen vaikutuksesta työskentelyyn sekä käytettävyyteen. Ravintolapäällikkö kertoi, että BarLaureassa on joka päivä yksi tai kaksi opiskelijaa, jotka työskentelevät kokouspalveluvuoroissa. Näissä vuoroissa työskentelevät auttavat tapahtumien järjestämisessä, jos vain pystyvät. Opiskelijoita ohjeistavat ja auttavat keittiömestari, tapahtumakoordinaattori sekä BarLaurean harjoittelijat.

Koska opiskelijat ovat suuressa roolissa BarLaurean sekä Laurea Eventsin toiminnassa, haluttiin henkilöstön osaamisen tasoa kartoittaa henkilöstöresurssi-teeman yhteydessä. Ravintolapäälliköltä kysyttiin vaikuttaako opiskelijoiden osaamisen taso menu suunnitteluun. Ravintolapäällikkö kertoi, että se vaikuttaa jonkin verran, mutta koska opiskelijat ovat oppimassa, asiaa ei tule ottaa liikaa huomioon suunnittelussa. Hänen mukaan suunnitteluvaiheessa tärkeintä on, että tilaukset ja asiakasmäärät ovat ajoissa tiedossa, jotta ne pystytään toteuttamaan kunnolla. Ravintolapäällikkö sanoi, että aina osaaminen ei ole ratkaiseva asia vaan se, että kuinka paljon tuotteen valmistaminen vaatii aikaa ja henkilökuntaa. Tästä johtuen suurille asiakasmäärille tilataan ruoat ainakin osittain ulkopuolelta.

Ravintolapäälliköltä kysyttiin seuraavaksi BarLaurean keittiön varustelun tasosta, koska keittiön varustelu oli yksi teemoista. Hän kertoi keittiön varustelun olevan hyvä, ainoa merkittävä puuttuva laite on suuri taikinakone. Vaikka keittiön varustelu onkin hyvä, rajoitteeksi saattaa muuttua keittiön koko ja laitteiden määrä. Hän sanoo, että BarLaurean päätoimi on tuottaa omia palveluitaan asiakkailleen ja sen takia keittiön työtilat eivät aina ole riittävät tapahtumien ruokailun toteuttamiseen. Ravintolapäällikkö painotti kuitenkin, että kaikki ruokatuotteet ja tapahtumat on aina saatu järjestettyä, mutta se vaatii huolellista ennakkosuunnittelua.

Haastattelua jatkettiin siirtymällä teemoihin, jotka liittyivät menu suunnitteluun. Aluksi haasteltavalta haluttiin tietoa liittyen menu ominaisuuksiin. Ensimmäinen kysymys koski tyypillisiä menuja. Ravintolapäällikkö totesi, ettei sellaista ole, menu vaihtelevat tilaisuuksien ja asiakkaiden toiveiden mukaan. Hän kuitenkin mainitsi erilaisten buffetuokien olevan suosittu.

tuja, etenkin seminaareissa. Ravintolapäälliköltä kysyttiin seuraavaksi, mitkä ovat asiakkaiden yleisimmät toiveet. Tähän hän vastasi, että se määräytyy tilaisuuden ja asiakkaan mukaan. Asiakasta pyritään auttamaan menun valinnassa tarjoamalla erilaisia vaihtoehtoja.

Menuominaisuuksien yhteydessä haluttiin selvittää kuinka erityisruokavaliot, sesonkituotteet, luomutuotteet ja ruokatrendit näkyvät menuissa. Ravintolapäällikkö kertoi, että BarLaurea suosii tuotevalikoimissaan luomua, jonka vuoksi myös lähiruokatuotteet ja sesonkituotteet pääsevät hyvin esiin menuissa. Yleisimmiksi erikoisruokavalioksi hän mainitsi laktoosittoman ja gluteenittoman ruokavalion. Erityisruokavaliot, erityisesti laktoosittomuus, pyritään ottamaan huomioon menuta suunniteltaessa ja toteutettaessa.

Menu suunnittelu -teemaan sisällytettiin vielä kysymys siitä, että käytetäänkö BarLaureassa puolivalmisteita vai pyritäänkö ruoat valmistamaan itse alusta alkaen. Ravintolapäällikkö kertoi, että menuta suunniteltaessa tulee ottaa huomioon ruokien valmistusprosessi ja mahdollisten puolivalmisteiden käyttö. Hänen mukaansa etenkin hyväksi todettuja puolivalmisteita käytetään paljon, koska ne säästävät aikaa.

Haastattelun seuraava teema koski menun kustannusrakennetta. Ravintolapäälliköltä haluttiin saada tietoa siitä, miten tuotteen hinta rakentuu. Hänen antamiensa tietojen perusteella voidaan todeta, että tiettyä laskukaavaa katteelle ei ole. Hän kertoi, että tuotteen katteet riippuvat täysin tuotteista. Haastattelun viimeinen teema oli menukonseptin vaikutukset. Ravintolapäälliköltä päätettiin kysyä, miten hän uskoo luotavan menukonseptin vaikuttavan nykyiseen toimintaan. Hän vastasi, että uskoo sen helpottavan ja auttavan heidän toimintaansa.

5.2.6 BarLaurean keittiömestarin haastattelu

Kolmantena haastateltavana oli BarLaurean keittiömestari. Hänet valittiin haastateltavaksi, koska hän on henkilö, joka päättää tämän hetkisistä menuista. Keittiömestarin haastattelun tarkoituksena oli kartoittaa nykytilannetta sekä saada kuva siitä, mitkä asiat on mahdollista toteuttaa. Keittiömestarin haastattelu suoritettiin 27.3.2014 Laurea Leppävaarassa, ja sen teemat käsittelivät tapahtuman ominaisuuksia, resursseja sekä menu suunnittelua.

Keittiömestarin haastattelun ensimmäinen teema oli keittiön varustelu. Asiaa lähdettiin selvittämään kysymällä millaiset puitteet BarLaurean keittiössä on. Keittiömestarin mukaan keittiössä on mahdollista toteuttaa mitä vain, kunhan työvoimaa on tarjolla. Vastauksen siivittämänä siirryttiin seuraavaan teemaan, joka oli henkilöresurssit. Keittiömestari kertoi, että tapahtumien ruokien tuottamisen pitäisi onnistua tapahtumavuorolaisten toimesta hänen ja kahden harjoittelijan avustuksella. Teemaan liittyen häneltä kysyttiin myös opiskelijoiden osaamisen tasosta ja sen vaikutuksista. Osaamisen taso tulee hänen mukaansa huomioida me-

nusuunnittelussa, koska ruoka pitää suunnitella niin yksinkertaisiksi, että kuka tahansa voi ne tehdä.

Haastattelu painottui menu suunnittelua koskeviin teemoihin. Ensimmäinen aihetta koskeva teema oli menun ominaisuudet, ja keittiömestarilta kysyttiin, minkälainen on tyypillinen menu. Keittiömestari vastasi, että menu riippuu aina tilanteesta. Hänen mukaansa menut koostuvat pääsääntöisesti buffetmenuista, joissa tarjoillaan neljästä viiteen ruokalajia. Buffetit koostuvat hänen mukaansa yleensä kylmistä ruoista, koska BarLaurealla ei ole siirrettäviä lämpölaitteita.

Seuraavaksi keittiömestarilta kysyttiin erityisruokavalioiden sekä luomu-, lähiruoka ja sesonki-tuotteiden vaikutuksista menuseen. Hänen mukaansa edellä mainittuja tuotteita ei kannata pohtia liikaa menuta suunnitellessa. BarLaurea suosii joka tapauksessa luomutuotteita aina tilaisuuden tullen, jolloin myös kausituotteet sekä lähiruokatuotteet tulee huomioida. Hän mainitsi, että lähi- ja luomuruokat ovat ruokatrendejä, jotka esiintyvät BarLaureassa. Erityisruokavalioiden liittyen hän kommentoi, että koska ruoka tulee yleensä buffetista, löytyy jokaiselle asiakkaalle aina jotain syötävää. Haastattelulla haluttiin myös selvittää, minkälaisia tuotteita BarLaurea suosii. Keittiömestarin mukaan keittiössä joudutaan käyttämään paljon tuotteita, jotka tulevat BarLaureaan puoliksi valmiina eli puolivalmisteina. Näin ruokien valmistusprosessi lyhenee ja se helpottaa ruoan valmistusta.

Haastattelua jatkettiin siirtymällä teemaan, joka käsitteli menun kustannusrakennetta. Keittiömestari kertoi, että ruokatuotteiden katteet tulisivat olla 60 prosentista 70 prosenttiin myyntihinnasta, jotta pystytään kattamaan kaikki kustannukset. Hän mainitsi kuitenkin, että kyseisiin katteisiin ei aina päästä, mutta jos kate on 50 prosenttia, on sekin hyvä asia. Lopuksi hän vielä painotti, että BarLaurea ei saa kilpailla hinnoilla.

Haastattelun avulla haluttiin selvittää myös tapahtumien ruokailun järjestämisen kannalta oleellista viestintää. Keittiömestarin mukaan tilaukset tapahtumien ruokailuista tulevat yleensä heille sähköisesti Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattorilta tai suoraan asiakkaalta. Hänen mukaansa tilauksien tiedot ovat useasti aluksi puutteelliset. Keittiömestari sanoi, että tilauksien haluttaisiin sisältävän tiedot henkilömäärästä, aikatauluista sekä asiakasryhmästä. Kun tilauksen kaikki tiedot on saatu, lähdetään tilausta toteuttamaan. Keittiömestarin mukaan BarLaurealla tulee olla kaikki tiedot tilauksesta viimeistään viikkoa ennen tapahtumaa.

Haastattelun viimeinen teema oli menukonseptin vaikutukset. Keittiömestarilta kysyttiin erityisistä toiveista ja asioista, jotka tulisi huomioida menua suunnitellessa. Hän kertoi, että ennen on ollut käytössä valmiit menut, jotka otettiin pois käytöstä niiden yksipuolisuuden takia. Tämän takia hän toivoikin, että tulevassa menu suunnittelussa otettaisiin huomioon me-

nun joustavuus. Hän toivoi myös, että menun yhteyteen tehtäisiin checklist, jotta asiakkaalta saataisiin kaikki tarvittava tieto. Lopuksi keittiömestarilta kysyttiin vielä miten hän uskoo valmiin menupohjan vaikuttavan. Hän sanoi, että uskoo sen helpottavan paljon prosesseja.

5.2.7 Teemahaastattelujen yhteenveto

Tässä luvussa on yhteenveto haastattelujen tuloksista. Haastattelujen yhteenveto antaa ymmärryksen nykytilasta ja tarpeista tulevaan menuun. Kaikki haastateltavat ovat suuressa osassa tapahtuman ruokailujen järjestämisestä, joten heidän mielipiteensä tulee ottaa huomioon menusuunnittelussa. Taulukossa 3 nähdään yhteenveto haastattelussa esiin tulleista tapahtumien ominaisuuksista. Yhteenvedon avulla pyritään saamaa parempi käsitys nykytilanteesta ja uuden menunkonseptin toiveista, kaikkien haastateltavien vastausten perusteella.

Teema:	Yhteenveto:
Tapahtumatyypit	<ul style="list-style-type: none"> • Seminaarit ovat suurimpia tapahtumia • Useimmiten järjestetään kokouksia joissa on 2 -20 henkilöä ja siellä on jokin tarjoilu esim. kahvitus, brunssi tai lounas • Cocktail-tilaisuuksia, á la Carte -illallisia ja erilaisia juhla-tilaisuuksia • Lounaita tarjoillaan salaattilounaista kolmen ruokalajin lounaisiin. Useimmiten järjestetään buffet-tyyppinen ruokailu • Henkilömäärät tilaisuuksissa 2 -200 henkilöä • Osa tapahtumista on sellaisia, joissa tehdään kaikki alusta lähtien (nimikyltit, ohjelmat ym.) ja osassa tapahtumia asiakkaat suunnittelevat kaiken itse
Asiakkaat	<ul style="list-style-type: none"> • Suurin osa asiakkaista on Laurean sisäisiä asiakkaita kuten lehtoreita, opiskelijoita tai muuta henkilökuntaa • Usein sisäisten asiakkaiden taustalla on jokin projekti tai hanke, jonka puitteissa tilaus tehdään • Ulkoiset asiakkaat ovat usein yrityksiä tai erilaisia seuroja
Tapahtuma viestintä	<ul style="list-style-type: none"> • Tapahtumatilauksia tulee puhelimitse ja sähköpostilla niin Laurean Eventsille kuin BarLaureallekin. Sekä sisäisiltä asiakkailta koulun käytävillä • Useimmiten tilaukset tulevat sähköpostilla, mutta ulkoiset asiakkaat soittavat ensin tiedustellessaan mahdollisuuksia. • Tilaukset ovat usein puutteellisia ja niistä puuttuu tapahtumien perustiedot kuten aikataulut, osallistujamäärä, tapahtuman luonne ja hintarajat ruokien suhteen • Isommissa tapahtumissa asiakaan kanssa järjestetään tapaaminen, jossa sovitaan tapahtuman yksityiskohdat

Taulukko 3: Tapahtumien ominaisuuksia

Taulukko 4 antaa kuvan eri resursseista, mitä tapahtumien ruokatarjoilun tekeminen ja tarjoaminen vaatii. Teemojen avulla saatiin ymmärrys siitä minkälainen osaaminen ja resurssit täytyy ottaa huomioon menu suunnittelussa.

Teema:	Yhteenveto:
Henkilöstöresurssit tapahtumissa	<ul style="list-style-type: none"> • Tapahtumakoordinaattori ja tapahtuma-assistentti ovat päävastuussa tapahtumissa • Pääsääntöisesti henkilökunta koostuu tapahtumavuoroja tekevästä opiskelijoista • Tapahtumavuorolaisten osaamisen taso ja motivaatio vaihtelevat suuresti • Kokouspalveluita ovat hoitamassa BarLaureasta kaksi opiskelijaa päivittäin • Isommissa tapahtumissa voidaan käyttää vuokratyövoimaa, mikäli opiskelijoita ei saada tapahtumaan työskentelemään
Keittiön henkilöstöresurssit	<ul style="list-style-type: none"> • BarLaurean keittiössä on palkattua henkilökuntaa, keittiömestari ja esimiesharjoittelija, joiden avustuksella ja ohjeistuksella ruoat valmistetaan • Tapahtumavuorolaiset hoitavat pääsääntöisesti tapahtumien ruokien tuottamisen • BarLaurean opiskelijahenkilökunta auttaa tapahtumien järjestämisessä, mikäli muita kiireitä ei ole • Isommissa tapahtumissa opiskelijoiden osaamisen taso ei ole aina riittävää ruokien toteuttamiseen
Keittiön varustelu	<ul style="list-style-type: none"> • BarLaurean keittiö antaa mahdollisuudet kaiken tyyppisten ruokien valmistamiseen ja ruokaa pystytään valmistamaan • Keittiön rajalliset tilat ja koneiden määrä vaativat isommissa lounaissa ja illallisissa ennakkosuunnittelua ja tarkkaan mietityn valmistusprosessin • Rajoitteena tapahtumaruokien tuottamiselle on BarLaurean opiskelijaruokalan toiminta lounas aikaan.

Taulukko 4: Resurssien käyttö

Taulukko 5 kertoo mitä ominaisuuksia uudessa menukonseptissa tulisi huomioida. Menukonseptin kustannusten selvittäminen ja menun vaikutukset henkilökunnan työn tekemiseen tulevat myös esiin taulukossa. Näiden tietojen avulla pystytään toteuttamaan menu, sen kanssa työskentelevien henkilöiden toiveet huomioon ottaen sekä saamaan tapahtumaruokailuista kannattavaa liiketoimintaa.

Teema:	Yhteenveto:
Menun ominaisuudet	<ul style="list-style-type: none"> • Menu suunnittelun alussa tulee ottaa huomioon tilaisuuden luonne • Asiakkailta ei ole useimmiten toiveita ruokien suhteen, he pyytävät tarjouksia • Buffet-ruokailussa täytyy tarkasti miettiä ruoat, jotta niiden syöminen on helppoa ja se voidaan toteuttaa seisoen, buffetissa on usein 4 -5 eri ruokavaihtoehtoa • Menua tehdessä tulee ottaa huomioon ruokatrendit, erityisruokavaliot kuten laktoositon ja gluteiiniton, sesonki-tuotteet ja luomu- ja lähiruoka • Raaka-aineiden valinnassa tulee huomioida niiden saata-vuus ympäri vuoden • Menukonseptin tulisi sisältää monta erityyppistä ruokaa erilaisiin tilaisuuksiin ja tapahtumiin • Puolivalmisteiden ja valmiiden tilaustuotteiden käyttö helpottaa menun tuotantoprosessia • Menu tulisi hinnoitella erikokoisille ryhmille suuntaa anta-vasti • Opiskelijoiden osaamisen taso on huomioitava menu-suunnittelussa
Menun kustannusraken-ne	<ul style="list-style-type: none"> • Liiketoiminnan tulee olla kannattavaa, mutta hinnoilla ei saa kilpailla muiden yritysten kanssa • Menukonsepti antaa tapahtumakoordinaattorille tiedon menuun kustannusrakenteesta • Menun katetuoton tulisi olla noin 50 %, jotta saadaan kaikki kustannukset katettua • Menun voi hinnoitella niin, että kaikki somisteet on lasket-tu ruokien hintaan tai niin, että niitä ei ole laskettu mu-kaan
Menukonseptin vaiku-tukset	<ul style="list-style-type: none"> • Menukonsepti tuo helpotusta jokapäiväiseen toimintaan • Menukonseptin tilauslomake varmistaa tarvittavien tieto-jen saamisen asiakkaalta • Säästää BarLaurean keittiömestarin aikaa yksittäisten me-nuiden suunnittelussa • Menukonsepti antaa suuntaviivat asiakkaalle catering pal-veluista

Taulukko 5: Menu suunnitteluun vaikuttavia tekijöitä

Haastattelun yhteenvetoon perusteella voi havaita haastateltavien yhteiset mielipiteet menu-konseptin puuttumisesta ja siitä, miltä uuden menun tulisi näyttää. Haastattelun yhteenveto antaa pohjan asiakasprofiilien luomiseen sekä palvelupolun muodostumiseen.

5.2.8 Lähtötilanteen selvittäminen palvelupolun avulla

Opinnäytetyö on tehty palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntäen. Palvelumuotoilun avulla palvelusta pyritään tekemään mahdollisimman asiakaslähtöinen. Voidaankin todeta, että asiakas on palvelumuotoiluprosessissa suunnittelun keskipisteenä. Jotta palvelua pystyttäisiin kehittämään asiakaslähtöisempään suuntaan, tulee aluksi kartoittaa lähtötilanne. Tässä opinnäytetyössä lähtötilanne selvitettiin käyttämällä palvelupolku - menetelmää, jossa hyödynnetään palvelutuokioita ja kontaktipisteitä. Nykytilan tiedot pohjautuvat ymmärrä -vaiheessa tehtyihin haastatteluihin.

Asiakkaan kokema palvelu koostuu päävaiheista tai keskinäisistä kohtaamisista, jotka muodostavat asiakkaan kokeman palvelukokonaisuuden. Päävaiheiden ja kohtaamisten aikana asiakas on vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan kanssa. Yksittäistä päävaihetta tai kohtaamista kutsutaan palvelutuokioiksi. Palvelutuokiot koostuvat lukuisista kontaktipisteistä. (Miettinen 2011, 49.)

Miettinen (2011, 79) toteaa asiakkaan olevan kontaktissa palveluun kaikilla aisteillaan. Näitä kohtaamisia kutsutaan kontaktipisteiksi. Kontaktipisteet muodostavat palvelutuokioita. Palvelupisteiden kautta asiakas kokee ja havaitsee palvelun ja sen brändin kaikkien aistiensa avulla. Tuulaniemi (2011, 80 - 83) jaottelee kontaktipisteet neljään eri kategoriaan, jotka ovat ihmiset, ympäristö, esineet ja toimintatavat. Miettinen (2011, 51 - 53) puolestaan jaottelee kategoriat; kanaviin, esineisiin, toimintamalleihin ja ihmisiin. Opinnäytetyössä päätettiin käyttää Miettisen jaottelua, koska sen avulla pystytään palvelu näkemään laajempänä kokonaisuutena.

Miettinen (2011, 51 - 53) kuvaa kanavat ympäristöiksi, paikoiksi tai tiloiksi, joissa asiakkaalle näkyvä palvelu tapahtuu. Kanavat voidaan jaotella myös fyysisiin, digitaalisiin ja aineettomiin kanaviin. Fyysisiä kanavia voivat esimerkiksi olla lentokone tai konserttisali, digitaalisia kanavia puolestaan edustaa internet, kun taas aineettomia kanavia ovat puhelinpalvelut. Useimpien palvelut tuotetaan käyttäen hyväksi monia eri kanavia, joten palveluiden voidaan todeta olevan monikanavaisia. (Miettinen 2011,51-53.)

Esineet ovat puolestaan tiloissa käytössä olevia, palvelun mahdollistavia osia. Esineet voivat olla palvelusta riippuen, joko asiakkaan tai palveluntarjoajan käytössä. Asiakkaan käyttämä esine voi olla esimerkiksi konserttilippu, kun taas palveluntuottajan käyttämä, palvelun mahdollistava esine voi olla tarjoilukärryt tai äänentoistolaitteet. Kontaktipisteissä käytettävät esineet voivat olla joko asiakkaalle näkyviä tai näkymättömiä. (Miettinen 2011, 51 - 52.)

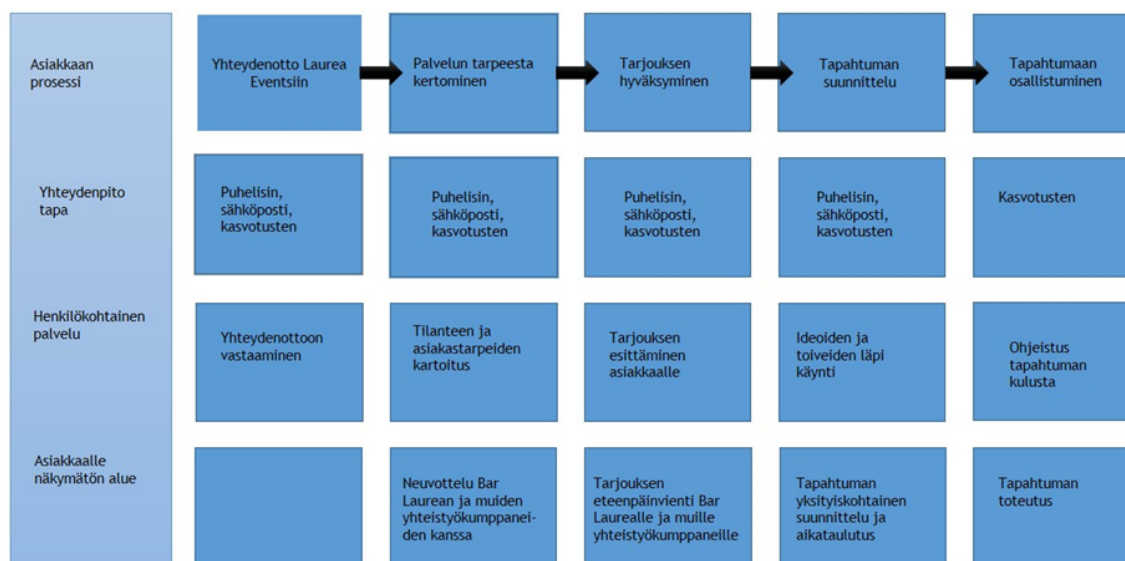
Miettisen (2011, 51) mukaan toimintamallit määrittävät palvelun tuotantotavan palvelutuokiossa. Palveluissa, jokainen rutiini ja prosessi, pystytään määrittämään pienintäkin yksityiskoh-
taa myöten. Esimerkkinä toimintamallista voidaan mainita henkilökunnalle annettu koulutus
siitä, kuinka asiakasta tulee palvella määrättyssä tilanteessa.

Miettisen (2011, 52-53) jaottelun viimeinen kohta on ihmiset. Palveluissa ihmisillä on keskei-
nen rooli, joko palveluntuottajana tai asiakkaana. Palvelumuotoilulle tyypillistä on jakaa ih-
misille roolit, joiden mukaan heidän uskotaan toimivan palvelun aikana. Palvelumuotoilun
avulla pyritään ohjaamaan sekä asiakkaan että asiakaspalvelijan toimintaa. (Miettinen 2011,
52 - 53.)

Palvelupolku on yksi palvelumuotoilun tunnetuimpia menetelmiä. Palvelupolun tarkoituksena
on kuvata asiakkaan palveluprosessi vaihe vaiheelta. Tuulaniemi (2011, 78) kutsuukin palvelu-
polkua palvelukokonaisuuden kuvaukseksi. Palvelupolku on oleellista jakaa osiin eli palvelu-
tuokioihin, jotta palvelua pystytään analysoimaan ja kehittämään. (Tuulaniemi 2011, 78.)

Palvelupolku luodaan asiakkaan ja palveluntuottajan tekemien valintojen pohjalta. Tärkeää
on kuitenkin korostaa asiakkaan tekemiä valintoja, koska palvelupolun ajatuksena on ymmär-
tää asiakasta. Palveluntarjoajalla voi olla mielessään tietynlainen reitti, joka asiakkaan aja-
tellaan valitsevan. Palvelupolun avulla pystytään kuitenkin kartoittamaan asiakkaan itsensä
tekemät valinnat. Voidaankin sanoa, että jokaisen asiakkaan palvelupolku on erilainen, koska
ihmiset käyttäytyvät ja toimivat eri tavoin. Palvelupolkua pystytäänkin käyttämään apuna
ihmisten toimintamallien kartoitukseen. Toimintamallien avulla palvelu pystytään suuntaa-
maan paremmin määrätyle asiakasryhmälle. (Miettinen & Koivisto 2009, 143 - 145.)

Laurea Eventsin palvelupolku on luotu tapahtumakoordinaattorin, keittiömestarin ja ravinto-
lapäällikön haastattelujen pohjalta. Palvelupolku luotiin kuvamaan asiakkaan palvelukoke-
mista, mutta siinä huomioitiin myös taustatyöt- ja tekijät. Taustatyöt huomioitiin, jotta saa-
taisiin kuva siitä, mitä Laurea Eventsin tulee tehdä tilauksen toteutumisen eteen. Palvelupol-
ku perustuu asiakkaan palveluprosessiin, joka näkyy kuvion 6 yläosassa. Prosessia lähdettiin
avaamaan kirjaamalla tiedot yhteydenottotavasta, henkilökohtaisesta palvelusta sekä asiak-
kaalle näkymättömistä alueista asiakasprosessin joka vaiheesta. Haastatteluissa, johon palve-
lupolku perustuu, ilmeni, että Laurea Eventsin tyypillinen asiakas on sisäinen asiakas, jonka
tehtävänä on toteuttaa seminaari tai kokous jonkun hankkeen puitteissa. Palvelupolku tehtiin
edellä mainitun tyyppiasiakkaan mukaiseksi. Vaikka asiakkaan palvelupolku on toteutettu si-
säistä asiakasta ajatellen, sopii se myös ulkoisen asiakkaan palvelupoluksi.



Kuvio 6: Laurea Eventsin asiakkaan palvelupolku

Asiakkaan palveluprosessin aloittaa yhteydenotto Laurea Eventsiin. Yhteydenotto tapahtuu useimmiten sähköisesti tai puhelimitse, mutta eteenkin sisäiset asiakkaat saattavat tehdä tilauspyynnön kasvotusten Laurea Leppävaaran käytävällä. Asiakkaan yhteydenottoon pyritään Laurea Eventsissä vastaamaan mahdollisimman nopeasti, jotta asiakas saa positiivisen kuvan yrityksestä. Kun asiakas on saanut vastauksensa, siirrytään palvelupolun seuraavaan palvelutuokioon, jossa asiakas kertoo tarpeistaan. Asiakkaan tarpeisiin lukeutuvat tarkat tiedot tapahtumasta, siihen osallistujista sekä ajankohdasta. Laurea Eventsin vastuulla on esittää asiakkaalle kaikki tarvittavat kysymykset, jotta kokouksesta tai tapahtumasta saadaan tuotettua onnistunut. Laurea Eventsin tulee selvittää seuraavia tietoja asiakkaalta kuten erityisruokavaliot, kokoustarvikkeiden tarve ja tarkka ohjelma tapahtuman kulusta. Asiakas kertoo tarpeistaan yleensä sähköpostitse tai puhelimitse. Tiedot saatuaan Laurea Events aloittaa tilausten kartoittamisen. Tilanteen selvittäminen aloitetaan neuvottelemalla asiasta BarLaurean sekä muiden tarvittavien yhteistyökumppaneiden kanssa. Jos Laurea Events tai asiakas kokee tarpeelliseksi, voidaan asiakkaan kanssa järjestää asiakastapaamisia, joissa tilauksesta neuvotellaan.

Kun Laurea Events on saanut neuvoteltua sopimuksen valmiiksi, esitetään se asiakkaalle. Asiakkaan palvelupolun seuraava kohta onkin tarjouksen hyväksyminen. Tarjous esitetään asiakkaalle joka puhelimitse, sähköisesti tai kasvotusten. Tarjouksen hyväksymisen jälkeen Laurea Events toimittaa tilauksen eteenpäin BarLaurealle ja muille mahdollisille yhteistyökumppaneille. Kun tapahtuman budjetista on päästy yhteisymmärrykseen, on asiakkaalla vielä mahdollisuus ideoida tapahtumaa ja esittää toiveita. Kyseiset toimenpiteet asiakas voi tehdä, joko sähköisesti, puhelimitse tai kasvotusten. Laurea Events pyrkii yhteistyökumppaneidensa

kanssa toteuttamaan asiakkaan toiveet sekä kysyy asiakkaalta asioista, jotka asiakas on saattanut unohtaa. Tapahtuman suunnittelun jälkeen asiakkaan prosessin seuraava vaihe on itse tapahtumaan osallistuminen. Tapahtumassa asiakas tapaa tapahtuman järjestäjän tai hänen edustajansa kanssa, joka kertoo asiakkaalle tapahtuman kulusta ja huomioitavista asioista. Palvelupolku päättyy itse tapahtumaan.

5.2.9 Laurea Eventsin tyypilliset asiakkaat

Opinnäytetyötä varten laadittiin palvelupolku, jotta saataisiin selvyys asiakkaan palvelukokemuksesta. Palvelupolun jälkeen palvelua haluttiin lähteä kehittämään luomalla Laurea Eventsille tyypillisistä asiakkaista asiakasprofiilit. Asiakasprofiilien avulla pystytään syventymään Laurea Eventsin tyypillisimpiin asiakasryhmittymiin ja kehittämään palvelua heidän avullaan. Asiakasprofiileja käytetään uusien palvelupolkujen luomiseen ja palvelun eteenpäin viemiseen.

Asiakastutkimuksista saadut tiedot kiteytyvät asiakasprofiileihin, jotka myös helpottavat kokonaiskuvan hahmotusta. Asiakasprofiilit kuvaavat asiakasryhmää, joka on noussut esiin asiakastutkimuksen tiedoista. Asiakasprofiilien avulla pystytään luomaan kuva asiakasryhmien toiminta- ja käyttäytymismalleista. Toiminta- ja käyttäytymismallien avulla pystytään suunnittelemaan uusia, entistä asiakaslähtöisempiä, ratkaisuja ja palveluja asiakkaille.

Asiakkaiden toimintaa ja valintoja ohjaavat käyttäytymisprofiilit. Käyttäytymisprofiilit kertovat asiakkaan arvoista ja tavoitteista. Ymmärtämällä käyttäytymisprofiileja pystytään asiakkaille tuottamaan palvelu tai tuote, joka vastaa asiakkaan piileviin tarpeisiin, synnyttää lojalisuutta yritykselle sekä muuttaa asiakkaan käytöstä suuntaan, joka parantaa yrityksen liiketoimintaa. (Tuulaniemi 2011, 154 - 155.)

Asiakasprofiileihin tiivistyvät asiakasryhmän käyttäytymisprofiilit, motiivit, arvot sekä toimintaan vaikuttavat pelot ja esteet. Hyödyntämällä saatua tietoa, yritys pystyy fokuisoimaan tuotteensa tai palvelunsa oikeille asiakasryhmille sekä valitsemaan oikean lähestymistavan ja markkinointikanavan. Huolella tehdyt asiakasprofiilit ovat yritykselle arvokas työkalu, jonka avulla liiketoimintaa voidaan kasvattaa, kohdentamalla tuotteet ja palvelut oikeille asiakkaille. (Tuulaniemi 2011, 154 - 156.)

Seuraavat asiakasprofiilit on koottu ravintolapäällikön, keittiömestarin sekä tapahtumakoordinaattorin ymmärrä -vaiheen haastattelujen pohjalta. Asiakasprofiileja päätettiin tehdä kolme, koska koettiin, että niiden avulla pystytään kuvaamaan laajasti, mutta täsmällisesti Laurea Eventsin asiakasryhmät. Kaksi kolmesta asiakasprofiilista on tehty Laurea Eventsin sisäistä asiakkaista ja yksi asiakasprofiili käsittelee ulkoista asiakasta. Asiakasprofiileihin valitut

asiakasryhmät valittiin, koska haastatteluiden perusteella kävi ilmi, että suurin osa Laurea Eventsin asiakkaista on sisäisiä asiakkaita. Ensimmäinen asiakasprofiili kuvastaa Laurea Leppävaaran opettajaa, kun taas toisessa asiakasprofiilissa asiakkaana toimii Laurea Otaniemen opettaja. Kolmas asiakasprofiili kuvaa ulkoista asiakasta.



Kuva 1: Tiinan asiakasprofiili

Ensimmäisessä asiakasprofiilissa kuvataan Laurea Eventsin sisäistä asiakasta. Kuvassa 1 on kuvattu Tiinan elämän eri osa-alueita. Laurea Leppävaarassa opettajana toimiva Tiina vastaa liiketalouden opinnoista. 45 -vuotias Tiina on siirtynyt Laurea Leppävaaraan työelämän kautta ja hänellä on työuraa Laureassa takanaan viisi vuotta. Työtaustastaan johtuen Tiina tekee paljon yhteistyötä yritysten edustajien sekä muiden koulun opettajien kanssa. Tiina käyttää kursseilla erilaisia oppimistehtäviä, jotka tutustuttavat opiskelijoita oikeaan työelämään. Tämän vuoksi Tiinan järjestää paljon erilaisia kokouksia ja tilaisuuksia yritysten edustajien kanssa. Tekemällä tiivistä yhteistyötä yritysten kanssa Tiina toivoo, että opiskelijoille syntyy hyviä kontakteja yrityksiin jo ennen valmistumista. Tiinalle työ on hyvin lähellä sydäntä ja hän käyttääkin paljon vapaa-aikaansa työn tekemiseen. Suuri osa Tiinan vapaa-ajasta kuluu myös omakotitalon remontoinnissa ja perheen lasten harrastusten parissa.



Kuva 2: Pekan asiakasprofiili

Tässä asiakasprofiilissa kuvataan Laurea Otaniemen sosiaali-alan opettajaa, Pekkaa. Kuvassa 2 on kuvattu Pekan elämän eri osa-alueita. Pekka on 58 -vuotias mies, jolla on jo pitkä työuran takana. Pekka on työskennellyt Laureassa jo kahdeksan vuotta, jota ennen hän työskenteli sairaalan ensiavussa. Hän päätti siirtyä opetus tehtäviin, koska uskoi pystyvänsä auttamaan nuoria eteenpäin opinnoissaan käytännön kokemuksensa ansiosta. Työkokemuksensa ansiosta Pekka on arvostettu niin kollegoidensa kuin oppilaiden parissa. Pekka tunnetaan rentona ja rauhallisena opettajana, jolla on hyvä huumorintaju. Pekka on kolmen lapsen isä, joka tuo työt kotiin terveellisten elämäntapojen ja oppien muodossa. Pekka viettää vapaa-aikaansa perheen kanssa sekä pelaten jalkapalloa.



Kuva 3: Kaisan asiakasprofiili

Kolmannessa asiakasprofiilissa esitellään Laura Eventsin ulkoinen asiakas Kaisa. Kuvassa 3 on kuvattu Kaisan elämän eri osa-alueita. Helsinkiläinen, 30 -vuotias Kaisa on töissä ison yrityksen markkinointipuolella. Markkinointipäällikkönä Kaisa tunnetaan tehokkaana ja innovatiivisena. Kaisa onkin luonteeltaan sosiaalinen ja hän nauttii ongelmien ratkaisemisesta. Kaisa on päätenyt työhönsä opiskeluiden ohessa olleiden harjoitteluiden kautta. Harjoitteluiden jälkeen Kaisa on edennyt vuosien varrella nykyiseen asemaansa. Kaisa työskentelee pitkää päivää ja on valmis joustamaan vapaa-ajastaan suurien projektien kustannuksella. Vaikka työ onkin mielekästä, nauttii Kaisa vapaapäivistään viettämällä aikaa ystäviensä kanssa ja ulkoilemalla koiransa kanssa.

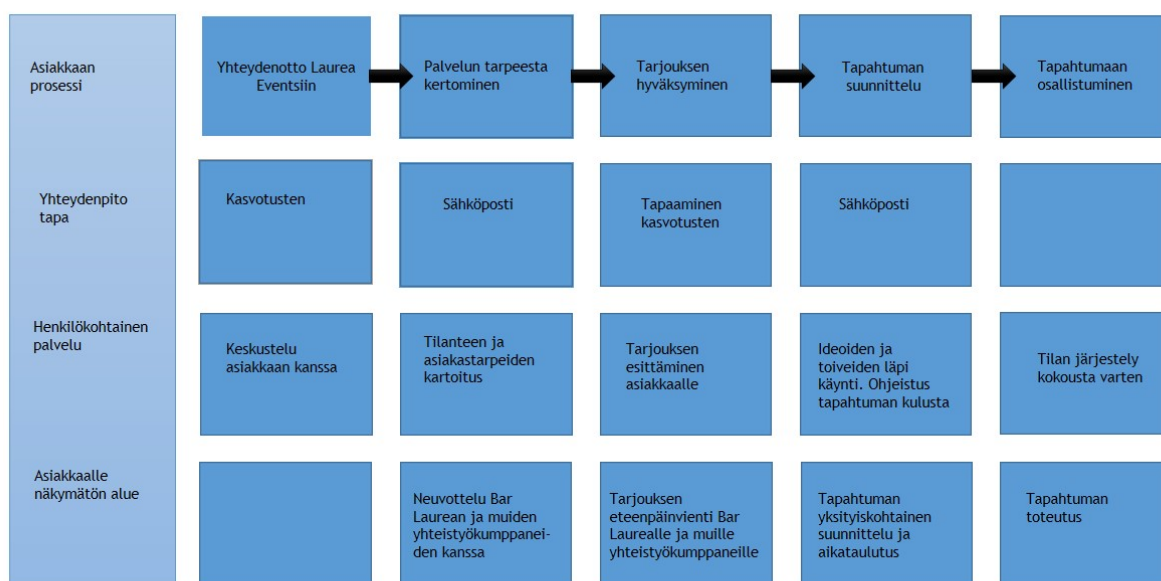
5.2.10 Asiakkaiden palvelukokemusten kuvaus palvelupolkujen avulla

Tässä luvussa esitellään palvelupolut, jotka on tehty edellisessä luvussa esitellyille asiakkaille. Palvelupolkujen tarkoituksena on selventää kuvaa, siitä miten erilaiset asiakkaat käyttävät Laurea Eventsin palveluita. Palvelupolut kuvastavat niin sisäisiä kuin ulkoisia asiakkaita. Tiedot palvelupolkuihin on kerätty opinnäytetyöhön tehdyistä ravintolapäällikön, keittiömestarin ja tapahtumakoordinaattorin haastatteluista.

Tiinan palvelupolku on näkyvässä kuviossa 7. Tiina on saanut tehtäväkseen järjestää kymmenen hengen kokouksen yritysvieraille. Kokousta varten Tiina tarvitsee tilat sekä kahvitarjoilun. Tiina pyytää apua Laurea Eventsiltä. Yhteydenotto Laurea Eventsiin järjestyy helposti

Tiinan törmätessään tapahtumakoordinaattoriin koulun käytävällä. He puhuvat kokouksen järjestämisestä alustavasti ja sopivat, että jatkavat yhteydenpitoa sähköpostitse.

Sähköpostilla sovitaan tapahtuman yksityiskohdista. Tapahtumakoordinaattori kysyy Tiinalta kokouksen budjetista, tilan koosta, onko tarvetta ruokailulle sekä muita toiveita. Tiina välittää tiedot tapahtumakoordinaattorille, joka vastaa Tiinan viestiin tarjouksella. Tiina käy tarjousta läpi ja käy koululla tapaamassa tapahtumakoordinaattoria kertoakseen, että hyväksyy tarjouksen. Ennen kokousta Tiina saa yksityiskohtaiset tiedot kokouksen etenemisestä ja tilasta. Seuraavaksi Tiina osallistuu itse kokoukseensa, joka järjestää Laurea Leppävaaran tiloissa.

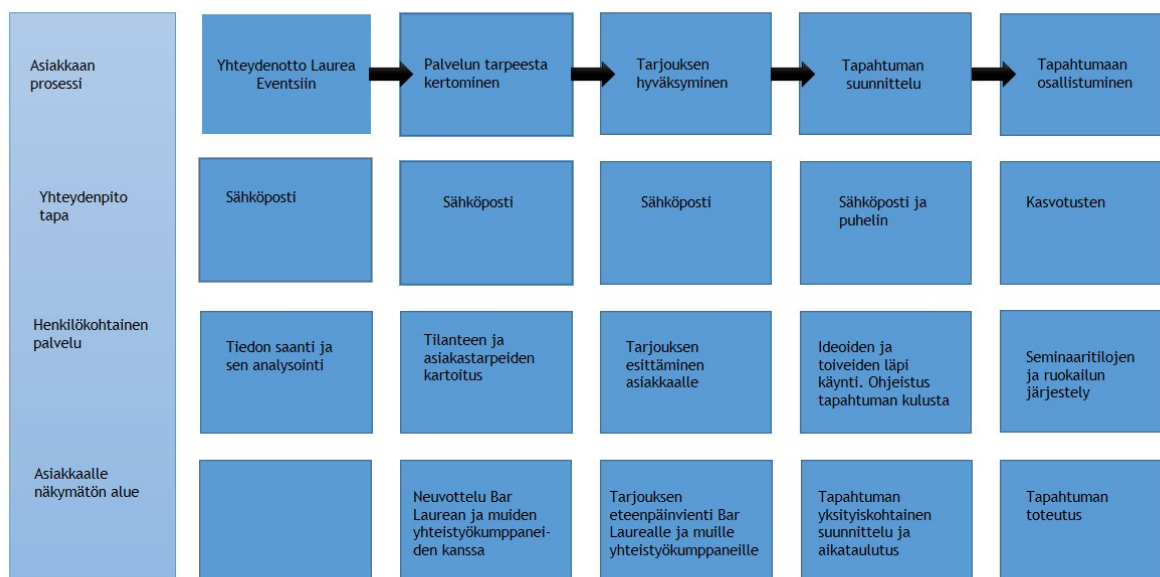


Kuvio 7: Tiinan palvelupolku

Pekan palvelupolku on näkyvässä kuviossa 8. Pekka on saanut tehtäväkseen järjestää seminaarin kouluhankkeen yhteydessä. Pekka työskentelee Laurea Otaniemessä jo kahdeksatta vuotta ja pitkän työuransa vuoksi hänet on nimetty vastuupettajaksi koulun hankkeeseen. Hankkeen puitteissa Pekan on tarkoituksena järjestää seminaari 150 hengelle. Seminaarin on tarkoitus kestää koko päivän, joten Pekka tarvitsee myös catering -palveluja. Pekalla ei ole entuudestaan kokemusta suurien seminaarien järjestämisestä, jonka takia hän päättää ottaa yhteyttä Laurea Leppävaarassa sijaitsevaan Laurea Eventsiin.

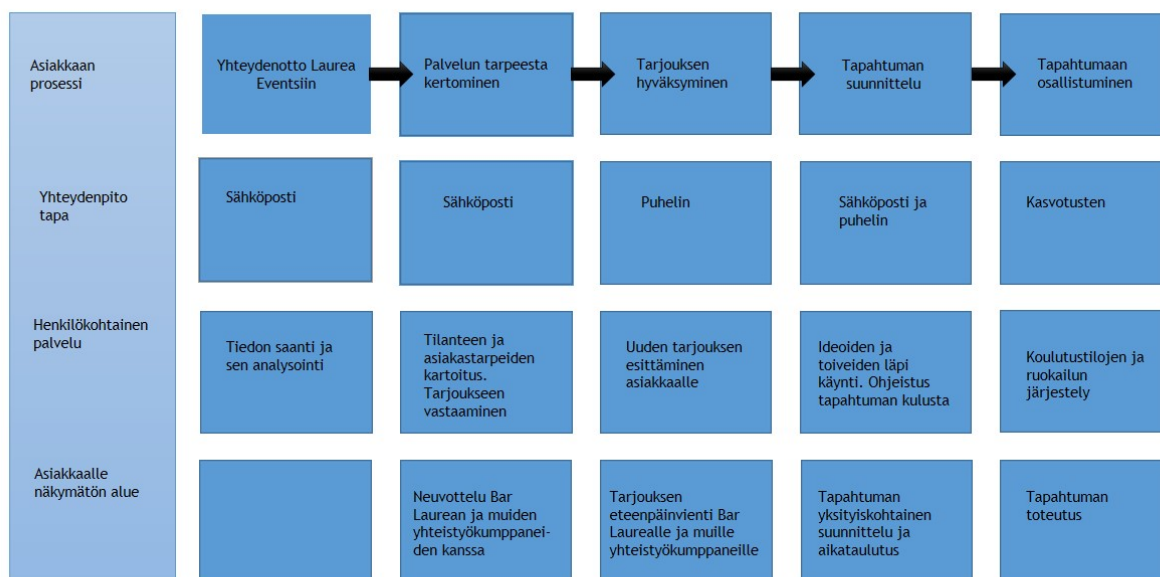
Pekka tekee yhteydenoton sähköpostitse. Ensimmäisessä sähköpostissa Pekka kertoo seminaarista sekä siihen liittyvästä ruokailusta ja kysyy olisiko niiden järjestäminen mahdollista. Laurea Eventsiltä Pekka saa vastauksensa nopeasti, sähköpostissa tapahtumakoordinaattori kertoo, että tapahtuman järjestäminen on mahdollista ja kysyy lisätietoja. Muutaman päivän ku-

luttua Pekka saa sähköpostiinsa tarjouksen Laurea Eventsiltä. Koska tarjous vaikuttaa hyvältä, hän hyväksyy tarjouksen. Vielä tarjouksen hyväksymisen jälkeenkin Pekka on ahkerasti yhteydessä Laurea Eventsin kanssa yksityiskohtien ja aikataulun laatimiseksi. Yhteydenpito tapahtuu pääsääntöisesti sähköpostitse. Ennen tapahtumaa Pekka saapuu Laurea Leppävaaraan hyvissä ajoin. Hänet ohjataan tapahtumakoordinaattorin luokse, joka opastaa Pekkaa tilojen ja laitteiston käytössä sekä kertoo miten ruokailu on järjestetty. Vielä ennen tapahtumaa sovi-taan käytännön järjestelyistä ja seminaarin jälkeisestä ajasta.



Kuvio 8: Pekan palvelupolku

Kaisan palvelupolku on näkyvässä kuviossa 9. Markkinointipäällikkö Kaisa on saanut tehtäväkseen järjestää koulutuspäivän osastonsa kolmellekymmenelle hengelle. Yrityksen, jossa Kaisa työskentelee, tilat ovat kuitenkin juuri remontissa. Kaisa päätyy etsimään kolmellekymmenelle hengelle sopivaa koulutustilaa Leppävaarasta, jonka yhteydessä myös ruokailu onnistuu. Kaisan tuttu, entinen Laurea Leppävaaran opiskelija, osaakin kertoa Kaisalle, että Laurea Leppävaarassa voidaan järjestää kokouksia, seminaareja ja ruokailuja. Kaisa päättää laittaa tarjouspyynnön Laurea Eventsille. Laurea Eventsiltä Kaisa saa vastauksen tarjouspyyntöönsä. Kaisa on kuitenkin vielä muutama muutosehdotus tarjoukseen, jonka vuoksi hän soittaa Laurea Eventsille. Neuvottelun jälkeen Kaisa saa uuden tarjouksen, jonka hyväksyy. Tarjouksen hyväksymisen jälkeen Kaisa tapaa Laurea Eventsin edustajat ennen tapahtumaa, jolloin hän saa opastusta ja informaatiota. Kaisa saapuu tapahtumaan hyvissä ajoin ja saa informaatiota päivän kulusta.



Kuvio 9: Kaisan palvelupolku

Tässä kappaleessa saatiin konkreettinen kuva asiakkaan palveluprosessin nykytilasta sekä asiakkaista. Opinnäytetyössä voidaan siirtyä kehittä -vaiheeseen, koska tarvittava ymmärrys asiakkaista ja prosesseista on saatu.

5.3 Ideoiden ja ratkaisujen löytäminen sekä niiden kehittäminen

Moritz (2005, 133 - 135) on määritellyt kehittä -vaiheen tehtäviksi ideoiden, ratkaisujen, lähteiden sekä prosessien innovatiivisen kehittämisen. Kehittä -vaiheen tärkeitä tehtäviä on hioa yksityiskohtia ja käydä läpi kehitettäviä kohteita. Ideoiden kehittäminen ja ei toimivien ideoiden karsiminen on tärkeää, jotta voidaan luoda vahvoja konsepteja. Tässä vaiheessa hiotaan yksityiskohtia ja korjataan epäkohdat, jotka vaikuttavat palvelun kehitykseen negatiivisesti. Kehittä -vaiheen menetelmiksi sopivat esimerkiksi aivoriihi -tekniikka, eläytymismenetelmät, palvelunäytteiden laatiminen sekä visualisointi. Tavoitteena kehittä -vaiheelle on luoda järkeviä ja innovatiivisia ratkaisuja, joiden avulla pystytään parantamaan asiakkaiden palvelukokemusta ja tätä kautta tuomaan arvoa yritykselle. (Moritz 2005, 133 - 135.)

Työn kehittä -vaihe muodostuu eri tutkimusmenetelmistä, joiden avulla aloitetaan menun suunnittelu. Kehittä -vaihe muodostuu workshopista, prototypioinnista, SWOT -analyysistä ja tuotetestauksesta. Workshopin tarkoituksena on löytää uusia ideoita menun suunnitteluun ja saada kuva siitä minkälaista menua tällä hetkellä halutaan. Prototypioinnissa tuotetaan menun prototyyppi, joka muodostuu menukonseptin suunnittelusta sekä sen eri osien konkreettisesta tekemisestä. SWOT -analyysin ja tuotetestauksen kautta halutaan saada tietoa menun

toimivuudesta ja sen käytettävyydestä. Kehitä -vaiheen päätehtävänä on kerätä tarvittavat tiedot menun luomiseen sekä luoda konkreettinen menu.

5.3.1 Workshop tiedonhankintamenetelmänä

Opinnäytetyössä käytetään workshopia yhtenä kehitä -vaiheen tiedonhankintamenetelmänä. Workshopin tarkoitus on tuottaa tietoa nykypäivän ruokatrendeistä, vallitsevista ruokamielityksistä sekä erilaisten ihmisten suosikkiruokatuotteista. Tavoitteena oli tuottaa uusia innovatiivisia ruokatuotteita Laurea Eventsin uuteen menun. Workshop toteutettiin viiden tutkimushenkilön kanssa käyttäen erilaisia tiedonhankinta menetelmiä.

Tutkimusryhmä koostui henkilöistä, jotka tunsivat BarLaurean ja Laurea Eventsin toimintatapoja. Tutkimushenkilöiltä löytyi myös käytännön tietoa tapahtumien järjestämisestä Laurea Leppävaarassa. Tutkimusryhmä koostui lehtoreista, opiskelijoista, BarLaurean ja Laurea Eventsin uusista ja vanhoista harjoittelijoista. Valintaperusteena oli myös se, että henkilöt tunsivat Laurea Eventsin käytännöt jo valmiiksi, tämä antoi mahdollisuuden päästä menu-suunnittelussa syvemmälle ja kohdistaa menusuunnittelu oikeanlaisiin tapahtumiin ja asiakkaisiin. Näiden tutkimushenkilöiden avulla päästiin toivottuihin lopputuloksiin workshopin ja sen tuottaman tiedon hankinnassa.

Yhteissuunnittelun toteutukseen voidaan käyttää erilaisia luovia tiedonkeruumenetelmiä, jotka toteutetaan ryhmässä. Tavoitteena yhteiskehittämisellä on inspiroida ja avata ihmisten mieliä tuottamaan uutta tietoa tai kehittämään vanhoja palveluja tai tuotteita yhdessä. (Stickdorn & Schneider 2010, 198 - 199.) Workshop on yhteiskehittämismenetelmä, jota käytetään usein generatiivisissa tutkimuksissa tiedonhankinta- ja kehittämismenetelmänä. Workshopin tutkimushenkilöt valitaan usein sidosryhmistä, mutta tutkittava aihe ja sen eri osa-alueet vaikuttavat lopullisiin valintoihin. Workshopin toteutuksessa käytetään useita menetelmiä, jotka auttavat ymmärtämään asiakkaiden ajatuksia ja toiveita. (Martin & Hanington 2012, 62 - 63.)

Opinnäytetyön workshopissa päätettiin käyttää neljää eri tiedonhankintamenetelmää, joiden avulla pyrittiin löytämään ratkaisuja ja vastauksia haluttuihin kysymyksiin. Workshopin neljä eri vaihetta näkyvät kuviossa 10. Ensimmäinen menetelmästä on narratiiviseen tutkimukseen liittyvä tehtävä, jolla selvitetään tutkimushenkilöiden aikaisempia kokemuksia. Tutkimushenkilöitä pyydettiin kertomaan kolme unohtumattominta ruoka-annosta tai ateria kokonaisuutta, joita he olivat syöneet.



Kuvio 10: Workshopin vaiheet

Narratiivisella tutkimuksella tarkoitetaan sitä, että ihmisten toiminta rakentuu erilaisista kertomuksista. Narratiivilla tarkoitetaan tarinaa. Narratiivisessa tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita siitä millaisia tarinoita ja kertomuksia tutkimuskohteesta on olemassa. Tutkimusmenetelmän avulla tarkastellaan myös millaisena kertomuksena tutkimuskohde nähdään yhteiskunnassa ja kulttuurissa. (Narratiivinen tutkimus 2013.) Narratiivisella tutkimuksella oli tarkoitus myös saada tutkimushenkilöiden mieltä avattua sekä saada heidät ajattelemaan asiaa laajemmin. Workshopissa näytettiin osallistujille myös video vuoden 2014 ruokatrendeistä, jolla oli sama tarkoitus kuin narratiivisella tarinan kerronnalla.

Seuraavissa vaiheissa käytettiin aivoriieä kahdessa eri muodossa. Toisessa vaiheessa käytettiin hiljaista aivoriieä ja toisessa keskustelevaa aivoriieä, molemmilla vaiheilla oli omat tavoitteensa ja päämääränsä. Aivoriiehi on yksi tunnetuimmista ja käytetyimmistä yhteiskehittämismenetelmistä, jonka avulla pyritään luomaan ympäristö, jossa tutkimushenkilöillä on luonteva puhua mielipiteistään ja innovoida uutta. Viime aikoina aivoriiehet ovat saaneet uusia muotoja, jotka muuttavat aivoriiehen toteutusmenetelmiä. (Martin & Hanington 2012, 22 - 23.) Ojasalo ym. (2009, 145 - 146) kuitenkin muistuttavat, että aivoriiehestä on ollut pitkään jo olemassa lukemattomia muunnelmia, mutta kuitenkin sen pääperiaate yhteisöllisenä ideointimenetelmänä on pysynyt.

Aivoriiehen tuottamien tulosten syventämiseksi ja ymmärtämiseksi päätettiin käyttää bodystorming menetelmää. Ojasalo ym. (2009, 154) painottavat bodystormingin laajuutta ja sitä, että monia erilaisia menetelmiä kutsutaan bodystormingiksi. (Ojasalo ym. 2009, 154). Työssä tuleekin bodystorming rajata ja selkeyttää hyvin, jotta oikeat tiedot saadaan kerätyksi. Mar-

tin ja Hanington (2012, 20) kuvaavat bodystormigia monen eri menetelmän yhtymäksi, joka antaa inspiroivan ympäristön kehittämiseen ja ideointiin (Martin & hanington 2012, 20). Opin- näytetyön workshopissa bodystorming on rajattu ideoimaan ainoastaan valittujen ruokatuot- teiden lisuke-ehdotuksia. Muita menetelmiä hyväksi käyttäen ollaan selvitetty menun muita elementtejä.

5.3.2 Workshopin toteutus

Workshop järjestettiin 15.4.2014 Laurea Leppävaaran tiloissa kello 15 -16.30. Workshopiin osallistui viisi tutkimushenkilöä, jotka olivat Laurean opiskelijoita ja henkilökuntaa. Worksho- pin tarkoituksena oli ideoida ja luoda uusia ruoka-aine sekä ruokatuote -ehdotuksia Laurea Eventsin uuteen menukonseptiin. Workshopin neljän eri vaiheen, jotka näkyvät kuviossa 10, kulku on kuvattu tässä luvussa. Tarkka kuvaus workshopin kulusta löytyy liitteestä 4.



Kuva 4: Workshop ideointia

Workshopin ensimmäinen vaihe aloitettiin kertomalla tutkimushenkilöille workshopin tarkoitus ja heidän roolinsa sen ideoinnin apuvälineenä. Tutkimushenkilöitä oli pyydetty etukäteen pohtimaan kolme ruoka-annosta, jotka ovat olleet mieleenpainuvia ja jollain tapaa unohtu- mattomia. Menetelmänä tässä käytettiin narratiivista tutkimusta, jotta tutkimushenkilöt saa- tiin miettimään tutkittavaa aihetta syvemmin. Kaikki tutkimushenkilöt kävivät vuorotellen omat kolme ehdotustaan läpi. Esille tullessiin ruoka-annoksiin ja kokonaisuuksiin lukeutuivat esimerkiksi lohi hollandaisekastikkeen sekä keitettyjen parsakaalien kera, karkkipossu, Eeva Kolun suklaakakku, blinit, sienipasta, suklaafondant, suolaiset muffinit, fuusionachot lihan kera, Daim -valkosuklaakakku, bruschetta -valikoima sekä pizzaa kylmäsavuporo sieni täyt- teellä. Kierroksen jälkeen tutkimushenkilöille näytettiin video vuoden 2014 ruokatrendeistä,

jossa käytiin läpi useita erikoisia ruokia, joita vuosi 2014 tuo kuluessaan. Videossa esiteltyjä ruokia olivat ankan munat, kanan käyttäminen kaikissa ruokalajeissa, meksikolaisen leivän ja hampurilaisen välimuoto, donitsicroissantit ja makeat popcornit. Ensimmäisen vaiheen tarkoitus oli pohjustaa tutkimushenkilöitä seuraaviin vaiheisiin ja miettimään ruokia innovatiivisesti ja tulevaisuutta ajatellen.

Toisen vaiheen pohjana toimi hiljainen aivorihi, jossa tutkimushenkilöitä pyydettiin miettimään erilaisia ruokia tai ruoka-aineita kuuteen ennalta määriteltyyn kategoriaan. Kategorioiksi valittiin alkuruoat/ salaattit, cocktail -palat, pääruoat, pääruokien kylmät lisukkeet, jälkiruoat sekä lisukkeet kuten salaatinkastikkeet tai leivät. Kategorioiksi oli valittu edellä mainitut, koska niiden avulla pystyttiin kattamaan menun kaikki osa-alueet. Tutkimushenkilöillä oli 15 minuuttia aikaa miettiä itsenäisesti eri ruokia ja ruoka-aineita jokaisen kategorian alle. Kuvissa 4 ja 5 tutkimushenkilöt ideoivat raaka-aineita menuhun. Tuloksena saatiin hyvin erilaisia ruokia, koska kaikilla tutkimushenkilöillä on erilaiset mieltymyksensä ruokaan. Taulukoissa 6,7, ja 8 on koottu yhteenveto vaiheessa kaksi esiin tulleista ruoista ja ruoka-aineista.

Alkuruoat ja salaattit:	Cocktail -palat:
<ul style="list-style-type: none"> • Täytetyt avokadot (poro tai katkarapu) • Nahm Jim sydänsalaatti • Sweet thai kanasalattii • Thai kanakeitto • Avokado -kurkkukeitto (kylmä shotti) • Tapas -lajitelma • Marinoidut ja paahdetut paprikat • Fenkoli- kesäkurpitsa- porkkana salaatti sitruunalla • Halloumi • Punajuurijogurtitikeitto (kylmä) • Kambodzalainen lihasalaatti • Edamame papuja • Aasialainen kurkkusalaatti • Ravisteltu parsakaali • Bruschetta • Katkarapu ceasarsalaatti • Täytettyjä paprikoita • Tabbouleh-salaatti • Marinoitu punasipuli • Hedelmät ja marjat salaattissa • Kurpitsakeitto • Gazpacho 	<ul style="list-style-type: none"> • Minibruschetta kauden mauilla • Avokado graavilohella ja vuohenjuustolla • Sliderit eli miniburgerit • Nahm Jim sydänsalaatti • Minitortillat • Vihersimpukat • Ruisleipä humuksella • Suolainen minimuffini salamilla, fetalla ja parsakaalilla • Rapucocktail shottilasista • Fuelfood • Focaccia • Ruisnapit • Kylmäsavulohi • Gazpacho • Paahtopaisti

Taulukko 6: Alkuruokien, salaattien ja cocktail -palojen ideoinnin tulokset workshopissa

Pääruoat:	Jälkiruoat:
<ul style="list-style-type: none"> • Karkkipossu • Broilerfileet uunissa ranskankerman, sitruunan, kesäkurpitsan ja tomaatin kanssa • Pizzaa ruispohjalla kauden täytteillä • Fuusionachot kanan tai lihan kanssa aasialaisella kastikkeella • Pulled pork • Potkaa sweet and sour kastikkeella • Täytetyt kesäkurpitsat • Corn flakes kana • Porksandwich • Risotto • Kantarellimuhennos • Intialainen butter kana tai lammas • Ankka • Sienipasta • Chili con carne • Uunilohi smetanalla ja ranskankermalla • Uunilohi • Luomu ja lähiruoka hampurilais - buffet • Ruokaisa risotto • Sushi • BBQ liha tai kana 	<ul style="list-style-type: none"> • Hedelmävarras suklaakastikkeella tai suklaakakku paloilla • Raakasuklaa, gojimarjoja ja cashew-pähkinöitä • Panna cotta kauden marjoilla • Pavlova kauden marjoilla • Hedelmäsalaatti vaniljavaahdolla • Omena munkit • Suklaafondant • Eeva Kolun suklaakakku • Cake -pops • Par au chocolate • Uunijäätelö • Friteerattubanaani chilisuklaalla ja vaahtokarkeilla • Lakkasorbet • Juustokakku • Juustovalikoima • Chilisuklaajäätelö • Ranskalainen tuulihattu

Taulukko 7: Pääruokien ja jälkiruokien ideoinnin tulokset workshopissa

Pääruokien kylmät lisukkeet:	Muut lisukkeet:
<ul style="list-style-type: none"> • Quacamole • Bataatti ranskalaiset • Parsakaalia sesaminsiemellä • Perunasipsit dipillä ja juustolla • Halloum -mansikkasalaatti • Juusto potatocrisps • Nuudelikasviswokki • Tabbouleh • Perunamunakas • Kylmä pastasalaatti • Itse tehty tomaattisalsa • Punapesto -feta risotto • Uunitomaattia oreganolla • Cocktail piirakka lohitäytteellä 	<ul style="list-style-type: none"> • Tzatziki • Pitaleipä buffet • Vuohenjuustovaahdo • Paahdetut kikherneet • Hummus • Focaccia • Tapenade • Kantarellit • Pesto -boston sämpylät • Suolainen muffinssi • Paistettu feta • Pekoniperunat • Kylmä pastasalaatti • Ristikkoperunat • Pinjansiemenet • Kasvispiirakka

Taulukko 8: Pääruokien kylmien lisukkeiden ja muiden lisukkeiden ideoinnin tulokset workshopissa



Kuva 5: Ideointia workshopissa



Kuva 6: Ideakävelyn ja hiljaisen aivoriihen tuotoksia

Kolmannessa vaiheessa käytettiin tutkimusmenetelmänä keskustelevaa aivoriihettä. Tarkoituksena oli keskustella vaiheessa kaksi kirjatuista ruoista ja valita jokaisesta kategoriasta viisi itseään eniten miellyttävää ruokaa. Kuvassa 6 toteutetaan aivoriihettä. Ennen numerointia kaikki kategoriat käytiin läpi yksitellen ja jokainen sai kertoa valitsemistaan ruoista ja niiden raaka-aineista sekä koostumuksesta muille tutkimushenkilöille. Numeroinnin jälkeen kategorioista

valittiin viisi suosituinta ruokaa jatkoideointia varten. Taulukoissa 6, 7 ja 8 on merkitty punaisella kaikkien kategorioiden viisi suosituinta ruokaa. Huomattavissa oli, että muutamat ruoat esiintyivät useassa kategoriassa ja ne kaikki oli valittu ryhmän suosituimpien joukkoon.

Vaiheessa neljä kategorioiden viisi eniten ääniä saanutta ruokaa vietiin jatkoideointiin. Jatkoideoinnin tulokset on kirjattu taulukoihin 9, 10, 11, 12, 13 ja 14. Tarkoituksena oli miettiä bodystormingia hyväksikäyttäen, mitkä raaka-aineet tai ruoat sopisivat yhteen kyseisen ruoan kanssa. Monet raaka-aineet esiintyivät useiden eri ruokien yhteydessä. Salaattien ja alkuruokien suosituimpia lisukkeita olivat aasialainen ruoka, bataattiranskalaiset sekä erilaiset majoneesit. Taulukossa 9 on esillä kaikki salaattien ja alkuruokien lisuke-ehdotukset.

Salaatit ja alkuruoat:	Lisuke-ehdotukset:
Täytetyt avokadot (poro tai katkarapu)	<ul style="list-style-type: none"> • Vihersalaatti • Kermaviilikastike • Kylmä nuudelisalaatti • Valkoviini • Rapsakka leipä • Uudet perunat paahdettuna • Ruistikut • Valkosipuli, paprika, kurkku majoneesit • Aasialainen kurkkusalaatti
Nahm Jim sydänsalaatti	<ul style="list-style-type: none"> • Bataattiranskalaiset • Hampurilaisbuffet • Pitabuffet • Aasialainen kurkkusalaatti
Sweet thai kanasalaatti	<ul style="list-style-type: none"> • Kylmänuudelisalaatti • Yrttisalaatti
Thai kanakeitto	<ul style="list-style-type: none"> • Pitaleipätikut • Seesaminsiemeneipätikut
Avokado -kurkkukeitto (kylmä shotti)	<ul style="list-style-type: none"> • Tulista maustetta • Tuore inkivääri • Kurpitsansiemen paahdettu • Ruistikut

Taulukko 9: Salaatti ja alkuruokien lisuke-ehdotukset

Toisena kategoriana olivat cocktail -palat, johon tutkimushenkilöt löysivät paljon yhteensopivia raaka-aineita. Cocktail -palojen kanssa tarjoiltavista lisukkeista suosituimpia olivat avokado sekä aasialainen kurkkusalaatti. Taulukossa 10 on koottu kaikki cocktail -kategorian ruokien lisuke-ehdotukset.

Cocktail -palat	Lisuke-ehdotukset:
Minibruschetta kauden maulla	<ul style="list-style-type: none"> • Avokado • Pinaatti • Vuohenjuusto • Poro • Savujuusto • Rucola • Halloumi • Mansikka • Vadelmavinegretti • Paahdettu kurpitsa • Kurpitsan siemenet
Avokado graavilohella ja vuohenjuustolla	<ul style="list-style-type: none"> • Valkoviini • Rapea leipä • Uudet perunat paahdettuna • Ruistikut • Valkosipuli, paprika, kurkkumajoneesit • Aasialainen kurkkusalaatti
Sliderit eli miniburgerit	<ul style="list-style-type: none"> • Bataattiranskalaiset • Cheddar juusto • Avokado • Suolakurkku • Tofu • Munakoiso
Nahm Jim sydänsalaatti	<ul style="list-style-type: none"> • Bataattiranskalaiset • Hampurilaisbuffet • Pitabuffet • Aasialainen kurkkusalaatti
Minitortillat	<ul style="list-style-type: none"> • Quacamole • Juustoraaste • Jalopenot • Cheddar -juusto • Vihersalaatti • Pulled liha

Taulukko 10: Cocktail -palojen lisuke-ehdotukset

Pääruokavaihtoehdot koostuivat niin kana-, kala- ja lihatuotteista. Suosituimpia lisukkeita pääruoille olivat riisi- ja perunavalmisteet. Workshop tuotti myös erilaisia ehdotuksia tuotteiden tarjoiluun. Suositujia tarjoiluehdotuksia olivat erilaiset buffetvaihtoehdot, kuten pita- ja hampurilaisbuffetit. Taulukkoon 11 on kerätty workshopin neljännessä vaiheessa ideoidut pääruokien lisukkeet.

Pääruoat:	Lisuke-ehdotukset:
Karkkipossu	<ul style="list-style-type: none"> • Riisi • Friteerattu sipuli ja valkosipuli • Sandwich • Pitabuffet • Hampurilaisbuffet • Paistettu riisi ja kasvikset
Broilerifileet uunissa ranskankerman, sitruunan, kesäkurpitsan ja tomaatin kanssa	<ul style="list-style-type: none"> • Paahdettu peruna tai bataatti • Riisi • Punajuuririsotto • Qinoa
Pizzaa ruispohjalla ja kauden täytteillä	<ul style="list-style-type: none"> • Avokado • Pinaatti • Vuohenjuusto • Poro • Savujuusto • Rucola • Kantarelli • Creme fresh
Fuusionachot kanan tai lihan kanssa aasialaisella kastikkeella	<ul style="list-style-type: none"> • Mangoquacamole • Nahm Jim kastike • Korianteri • Tuorechili -lime salsa
Pulled pork	<ul style="list-style-type: none"> • Vihersalaatti • Pitabuffet • Hampurilaisbuffet

Taulukko 11: Pääruokien lisuke-ehdotukset

Jälkiruokien lisukkeiden ideointi oli tutkimushenkilöille helpointa ja sen tuotoksissa toistuivat samat raaka-aineet. Jälkiruoissa suosituimpia lisukkeita olivat vanilja- ja suklaakastikkeet, hedelmät sekä marjat. Kaikki jälkiruokakategorian lisuke-ehdotukset löytyvät yhteenvetona taulukosta 12.

Jälkiruoat:	Lisuke-ehdotukset:
Hedelmävarras suklaakastikkeella tai suklaakakku paloilla	<ul style="list-style-type: none"> • Vaniljakastike • Kermavaahto • Valkosuklaa • Vaahtokarkit • Blondiepalat • Minimunkit • Minituulihatut
Raakasuklaa, gojimarjoja ja cashewpäkinöitä	<ul style="list-style-type: none"> • Vaniljavaahto • Jogurttivaahto • Tyrnikastike • Kermavaahto
Pannacotta kauden marjoilla	<ul style="list-style-type: none"> • Mustikka • Lakka • Vadelmamelba • Chili • Sitruunamelissa
Pavlova kauden marjoilla	<ul style="list-style-type: none"> • Marenkiin mausteita kuten kaakaojauhe • Lakka • Karpalo • Kinuski • Jogurttivaahto • Granaattiomena • Kirsikka • Mango
Hedelmäsalaatti vaniljavaahdolla	<ul style="list-style-type: none"> • Sulatettu suklaa • Sitruunamelissa

Taulukko 12: Jälkiruokien lisuke-ehdotukset

Pääruokien lisukkeita ideoidessa tutkimushenkilöt kokivat hyvien ideoiden tulleen esiin jo aikaisemmin workshopissa. Pääruokien lisukkeista suurin osa oli kastikkeita tai dippejä. Yhteenveto pääruoka kategoriaan ideoiduista lisukevaihtoehdoista löytyy taulukosta 13.

Pääruokien kylmät lisukkeet:	Lisuke-ehdotukset:
Quacamole	<ul style="list-style-type: none"> • Bataattiranskalaiset
Bataattiranskalaiset	<ul style="list-style-type: none"> • Dippi • Vuohenjuustovaaho • Wasabimajoneesi
Parsakaalia sesaminsiemellä	<ul style="list-style-type: none"> • Hollandaise kastike • Merisuola
Perunasipsit dipillä ja juustolla	<ul style="list-style-type: none"> • Wasabimajoneesi • Nachomauste • Tuore chilidippi
Halloum-mansikkasalaatti	<ul style="list-style-type: none"> • Balsamico

Taulukko 13: Pääruokien kylmien lisukkeiden täydennys ehdotukset

Workshopissa tuotetut lisukeideat jaettiin viiteen kategoriaan. Lisukekategorioissakin on löydettävissä paljon samoja tuotteita kuten bataatti ja erilaiset leivät. Lisukekategoriasa oli havaittavissa sama ongelma kuin pääruokien lisukkeiden ideoinnin kanssa, eli hyväksi havaitut raaka-aineet oli ideoitu jo aikaisemmassa vaiheessa. Lisukkeet on kirjattu alla taulukkoon 14.

Muut lisukkeet:	Lisuke-ehdotukset:
Tsatsiki	<ul style="list-style-type: none"> • Kreikkalainen leipä • Leipätikut • Pitaleipä
Pitaleipä buffet	<ul style="list-style-type: none"> • Lisukkeeksi sopivat kaikki kasvikset ja liha-, kala- ja kanatuotteet
Vuohenjuustovaaho	<ul style="list-style-type: none"> • Keitto • Leipätikut • Bataattiranskalaiset • Salaatin päälle • Bruschetta • Pinaatti • Pinjansiemenet
Paahdetut kikherneet	<ul style="list-style-type: none"> • Tabbouleh • Hummus • Tsatsiki • Tapenade • Quacamole
Hummus	<ul style="list-style-type: none"> • Leipätikut • Mausteinen leipä • Pitaleipä

Taulukko 14: Lisukkeiden täydennysehdotuksia

Workshop toi paljon uusia ruoka ja raaka-aine ideoita sekä auttoi löytämään selkeät suosikki-maut ja tyyliuuntauksset. Workshop loi menu suunnittelulle selkeän pohjan ja ääri viivat. Ideoinnin avulla saatiin selkeä näkemys siitä, minkä tyyppisestä menusta asiakkaat voisivat pitää. Workshop voidaan todeta onnistuneeksi, koska se tuotti opinnäytetyötä varten paljon haluttua materiaalia.

5.3.3 Ideoiden konkretisoiminen prototyyppiinnin avulla

Opinnäytetyön kehittä -vaiheessa toteutettiin suunniteltavan menukonseptin koemallintaminen eli prototyyppiointi, jotta sen toteuttavuutta pystyttäisiin arvioimaan paremmin. Menetelmä valittiin, koska sen avulla haluttiin konkretisoida tuotettu idea. Näin tuotettu malliversio pystytään esittelemään toimeksiantajalle ja hänen kommenttinsa avulla sitä voidaan vielä parantamaan ennen lopullista lopputuotosta.

Tuulaniemi (2011, 198) toteaa, että palvelumuotoilussa prototyyppiointi tarkoittaa mallin valmistamista suunnittelun ja kehittämisen työkaluksi. Prototyyppi voidaan nähdä tuotteen tai palvelun ensimmäisenä versiona, jonka pohjalta palvelua tai tuotetta kehittämään. Tavoitteena onkin lisätä ymmärrystä ja tietoisuutta. Prototyyppiointi on oleellinen osa palvelumuotoi-

lua ja sitä pystytäänkin haluttaessa käyttämään palvelumuotoilun kaikissa vaiheissa. (Tuulaniemi 2011, 194 - 195.) Vaikka prototypointia pystytäänkin hyödyntämään kaikissa eri palvelumuotoilun vaiheissa, päätettiin opinnäytetyössä käyttää menetelmää vasta kehittä - vaiheessa. Päätös käyttää menetelmää vasta kehittä -vaiheessa johtui siitä, että ennen kehittä -vaihetta ei ollut tarvetta prototyypille.

Prototypioidessa palvelua, pyritään palvelun tuottama kokemus jäljittelemään mahdollisimman hyvin. Kokemusta voidaan yrittää jäljitellä roolipelien tapaisten keskusteluiden avulla, blueprintteinä tai asiakkaan palvelupolkuina. Prototypointia hyödynnetään palveluiden kehittämisessä, koska sen avulla pystytään hankkimaan tietoa asiakkaan kokemuksista, joita ei muuten pystyttäisi selvittämään. (Stickdorn & Schneider 2010, 192 - 193.) Tästä johtuen prototypointi valittiin myös opinnäytetyössä käytettäväksi menetelmäksi. Prototypioinnin antama mahdollisuus testata tuotetta sekä palvelua, palvelee myös opinnäytetyössä luotavaa menukonseptia, jossa yhdistyvät palvelu ja tuote.

Prototypioinnin tarkoituksena on ideoiden konkretisointi. Prototypointi voidaan nähdä tuotteen tai palvelun testauksena. Prototypointia voidaan käyttää nopeana keinona selvittää, onko tuote tai palvelu toimiva. Prototypioinnin avulla pystytään havaitsemaan mahdolliset virheet ja ongelmat ajoissa, jotta ne voidaan poistaa ennen varsinaista toteutusta. Menetelmä onkin edullinen ja nopea tapa minimoida mahdollisia riskejä. (Miettinen 2011, 133.)

Prototypioinnin tuottama prototyyppi ei ole pelkästään tuotteen esitys, vaan se sisältää esityksen tuotteesta sekä ihmisten välisestä vuorovaikutuksesta. Prototypointitapoja on useita, jonka takia se tuleekin valita testattavan tuotteen tai palvelun mukaan. Prototypioinnin eri menetelmiä ovat kokemuksen mallintaminen, tarinallistaminen, skenaariot, käsikirjoitus sekä blueprint. (Miettinen 2011, 133.)

5.3.4 Prototypioinnin toteutus

Prototypointia hyödyntämällä opinnäytetyötä varten tehtiin ensimmäinen prototyyppi tulevasta menukonseptista. Menun prototyypin teko voidaan jakaa neljään eri vaiheeseen, jonka lopputuloksena syntyi reseptiikka sekä ensimmäinen version Laurea Eventsin menusta. Ensimmäinen vaihe käsitteli tiedon analysointia, toinen tuotteiden valikoimista, kolmas raaka - aineiden selvitystä ja neljäs tietojen syöttämistä JAMIX RUOKA -ohjelmaan (JAMIX 14) sekä raaka-aineiden hintojen selvittämistä.

Prototypioinnin ensimmäinen vaihe aloitettiin tiedon analysoinnilla. Tieto prototyypistä varten oli saatu opinnäytetyön menetelminä käytetyistä net scoutingista sekä workshopista. Opinnäytetyön alussa suoritetun net scoutingin avulla oli selvitetty erilaisten catering -yritysten ruo-

katuote valikoimaa ja hinnoittelua. Kyseistä tietoa käytettiin ideoinnin pohjana menun suunnittelussa Laurea Eventsille. Net scoutingin lisäksi tietoa menuta varten oli kerätty toteuttamalla ideointiworkshop. Workshopin tulokset löytyvät opinnäytetyöstä taulukoista 6, 7 ja 8 kun taas net scoutingin tulokset pystyy näkemään taulukosta 1. Workshop sekä net scouting vaikuttivat menukonseptiin antamalla ideoita sekä asiakaslähtöisen lähestymistavan. Asiakaslähtöisyyteen vaikuttivat myös ymmärrä -vaiheessa luodut asiakasprofiilit sekä palvelupolut. Net scoutingin ja workshopin parhaat ideat koottiin yhteen, jotta saataisiin selkeä lähtötilanne menun luomiselle. Taulukoihin 15,16 ja 17 on kirjattu workshopissa sekä net scoutingissa syntyneet ideat menun ensimmäistä prototyyppiä varten. Ideat on jaoteltu alkuruokiin, pikkupurtaviin, pääruokiin, jälkiruokiin sekä salaattibuffettiin.

Salaatit	Pikkupurtavat
<ul style="list-style-type: none"> • Mansikka -aurajuustosalaatti • Feta -oliivi -aurinkokuivattutomaatti -pastasalaatti • Ceasarsalaatti • Currybroilerisalaatti • Mozzarella-tomaatti-basilika • Coleslaw inkiväärillä ja limellä • Panzanellasalaatti • Aasialainen kurkkusalaatti • Tabbouleh • Cajun- paahtopaistisalaatti • Leipäjuustosalaatti • Tortellinisalaatti • Välimerensalaatti • Savuhauenmätitoast 	<ul style="list-style-type: none"> • Graavilohirulla puolukka/ pesto täytteellä • Bruschetta tapenade/ vuohenjuusto/pesto/brie -juusto/aurinkokuivattutomaatti täytteellä/aurajuusto -pinaatti • Pesto marinoidut mozzarellat • Pororieskarulla • Ruisnapit poro/lohi/sieni täytteellä • Minitortillat • Lohipastrami • Metsäsienipiiras • Falafel -hummus -pintxos • Muikut • Katkarapuskagen • Protartar ja päärynä • Foccacia ja hummus

Taulukko 15: Prototyypin vaiheessa yksi luodut salaatit ja pikkupurtavat

Pääruoat	Jälkiruoat
<ul style="list-style-type: none"> • Teryakilohi tai -kana • Bulled pork • Gremolatakana • Thai -kasvispyörökät • BBQ - vartaat • Lammasta ja tsatsikikastike • Tofuvartaat • Loimulohi • Cajun paahtopaisti • Toastit • Mangokana 	<ul style="list-style-type: none"> • Juustokakku • Mousse • Suklaa fondant • Pavlova • Tartaletit • Mustikkapiirakka • Macaronit • Tuulihatut • Valkosuklaa -daimmousse • Cake -pops

Taulukko 16: Vaiheessa yksi luodut pääruoat ja jälkiruoat

Salaattibuffet
<ul style="list-style-type: none"> • Korianterikatkaravut • Ilmakuivattukinkku • Krutonki • Feta • Aurinkokuivattutomaatti • Thaikana • Punasipuli • Pinjansiemenet • Jokiravut • Simpukat • Leipäjuusto

Taulukko 17: Vaiheessa yksi suunniteltu salaattibuffet

Toisessa vaiheessa suoritettiin tuotteiden valinta ensimmäistä prototyyppiä varten. Ensimmäisessä vaiheessa kirjatut ideat käytiin läpi, jonka jälkeen niistä valittiin parhaimmat. Valikointiin vaikuttavia tekijöitä olivat tuotteen toteutus, hinta, ruokatrendit sekä raaka-aineiden saatavuus. Valintaan vaikutti myös se, että menuun voitiin ottaa mukaan vain osa tuotteista. Ruokatuotteiden valinta oli pitkä prosessi ja siihen vaikuttivat monet asiat, viimeisenä valintaprosessissa katsottiin kokonaisuutta. Menun tulee kokonaisuutena olla tasapainoinen, mutta monipuolinen samanaikaisesti. Seuraavissa taulukoissa 18 ja 19 on kirjattu ensimmäiseen pro-

totyyppiin valikoidut tuotteet. Tuotteet on kirjattu taulukoihin ensimmäisen vaiheen mukaisesti kategorioittain. Pikkupurtavat -kategorian nimi muutettiin alkuruoiksi ja cocktail -paloiksi, koska nimi koettiin ammattimaisemmaksi.

Salaatit:	Alkuruoat ja cocktail -palat:
<ul style="list-style-type: none"> Gnocchi summer salad Ceasarsalaatti natural Ceasarsalaatti kana Ceasarsalaatti katkarapu Ceasarsalaatti pekoni Inkivääri -lime coleslaw Mansikka -aurajuustosalaatti Panzanellasalaatti Pähkinäinen leipäjuustosalaatti Tabbouleh Tomaatti -mozzarella -basilika Välimerensalaatti 	<ul style="list-style-type: none"> Aurajuusto -pinaatti bruschettat Jokirapuskagen Lohipuolukkatartar Lohirieskarulla Porotartar ja päärynä Metsäsieninappi Savuhauenmätitoast Tapenade bruschetta Tomattisalsa bruschetta Vuohenjuusto pesto bruschetta Metsäsienipiiras Focaccialeipä ja hummus

Taulukko 18: Ensimmäisen prototyypin salaatit, alkuruoat ja cocktail -palat

Pääruoat:	Jälkiruoat
<ul style="list-style-type: none"> Gremolatakana Kanaa mangosalsalla Loimulohi Paahtopaisti Teriyakilohi Karitsan entrecotee tsatsikilla 	<ul style="list-style-type: none"> Cake -pops Juustokakku Suklaafondant kauden marjoilla Sitruunamarenkitartalet Suklaatryffelikakku Vaniljatuulihattu Valkosuklaa -daimmousse Värikäs macaroni lajitelma

Taulukko 19: Ensimmäisen prototyypin pääruoat ja jälkiruoat

Vaiheessa kolme tarkoituksena oli selvittää, mitä valitut ruoat sisältävät. Tiedot ruokatuotteiden sisällöstä hankittiin käyttämällä net scouting menetelmää. Ruokien sisältämät raaka-aineet tuli selvittää, jotta vaiheessa neljä pystyttäisiin luomaan reseptit JAMIX RUOKA -ohjelmistoa (JAMIX 14) hyväksi käyttämällä. Net scoutingia hyödyntämällä pystyttiin selvittä-

mään erilaisia reseptejä, joiden pohjalta opinnäytetyön reseptit valittiin. Menetelmällä hyödyntämällä saatiin selville, mitä ruoka-aineita ja kuinka paljon niitä tarvitaan.

Yhdestä ruokatuotteesta on olemassa monia eri versioita, joten oli tärkeää miettiä mitkä raaka-aineet sopivat toisiinsa ja onko raaka-aineita saatavilla. Tärkeää oli myös selvittää jokaisen raaka-aineen tarkka grammamäärä, koska tietoa tarvittiin reseptiikan tekemiseen vaiheessa neljä. Monet ohjeet eivät kuitenkaan kertoneet tietojaan painon mukaan, vaan esimerkiksi desilitroina. Oikean painon selvittäminen toi lisähaastetta menun prototyypin suunnitteluun.

Neljännessä vaiheessa menun prototyyppiä varten tehtiin reseptit käyttämällä JAMIX RUOKA-ohjelmaa (JAMIX 14). JAMIX on ammattikeittiöiden käyttöön suunniteltu ohjelma, jolla voidaan luoda reseptejä, annoskortteja sekä ruokalistoja (JAMIX 2014.) JAMIX RUOKA - ohjelman (JAMIX 14) käyttö aloitettiin saamalla perehdytys sen käytöstä BarLaurean henkilökunnalta. JAMIX RUOKA - ohjelmasta (JAMIX 14) löytyy valmis BarLaurean henkilökunnan luoma lista ruoka-aineista, joista ruokaohje pystytään tekemään. BarLaurea käyttää JAMIX RUOKA - ohjelmaa (JAMIX 14) päivittäisissä toimissaan, koska sen avulla saadaan selkeät reseptit ja valmistusohjeet ruokien valmistamiseen.

Menukonseptin ruokaohjeiden tekeminen aloitettiin valitsemalla ohjelmasta ”Uusi ruokaohje”. Tämän jälkeen ruokaohje pystytään itse nimeämään. Nimeämisen jälkeen ruokaohje luodaan valitsemalla raaka-aineet raaka-ainelistasta. Valinnan jälkeen tulee ruokaohjeen tekijän syöttää halutut raaka-ainepainot. Ruokaohjeita tehdessä tulee tietää tarkat kilo määrät kaikista raaka-aineista, jotta reseptiikasta voidaan tehdä yksityiskohtainen. JAMIX RUOKA - ohjelmassa (JAMIX 14) ei kuitenkaan kaikkia raaka-aineita ollut valmiina, joten tuli kerätä lista puuttuvista raaka-aineista ja kehottaa niiden lisäämistä ohjelmaan. Ohjelmaa hyödyntämällä resepti pystytään haluttaessa luomaan useammalle henkilölle. Opinnäytetyön prototyyppiä varten kaikki reseptit tehtiin kymmenelle henkilölle ja reseptejä luotiin yhteensä 38. Reseptit tehtiin tuotteille, jotka oli valittu vaiheessa kaksi.

Olenaisena osana prototyypin tekoa oli tietää raaka-aineista muodostuvat kustannukset. JAMIX RUOKA -ohjelmaan (JAMIX 14) oli valmiiksi asetettu joillekin tuotteille hinnat, mutta kaikkia hintoja ja raaka-aineita listasta ei löytynyt. JAMIX RUOKA -ohjelmaan (JAMIX 14) valmiiksi syötettyjen raaka-aineiden hinnat olivat osittain väärä, joten niidenkin hintoja tuli selvittää muualta. Opinnäytetyöntekijät saivat BarLaurean keittiömestarilta tunnukset Heinon tukun verkkokauppaan, josta pystyttiin selvittämään raaka-aineiden hintoja. Haastavaa hintojen selvittämisessä oli se, että tukussa myytävät pakkaukset ovat kooltaan suuria ja niistä tuli selvittää pienien määrien hintoja. Heinon tukun valikoimista löytyy tuhansia tuotteita, joten oikeiden tuotteiden löytäminen oli hidasta. Ensimmäiseen prototyyppiin selvitettiin kaikkien

raaka-aineiden hinnat tarkasti ja sen pohjalta laskettiin arvioitu myyntihinta. Myyntihinta laskettiin ilman arvolisäveroa ja tavoitteena oli saavuttaa mahdollisimman korkea katetuotto-prosentti. Myyntihintoihin vaikuttivat katetuotto-prosentin lisäksi net scoutingissa selvitetty kilpailijoiden hinnat.

Prototyypointiprossessi tuotti opinnäytetyössä tarvittavan ensimmäisen prototyypin menusta. Menuun pystyttiin heti saamaan lähtöhinnat sekä ruokaohjeet hyödyntämällä JAMIX RUOKA -ohjelmaa (JAMIX 14). Luotua ensimmäistä prototyyppiä pystytään helposti testaamaan ja kehittämään, ennen lopullisen menun tekemistä.

5.3.5 Prototyypin SWOT -analyysi

Opinnäytetyössä luotiin prototyypointia hyödyntämällä menun prototyyppi. Menuprototyyppiä haluttiin kehittää ja arvioida vielä ennen lopullista tuotosta. Menetelmäksi valittiin SWOT -analyysi, jonka avulla pystytään selvittämään ensimmäisen menuprototyypin vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat.

SWOT -analyysi koostuu neljästä eri osa-alueesta, jotka perustuvat englanninkielisiin sanoihin, jotka ovat strenghts (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), oppertunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat). SWOT -analyysi on monikäyttöinen työkalu liiketoiminnan suunnittelun avuksi. SWOT -analyysin avulla pystytään tekemään tilanearvio suunnitelmien ja päätöksenteon tueksi. Analyysillä pyritään selvittämään niin sisäisiä kuin ulkoisiakin tekijöitä. (Viitala & Jylhä 2006, 59.) Vuorisen (2013, 88) mukaan osa-alueista vahvuudet ja uhat kertovat sisäisistä asioista, kun taas heikkoudet ja mahdollisuudet keskittyvät liiketoimintaympäristöön liittyviin teemoihin. Sisäiset asiat käsittelevät enemmän nykyhetkeen sidonnaisia asioita ja ulkoiset asiat puolestaan tulevaisuuden tuomia haasteita. (Vuorinen 2013, 88.)

SWOT -analyysi on yksi maailman laajimmin käytetyistä menetelmistä. Analyysin suosio perustuu sen toteuttamisen helppouteen sekä monipuolisiin käyttömahdollisuuksiin. Suosiota lisää myös se, että analyysi tiivistää käsiteltävän asian nykytilanteen sekä antaa kuvan tulevaisuuden näkymistä. SWOT -analyysin tekemisen helppous voidaan nähdä myös menetelmän varjopuolena, koska huonosti tehty SWOT -analyysi antaa vääristyneen kuvan nykytilanteesta sekä tulevaisuudesta. (Kamensky 2008, 203 - 204.) Viitala ja Jylhä (2006, 60) toteavatkin, että SWOT -analyysin hyöty riippuu siitä kuinka hyvin analyysi tehdään.

SWOT -analyysissa vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat kirjataan nelikentän lokeroihin. Nelikenttä täytetään käsitellen kaikki neljä eri osa-aluetta. SWOT -analyysin lopputulokseksi saadaan toimenpidemääritys, joka korostaa hyviä puolia sekä auttaa muuttamaan

uhat omilla toimilla mahdollisuuksiksi. Käyttämällä SWOT -analyysiä pystytään hyviä puolia korostamaan sekä uhat minimoimaan. (Viitala & Jylhä 2006, 60.)

Laurea Eventsin menun prototyypistä tehtiin SWOT -analyysi, jonka avulla mietittiin menun prototyypin vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. SWOT -analyysin tavoitteena oli saada konkretisoitua mahdolliset kehityskohteet ja uhat. Kuviossa 11 on menun prototyypin toimenpidemäärittely.

<p>Vahvuudet (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asiakkaille valmiit vaihtoehdot ja hinnat • Laurea Eventsille selkeä hintarakenne • Valmiit reseptit • Reseptiikka helpottaa tuotantoa • Tilausten ja tarjousten tekeminen helpottuu • Mahdollisuus hinnoitella tapahtumia etukäteen 	<p>Heikkoudet (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Määrätyt tuotteet vähentävät luovuuden mahdollisuutta • Samat asiakkaat ja samat tuotteet • Menu ei ole ammattilaisten suunnittelema
<p>Mahdollisuudet (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mahdollisuus tilata tuotteet etukäteen • Markkinoinnin helpottuminen • Luo pohjan konseptin kehitykselle 	<p>Uhat: (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sisäiset asiakkaat kyllästyvät • Menun tuotteet eivät miellytä asiakkaita • Valinnan vaikeus • Hävikki lisääntyy

Kuvio 11: Ensimmäisen prototyypin SWOT -analyysi

Luotu SWOT -analyysi käsittää kaikki neljä kategoriaa: vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat. Osa-alueita mietittäessä otettiin huomioon menukonseptin vaikutukset niin Laurea Eventsiin, BarLaureaan kuin asiakkaisiin. Kaikki kolme näkökulmaa otettiin huomioon, koska menukonsepti vaikuttaa niihin kaikkiin.

Opinnäytetyössä luodun menuprototyypin vahvuudet asiakkaan kannalta ovat, menukonseptin antamat selkeät vaihtoehdot ja hinnat asiakkaalle. Menukonseptin hinnoittelun ansiosta myös Laurea Events saa tietoonsa selkeän hintarakenteen. Selkeän hinnoittelun ansiosta, Laurea Events pystyy jatkossa hinnoittelemaan tapahtumiaan entistä helpommin. Tämän johdosta tilausten ja tarjousten tekeminen muuttuu helpommaksi. BarLaurean kannalta menukonseptin

vahvuus on valmis reseptiikka, jonka avulla BarLaurean tuotanto helpottuu. Opiskelijoiden on helpompaa toteuttaa ruokatuotteita selvien ohjeiden perusteella.

Vaikka menukonseptin tarkoituksena on helpottaa Laurea Eventsin ja BarLaurean toimintaa, myös heikkouksia löytyy. Menukonseptin myötä asiakkaille on tarjota valmis menu, jota myös BarLaurea tulee toteuttaa. Menun ideointityövaihe jää kokonaan pois BarLaurealta. Tämä voidaan laskea heikkoudeksi, koska luovatyö jää pois. Laurea Eventsin asiakaskunta muodostuu pitkälti sisäisistä asiakkaista, jonka takia heikkoudeksi voi muodostua se, että menun tuotteet eivät vaihtelee tarpeeksi nopeasti. Heikkouksia kirjattiin myös se, että menun on suunnitelleet restonomiopiskelijat, eivätkä ravintola-alan ammattilaiset.

Vahvuuksissa ja heikkouksissa keskityttiin itse menukonseptiin, kun taas mahdollisuuksissa ja uhissa käydään läpi ulkoisesti vaikuttavia asioita. Menukonsepti antaa BarLaurealle mahdollisuuden tilata tarvittavia ruokatuotteita jo etukäteen. Näin pystytään varastoimaan menun perusraaka-aineita, jolloin tilauksia pystytään toteuttamaan nopeammin. Laurea Eventsin mahdollisuuksiin puolestaan kuuluu markkinoinnin helpottuminen. Laurea Eventsilla on tilaisuus laittaa valmis menu internetsivustoilleen ja hankkia näin uusia asiakkaita. Mahdollisuuksiin kuuluu myös menukonseptin kehittäminen.

Kuten heikkoudet -kohdassa todettiin, suurin osa Laurea Eventsin asiakkaista on sisäisiä. Tämän vuoksi uhkana voidaan nähdä se, että usein Laurea Eventsin palveluita käyttävä asiakas kyllästyy menun tuotteisiin. Usein palveluja käyttänyt asiakas on voinut tottua siihen, että hänelle tehdään tarjous menusta, joka on aine ollut erilainen. Menukonseptin myötä asiakkaan tulee itse valita tuotteet menusta, tilanteessa saattaa syntyä asiakkaalle valinnan vaikeus. Valmiin menukonseptin uhka saattaa olla myös se, että tuotteet eivät miellytä asiakasta, jonka vuoksi hän ei osta palveluita Laurea Eventsiltä.

SWOT -analyysin avulla saatiin tietoa niistä osa-alueista, joita tulee kehittää ja huomioida. Analyysin avulla pystytään kehittämään menukonseptia asiakaslähtöisemmäksi ja käyttökelpoisemmäksi. SWOT -analyysi loi pohjan tulevalle tuotekehitykselle.

5.3.6 Tuotetestaus jatkokehittämistä varten

Tuotteet ja palvelut eivät ole koskaan valmiita vaan niitä pitää jatkuvasti kehittää ja viedä eteenpäin. Jotta kehityksessä päästään eteenpäin tarvitaan kuluttajien mielipiteitä tuotteesta tai palvelusta. (Tuulaniemi 2011, 230.) Hyysalo (2009, 94) toteaa, että on ajan ja resurssien tuhlaamista olla selvittämättä mitä mieltä asiakas on tuotteesta tai palvelusta. Tärkeää on selvittää asiakkaan mielipide ja tuotteen käytettävyyden asiakkaiden keskuudessa. (Hyysalo 2009, 94 - 95.)

Palvelukonseptin testauksessa pystytään mittaamaan monia eri asioita, kuten palvelun tai tuotteen luotettavuutta, ymmärrettävyyttä tai käytettävyyttä. Konseptitestauksessa tärkeänä mittarina toimii tuotteen tai palvelun ostohinta. Hinta kannattaa huomioida jo testivaiheessa, koska se on oleellinen osa konseptia. Hinta on yksi testaus vaiheen osa-alueista, mutta yksin se ei usein kuitenkaan riitä testauksen tulokseksi. (Tolvanen 2012, 157.)

Konseptitestauksen tulee olla yksinkertainen, jos se on liian monimutkainen ja monia asioita käsittelevä, voi päätarkoitus testauksessa hävitä. Testauksessa konseptin visuaalinen ilmentäminen on tärkeä osa ja sen avulla saadaan selkeytettyä palvelukonseptin kokonaiskuvaa. Nykypäivänä monien testimenetelmien tarkoituksena on luoda kuvaa tulevasta ja testauksessa keskitytäänkin kysymyksiin, miten uskot tulevaisuudessa tuotteen auttavan tai miten uskot tuotteen pärjäävän markkinoilla. (Tolvanen 2012, 157 - 158.)

Testauksen avulla pyritään yleisesti selvittämään tuotteen käytettävyyttä. Tolvanen (2012, 159) toteaa kirjassaan, että sanonta ” fail fast, fail cheap” on hyvä periaate suorittaa tuotetestausta. Isot näytekoot ja täydelliset tuotteet tekevät testauksesta kalliin vaiheen prosessissa yritykselle. Suositeltavaa onkin, että tuotetestausta tehdään pienillä näytekooilla tuotteen ollessa vielä keskeneräinen. Useamman testikierroksen avulla voidaan tuotetta kehittää käyttäjiä miellyttävämmäksi, eikä työtä tehdä turhaan. (Tolvanen 2012, 159.)

Usein tuotetestaus suoritetaan yrityksen työntekijöiden kanssa, koska heidän mielipiteeseen luotetaan. Tällä tavalla saadaan tietoa kerättyä nopeasti, jonka ansiosta jatkokehitysprosessi voidaan aloittaa nopeasti. Testauksen avulla voidaan myös sitouttaa henkilökuntaa tuotekehitysprosessin jatkamiseen. Tolvanen (2012, 160) kertoo asiantuntijoista ja työntekijöistä muodostuvan testiryhmän tuottavan parhaita tuloksia testauksessa. (Tolvanen 2012, 160.)

5.3.7 Tuotetestaus workshop

Testauksen tarkoituksena oli selvittää prototypioinnissa kehitetyn menun toimivuutta. Testaus järjestettiin Laurea Leppävaarassa 29.4.2014, ja siihen osallistui neljä testihenkilöä. Testihenkilöstö koostui Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattorista, Laurean opiskelijasta, markkinointisuunnittelijasta sekä kehittämispäälliköstä. Testihenkilöiksi pyrittiin löytämään henkilöt, jotka ymmärtävät mistä on kysymys ja heillä on kokemusta tapahtumaruokailuista niin järjestäjinä kuin osallistujinakin.

Testauksessa valmistettiin kolme pääruokaa, joita BarLaurean ravintolapäällikkö suositteli testattaviksi. Ravintolapäällikön kanssa käytiin läpi myös menu ennen testausta ja analysoitiin eri ruokien koostumusta ja nimiä. Ravintolapäällikkö piti menusta tässä vaiheessa, mutta an-

toi kehitysideoita. Ravintolapäällikkö kehotti kahden ruokalajin nimien vaihtamista. Mangokanan muuttamista kanaa mangosalsalla ja graavilohirullan vaihtamista lohitartariksi.



Kuva 7: Tuotetestaukseen valmistetut ruoat

Testaus suoritettiin kolmen pääruoan testaukselle. Kuvassa 7 näkyvät testausta varten valmistetut ruoat. Testattavat ruokalajit olivat kanaa mangosalsalla, gremolatakana sekä tabbouleh-salaatti. Testauksen tarkoituksena oli myös hahmottaa kuinka paljon raaka-aineita todellisuudessa tarvitaan ruokiin. Näin saatiin myös lisätietoa muiden ruokien raaka-aineiden painojen määriin. Testattaviin ruokiin tarvittavat raaka-aineet tilattiin edellisellä viikolla, jolla varmistettiin, että tarvittavat raaka-aineet on käytettävissä.

Opinnäytetyön tekijät valmistivat testattavat ruoat ennen testihenkilöiden paikalle saapumista. Samalla selvitettiin ruokien tuotantoprosessin vaativuutta ja kestoa. Tärkeää oli selvittää se pystyvätkö opiskelijat tuottamaan ruokalajit. Tuotteiden valmistus vei normaalia kauemmin aikaa, koska samalla pohdittiin muihin ruokalajeihin kuuluvien raaka-aineiden painoja. Kaikki tuotteet punnittiin, jotta pystyttiin mahdollisimman tarkasti selvittämään JAMIX RUOKA -ohjelmalla (JAMIX 14) luotujen ohjeiden toimivuutta. Testattavien ruokien valmiit reseptit oli suunniteltu oikeilla gramma määrillä, mutta joitakin muutoksia tehtiin. Esimerkiksi tabbouleh-salaatista vähennettiin pinaatin ja mintun määrää sekä mangosalsan reseptiin lisättiin valkosipulia.

Testihenkilöt saapuivat kello 15.00, jolloin aloitettiin valmistettujen ruokien esittely ja niiden maistaminen. Testihenkilöiden ensivaikutelma ruokien tuoksusta ja ulkonäöstä oli erinomainen. He kuvailivat ulkomuotoa raikkaaksi, värikkääksi ja tyylikkääksi sekä ruokien tuoksut

miellyttivät heitä. Annosmäärät olivat suuria ja testihenkilöiden mielestä annoskoot voisi puollittaa. Hyvänä asiana myös pidettiin sitä, että ruoka oli kevyttä, jolloin se on erinomaista ruokaa seminaareihin. Seminaareihin halutaan usein kevyempää ruokaa, jotta ihmiset jaksavat vielä lounaan jälkeen keskittyä ohjelmaan. Positiiviseksi asiaksi nousi se, että ruoka näyttää itse tehdyltä eikä se ole valmistuote, joka on ollut pakastimessa. Testihenkilöt kokivat ruokien sopivan erittäin hyvin kylmään buffettiin. Testihenkilöt olivat positiivisesti yllättyneitä siitä, miten hyvin oli löydetty erilaisia makuyhdistelmiä eri mausteita käyttäen.

Gremolatakana oli positiivinen yllätys testihenkilöstölle, koska alussa sen kerrottiin sisältävän leipää, joka loi ennakkoluuloja ruokaa kohtaan. Leipä oli kuitenkin erinomainen yhdistelmä persiljan kanssa, jolloin persiljan voimakas maku tasapainotettiin leivän avulla. Vihreiden raaka-aineiden käyttäminen gremolatakanassa nousi erittäin tärkeäksi ruoan miellyttävän ulkonäön luomisessa. Kaksi testihenkilöä oli sitä mieltä, että persiljaa oli ruoassa liikaa, mutta korostivat sen olevan makukysymys. Yhteenveto gremolatakanan reseptistä oli se, että sitä ei tule muuttaa ja ruoka toimii hyvin tällä reseptillä.

Toinen testattava ruoka oli tabbouleh-salaatti. Tabbouleh-salaatin raaka-aineet oli osattu yhdistää hyvin ja ruoassa oli käytetty paljon voimakkaita makuja. Kehitysideat tabbouleh-salaattiin olivat selkeät ja koko testiryhmä oli samaa mieltä niistä. Persiljaa on liikaa nykyisessä reseptissä ja sitä tulisi vähentää, sitruunan määrää toivottiin lisää, koska sillä saataisiin hyvin lisäkirpeyttä salaattiin. Mintun määrää vähennettiin ruokien tuotantovaiheessa mikä osoittautui virheeksi, koska testihenkilöt olisivat kaivanneet mintun makua lisää ruokaan. Testihenkilöt pitivät tabbouleh-salaattia raikkaana ja modernina ruokana, joka sopii monen erilaisen ruoan kanssa. Kanaa mangosalsalla oli testihenkilöstön suosikki ja siihen ei haluttu mitään muutoksia tehtävän. Testihenkilöstö kuvaili mangokanaa moderniksi ja raikkaaksi, joka sopii moniin tilaisuuksiin.

Testaus kokonaisuutena onnistui hyvin ja ruokiin saatiin tarvittavat kehitysideat. Testauksen avulla saatiin ymmärrys siitä, ovatko menun ruoat toimeksiannon mukaisia. Testaukseen osallistui myös työn toimeksiantaja, joka oli tyytyväinen menun ensimmäiseen prototyyppiin. Reseptien toimivuudesta kertoi myös se, että testihenkilöt pysyivät ruokien reseptejä itselleen käyttöön.

5.4 Menukonseptin arviointi ja viimeistely

Toteuta -vaihe viimeistelee opinnäytetyössä tehdyn palvelumuotoiluprosessin. Toteuta -vaiheessa tarkoituksena on koota ymmärrä - ja kehittä -vaiheiden menetelmien avulla saadut tiedot lopputuotteeksi. Toteuta -vaiheen menetelmiksi valittiin työryhmäarviointi, TOWS -matriisi sekä blueprint. Toteuta -vaiheessa varmistettiin menukonseptin toimivuus luomalla

palvelupolkujen pohjalta koko palveluprosessia kuvaava blueprint. Blueprinttiä hyödyntämällä Laurea Events pystyy hahmottamaan, miten luotu menukonsepti tulee vaikuttamaan heidän toimintaansa.

Toteuta -vaihetta aikaisemmissa vaiheissa kehitettyä konseptia arvioidaan, jonka jälkeen konsepti määritellään valmiiksi palvelutuotteeksi. Toteuta -vaiheessa on tärkeää määritellä palvelupolun kaikki kontaktipisteet ja palvelutuokiot, jotta palvelun kaikki vaiheet ovat testattu toimiviksi. Esimerkiksi blueprintin avulla voidaan selkeyttää ja konkretisoida palvelun eri vaiheet. Moritz (2005, 144 - 147) toteaaakin toteuta -vaiheen tehtäväksi luoda yrityksille liiketoiminta-, markkinointi- ja lanseeraussuunnitelmat sekä järjestää henkilökunnalle niiden vaatimat koulutukset. (Moritz 2005, 144-147.)

5.4.1 Ensimmäisen paperiprototyypin työryhmäarviointi

Jotta tuotettua menukonseptia pystytään kehittämään entistä toimivammaksi, sitä arvioitiin työryhmäarvioinnilla. Arviointi on tärkeä osa konseptin kehittämistä, koska sen avulla saadaan tietoa suunnitteluprosessia sekä päätöksenteko varten. Työryhmäarvioinnin ideana on arvioida tuotettua konseptia työryhmän kanssa. Työryhmään voivat kuulua asiantuntija sekä häntä tukeva työryhmä. (Miettinen 2011, 134.) Työryhmäarviointi valittiin opinnäytetyön menetelmäksi, koska sen avulla pystytään selvittämään toimeksiantajan ja tuotetta käyttävien mielipiteet hahmotellusta menusta.

Työryhmäarvioinnilla pyritään selvittämään asiantuntijan sekä työryhmän yhteinen mielipide konseptista. Arviointi aloitetaan yleensä konseptiin sekä arviointikriteereihin tutustumalla. Arvioinnin tueksi voidaan tehdä tarkastuslistoja, mutta myös arvioijien asiantuntemus voi määritellä arviointikriteerit. Arviointia jatketaan keskustelemalla asiantuntijan ja työryhmän yleisesti valitsemista teemoista. Keskustelun avulla pystytään löytämään konseptin vahvuudet ja heikkoudet. Työryhmäarviointi suoritetaan yleensä vapaamuotoisena keskusteluna. (Keinonen & Jääskö 2005, 60 - 61.)

Työryhmäarvioinnin osallistujiin olisi hyvä kuulua eri alojen asiantuntijoita, jotta arvioinnista saataisiin mahdollisimman paljon tietoa. Arvioinnin tuloksiin vaikuttaa arvioijat, tämän vuoksi arvioijat tulisivat valita työryhmään tapauskohtaisesti. Arvioitava konsepti tulee esittää arvioijille mahdollisimman laajasti ja monipuolisesti, jotta he voivat arvioida kokonaisuutta. Jos kyseistä toimenpidettä ei tehdä, on mahdollista, että arvioinnin tulokset eivät vastaa todellisuutta. Parhaan lopputuloksen takaamiseksi konsepti tulee esitellä laajasti ja prosessin ilmapiiriin tulee olla avoin sekä kannustava, jotta kaikki ideat saadaan kuultua. Konsepteja arvioitaessa, tulee usein esiin kehitysideoita, joiden pohjalta konseptia pystytään kehittämään eteenpäin. (Keinonen & Jääskö 2005, 60 - 61.)

Arvioinnissa keskitytään usein vertailemaan eri konsepteja ja niiden mahdollisuuksia. Vertaisarviointi ei kuitenkaan ole aina välttämätön, myös yksittäisen konseptin arviointi onnistuu. Yksittäistä tuotekonseptia arvioidessa, arviointi keskittyy laatuun ja kokonaisvaltaiseen tarkasteluun. Menetelmällä pyritään takaamaan laadukas ja toteutuskelpoinen tuotekonsepti. (Keinonen & Jääskö 2005, 60 - 62.)

Yksittäisen tuotekonseptin arvioinnin hyötyjä pyritään käyttämään opinnäytetyössä. Työryhmäarviointilla yritetään löytää menukonseptin kehityskohdat ennen lopputuotteen tekemistä. Menukonsepti on tarkoitus muokata laadukkaaksi ja toteutuskelpoiseksi työryhmäarviointista saadun palautteen avulla.

5.4.2 Työryhmäarvioinnin toteutus

Työryhmäarviointi tilaisuuden tarkoituksena oli arvioida prototypionnissa tuotetun menun ruokia ja kokonaisuutta. Tilaisuus järjestettiin Leppävaaran Laureassa 29.4.2014 testausworkshopin jälkeen. Arviointiin osallistuivat samat henkilöt kuin testausworkshoppiin eli Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattori, Laurea markkinointisuunnittelija, kehittämisspäällikkö ja opiskelija.

Arviointitilaisuudessa jaettiin arvioijille menun reseptiikka sekä menun ensimmäinen paperiprototyyppi, jotka löytyvät liitteistä 5 ja 6. Menun reseptiikka on tehty kymmenelle henkilölle ja raaka-aineiden painot ovat näkyvissä kyseiselle määrälle. Menun reseptiikassa on nähtävillä kaikkien raaka-aineiden hinnat, yhden annoksen hinta sekä arvio myyntihinnasta. Arviointitilaisuudessa käytiin systemaattisesti läpi jokainen ruoka-annos ja arvioitiin sen sisältöä ja raaka-aineiden määriä. Arvioinnissa kerättyjen kehitysideoiden pohjalta kehitettiin valmis menukonsepti. Keskustelua syntyi myös menun hinnoittelusta ja sen muodostumisesta.

Arviointi aloitettiin salaateista, joista ensimmäisenä oli Gnocchi summer salad. Gnocchi salaatin nimi tulisi arvioijien mukaan muuttua niin, että sen sisältämä Chorizo -makkara tulisi esiin nimessä. Chorizo -makkara oli hyvä lisä salaattiin, koska muuten se olisi arvioijien mielestä ollut yksipuolinen. Arvioijat totesivat salaatin olevan ruokaisa, jolloin se sopii hyvin esimerkiksi salaattilounaille.

Ceasarsalaatteja menussa on neljä erilaista, mutta arvioijat pitivät eri variaatioita hyvänä palveluna, että tarjotaan eri variaatioita. Ceasarsalaatti on helppotekoinen ja sen reseptiikka ei muutu eri ceasarsalaatti vaihtoehtojen välillä, joten sen valmistaminen ei tuota hankaluuksia keittiölle. Ceasarsalaattiin löytyy lisukkeena kanaa, katkarapuja ja pekonia, arvioijat poh-

tivat tarvitseeko lohi olla myös vaihtoehtona. Lohi on yleinen lisuke ceasarsalaattiin, mutta sen pois jättämistä perusteltiin sillä, että menussa on paljon muita lohiruokia.

Inkivääri-lime-coleslawsalaatti oli arvioijien mielestä erittäin hyvä ja inkiväärin sekä limen avulla siitä oli saatu tehtyä erikoinen. Halvan tuotantohinnan avulla siitä saadaan asiakkaalle luotua lisäarvoa ruokailuun, koska sitä voidaan myydä niin sanotusti ”lisätuotteena” asiakkaille halpaan hintaan. Seuraavana salaattikategoriassa oli mansikka-aurajuusto salaatti, jossa heti ensimmäiseksi nousi esiin raaka -aineiden määrät. Arvioijien mielestä salaatin mansikoiden ja sinihomejuuston määrää voidaan laskea puoleen. Arvioijat korostivat tässä kohtaa kokemustaan eri salaattitarjoiluista ja niissä usein mansikat ovat usein vain nimellisiä tuotteita ja niitä ei salaatissa ole paljon. Arvioijien mielestä salaatti kuullostaa raikkaalta ja hyvältä makuyhdistelmältä.

Seuraavana vuorossa oli Panzanellasalaatti, josta ensimmäinen reaktio oli, että leipä kostuu nopeasti ja pilaa näin salaatin ulkonäön. Menun reseptiikkaa suunniteltaessa huomattiin sama asia ja silloin päätettiin, että leivät tullaan laittamaan krutonkeina salaattiin. Arvioijat sanoivat salaatin olevan hyvin muunneltavissa esimerkiksi gluteiinittomaksi laittamalla krutongit erilliseen kulhoon. Pähkinäisessäleipäjuustosalaatissa tuli esiin leipäjuuston määrä, jota näin ollen myös suositeltiin vähentämään. Granaattiomenan avulla saadaan salaattiin väriä sekä erikoisuutta. Näiden elementtien avulla pystytään tuottamaan asiakkaalle tunne siitä, että annokseen on panostettu.

Tabbouleh-salaatti oli vuorossa seuraavaksi. Salaatin kehitysidea saatiin jo testausvaiheessa. Tomaatti-mozzarella-basilikasalaattiin haluttiin lisää väriä. Arvioijat ehdottivat lisäksi punasipulia tai kevätsipulia, joiden avulla saadaan lisää väriä sekä happamuutta. Välimerensalaatin raaka-aineiden määrää suositeltiin pudottamaan sekä jättämään oliiviöljy kokonaan pois. Välimerensalaatti sisältää paljon öljypohjaisia tuotteita, jotka arvioijien mielestä voivat tuoda salaattiin liikaa öljyn makua, jos sitä lisätään vielä erikseen. Välimerensalaatin kohdalla korostettiin myös sitä, että joitakin raaka-aineita voi olla ainoastaan väriä antamassa. Salaattikategoria oli arvioijien mielestä toimiva kokonaisuus ja siinä oli hyvin osattu huomioida erilaisia raaka-aineita.

Seuraavana vuorossa olivat alku- ja cocktail -palat, joita oli yhteensä kaksitoista. Ensimmäisenä listalla oli aurajuusto-pinaatti bruschetta. Arvioijien mielestä bruschettat ovat hyviä cocktail -ruokia ja ne sopivat menuun hyvin. Seuraavana oli jokirapuskagen, joka on Bar-Laurean keittiömestarin suunnittelema ja hän halusi pitää tuotteen menuussa myös porotarta päärynällä ja savuhauenmätitoast ovat keittiömestarin suunnittelema ja ne päätettiin valita menuun. Arvioijat pitivät keittiömestarin suunnittelemissa tuotteista ja niiden nimet myös

miellyttivät heitä. Metsäsieninapit, tomaatti ja vuohenjuusto bruschetat olivat arvioijien mielestä hyviä ja ne voidaan valmiissa menussa pitää sellaisinaan.

Seuraavana kategoriassa oli lohrieskarulla, jota arvioijat pitivät arkipäiväisenä ja ehdottivat siihen lisättäväksi esimerkiksi piparjuurta, jolloin siihen saadaan erilainen makuyhdistelmä. Tapenade bruschettaan haluttiin lisää väriä, jotta siitä saadaan näyttävämmän näköinen. Arvioijat ehdottivat siihen lisättäväksi esimerkiksi sitruunan kuorta tai jotain punaista elementtiä. Alku- ja cocktail -pala kategoriassa oli vaihtoehtoina vielä metsäsienipiirasta, jota arvioijat pitivät mauttomana ja sanoivat, että usein valmistuotteet eivät ole hyviä. Foccacia ja hummusta oli viimeinen kategorian ruokalaji, arvioijat pitivät sitä yksinkertaisena, mutta pienillä lisäyksillä siitä saadaan erikoisempi. Foccaciaan he ehdottivat käytettäväksi erilaisia kasviksia, jotka luovat foccaciaan makua ja ulkonäköä. Kokonaisuutena arvioijat sanoivat alku- ja cocktail -pala kategorian olevan kattava ja siinä on käytetty paljon eri proteiinin lähteitä sekä kasvisruokailijat on huomioitu hyvin.

Kolmas kategoria, joka käytiin arvioinnissa läpi oli pääruoat. Pääruokia on ensimmäisessä prototyypissä yhteensä kuusi. Lohta, lihaa ja kanaa, jokaista on kaksi vaihtoehtoa. Ensimmäisenä ruokavaihtoehtona oli gremolatakana, joka arvioitiin jo aikaisemmin testauksessa. Samoin toisena listalla oleva kanaa mangosalsalla käytiin läpi testauksessa. Kolmantena vaihtoehtona oli loimulohi, jota voidaan tarjoilla eri makuina kuten rosmariini- tai konjakkimarinoituina. Neljäs pääruokavaihtoehto oli paahtopaisti, arvioijat huomauttivat paahtopaistin olevan vaikea ruoka tarjoiltavaksi, mikäli ruokailu tapahtuu seisaaltaan. Paahtopaistin tavoin vasikan entrecotee kuuluu samaan ryhmään eli niiden syöminen seisaaltaan on hankalaa. Kun ruokailu tapahtuu seisoen tulisi ruoan olla sellaista, ettei sen syömiseen tarvita veistä ruoan paloitteluun.

Vasikan entrecotee oli yksi pääruoista ja arvioijat pitivät sitä hyvänä, mutta sen tarjoilua ja esillepanoa tulisi miettiä tarkemmin. Lohiteriyaki oli viimeinen pääruoka ja arvioijat pitivät sitä hyvänä ja erilaisena ideana. Lohiteriyaki edustaa hyvin menun raikasta ja modernia kokonaisuutta. Arvioijat pitivät pääruokien kategorian tasapainoisen yhdistelmänä lihaa, kalaa ja kanaa. Yksi arvioijista ehdotti nyhtöpossun yhdistämistä pää- ja alkuruokiin. Hänen mukaansa sitä on aikaisemmin tarjottu Laurea Eventisn järjestämissä tilaisuuksissa ja se oli hänen mielestään raaka-aine, joka menusta puuttuu. Nyhtöpossun lisääminen menuun aiheutti keskustelua, mutta arvioijat päätyivät lopulta siihen, että nyhtöpossu tulisi olla menussa.

Seuraavaksi vuorossa olivat jälkiruoat. Ensimmäinen reaktio arvioijilta oli, että jälkiruoat ovat raskaita ja niistä suurin osa ei edusta menun raikkautta ja modernuutta. Ensimmäisenä jälkiruokana olivat Cake -popsit ja arvioijien mielestä kyseiset kakutikkarit maistuvat esanssille, eivätkä vaikuta tuoreilta. Arvioijat pitivät kakutikkari ideasta, mutta kyseinen tuote ei

heidän mielestään sovi menuun. Juustokakku oli listalla seuraavana ja se oli arvioijien mielestä hyvä, koska juustokakku on suosittua ja sopii sivistyneempiin tilaisuuksiin. Arvioijat pitivät suklaafondantista sekä siitä, että sitä pystytään muuntelemaan käyttämällä erilaisia majoja.

Laurea Events on käyttänyt osaa menun tuotteista aikaisemmin, joten heillä oli parempaa tietoa joidenkin tuotteiden laadusta ja mausta. Menuun oli valittu sitruunamarenkitartaletit ja he sanoivat sen olevan huono tuote, joten tuote päätettiin poistaa menusta Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattorin kokemusten perusteella. Seuraavana arvioitavana olivat tuulihatut ja valkosuklaa-daimmousse. Tuulihatut olivat arvioijien mielestä hyvä vaihtoehto, niiden pienen koon vuoksi. Valkosuklaa -daimmousse ei miellyttänyt arvioijia ja se päätettiin poistaa menusta. Päätökseen vaikutti myös se, että tuotteesta oli saatu negatiivista palautetta aikaisemmin. Värikäs macaronilajitelma oli arvioijien mielestä menun kokonaiskuvaan sopiva tuote.

Arvioinnissa päätettiin poistaa muutamia jälkiruokia, joten samalla myös ideoitiin uusia ehdotuksia. Arviointitiimi halusi menuun jälkiruokia, jotka olisivat kevyempiä ja terveellisempiä. Esille nousivat erilaiset jogurttipohjaiset tuotteet sekä eri hedelmät ja marjat. Arvioijat ehdottivat, että valkosuklaamousse voitaisiin vaihtaa johonkin raikkaampaan ja näin tehdä jälkiruoasta modernimpi. Viimeisenä arvioitavana oli salaattibuffet, joka koostui monista eri raaka-aineista. Salaattibuffet oli perustaltaan tyydyttävä, mutta kaipasi arvioijien mielestä joi-tain erikoisempia raaka-aineita. Arvioijat keskustelivat myös salaattibuffet -nimestä, joka heidän mielestään on arkinen ja käytetty. Heidän mielestään tulisi salaattibuffet -nimelle keksiä jokin oma kekseliäs nimi.

Menun hinnoittelu herätti myös työryhmäarvioinnissa paljon keskustelua. Esiin nousi paljon erilaisia hinnoittelu malleja, mutta hinnoittelu päätettiin jättää Laurea Eventsin vastuulle. Näin Laurea Events voi muokata ja hinnoitella menun itselleen parhaalla tavalla. Tärkeänä toimeksiantaja piti sitä, että opinnäytetyössä käyvät ilmi raaka-aineiden kustannukset, joiden avulla pystytään toteuttamaan hinnoittelu. Opinnäytetyössä tullaan ilmoittamaan arvioidut myyntihinnat ruoille. Nämä ruoan hinnat muodostuvat katetuottoprosentin mukaan ja ne on laskettu ilman arvolisäveroa. Arvioinnin avulla saatiin paljon uusia ideoita menun kehittämiseen ja sen jatkosuunnitteluun. Arviointi antoi ymmärryksen niistä osa-alueista, joita tulee kehittää ja mitkä toimivat nykyisellä reseptiikalla.

5.4.3 Menukonsepti lopputuote

Prototyypin pohjalta kehitetty lopullinen menu syntyi kerättyjen kehitysideoiden pohjalta. Testauksessa ja työryhmäarvioinnissa kerätyt kehitysideat käytiin läpi ja reseptiikkaa muutettiin haluttuun suuntaan. Suurimmat muutokset tehtiin jälkiruokakategoriaan, josta poistettiin

osa tuotteista työryhmäarvioinnissa saatujen palautteiden pohjalta. Työryhmäarvioinnissa saatiin kehitysideoita menun jälkiruokakategoriaan ja näin löydettiin uusia tuotteita pois jätettyjen tilalle. Liitteessä 7 on kehitysehdotusten perusteella suunniteltu menun valmis reseptiikka. Työryhmäarvioinnissa saatiin kehitysideoita moniin ruokiin, mutta suurin osa kehitysideoista koski raaka-aineiden määrää. Useiden ruokatuotteiden raaka-aine painoja muutettiin, mutta muuten reseptiikka pystyi samanlaisena.

Menun valmiin paperiprototyypin pohjalta Laurea Events luo menun verkkosivuilleen haluamallaan tavalla ja hoitaa sen jälkityöstämisen. Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa menukonsepti, jonka pohjalta toiminta helpottuu. Kuvassa 8 on opinnäytetyössä suunnitellun menun valmisversio, joka annetaan toimeksiantajalle. Valmiit tuotteet hinnoiteltiin suuntaa antavasti, koska työn toimeksiantajan kanssa sovittiin, että Laurea Events hoitaa viimeisen hinnoittelun. Opinnäytetyön tavoitteen mukaisesti voitiin luomaan asiakaslähtöinen menukonsepti, joka on tuotettu ja arvioitu oikeiden työryhmien kanssa.

Salaatit		Alku- ja cocktail-palat	
Gnocchi summer salad	<input type="checkbox"/>	Aurajuusto- pinaatti bruschetta	<input type="checkbox"/>
Caesarsalaatti Natural	<input type="checkbox"/>	Jokirapuskagen	<input type="checkbox"/>
Caesarsalaatti kana	<input type="checkbox"/>	Lohipuolukkatartar	<input type="checkbox"/>
Caesarsalaatti katkarapu	<input type="checkbox"/>	Lohirieskarulla	<input type="checkbox"/>
Caesarsalaatti pekoni	<input type="checkbox"/>	Porotartar ja päärynää	<input type="checkbox"/>
Inkivääri-lime-coleslaw	<input type="checkbox"/>	Metsäsieninappi	<input type="checkbox"/>
Mansikka-aurajuustosalaatti	<input type="checkbox"/>	Savuhauenmätitoast	<input type="checkbox"/>
Panzanella	<input type="checkbox"/>	Tapanade bruschetta	<input type="checkbox"/>
Pähkinäinen leipäjuustosalaatti	<input type="checkbox"/>	Tomaattisalsa bruchetta	<input type="checkbox"/>
Tabbouleh	<input type="checkbox"/>	Vuohenjuusto pesto bruchetta	<input type="checkbox"/>
Tomatti-mozzarella-basilika	<input type="checkbox"/>	Metsäsienipiiras	<input type="checkbox"/>
Välimerensalatti	<input type="checkbox"/>	Focaccia hummuksella	<input type="checkbox"/>
6,00€ - 9,00€ /lajike		4,00€ /lajike	
Pääruoat		Jälkiruoat	
Gremolatakanaa	<input type="checkbox"/>	Hedelmäinen jogurtti unelma	<input type="checkbox"/>
Kanaa mangosalsalla	<input type="checkbox"/>	Juustokakku	<input type="checkbox"/>
Loimulohi	<input type="checkbox"/>	Lakka panna cotta	<input type="checkbox"/>
Paahtopaisti	<input type="checkbox"/>	Omena -kaurapaistos	<input type="checkbox"/>
Teriyakilohi	<input type="checkbox"/>	Sulkaafondant kauden marjoilla	<input type="checkbox"/>
Karitsan entrecotee tsatsikilla	<input type="checkbox"/>	Talvijäätelö	<input type="checkbox"/>
Pulled Pork	<input type="checkbox"/>	Vaniljatuulihattu	<input type="checkbox"/>
9,00€ /lajike		Värikäs macaroni lajitelma	<input type="checkbox"/>
		4,00€ - 6,00€ /lajike	

Kuva 8: Menukonseptin valmis paperiprototo

5.4.4 TOWS -matriisi menukonseptille

Aikaisemmin opinnäytetyössä luotiin SWOT -analyysi menuprototyypistä, jonka avulla menua pystyttiin kehittämään. Työryhmäarvioinnin, SWOT -analyysin ja testauksen pohjalta luotiin lopputuote. Lopputuote löytyy kuvasta 8. Lopputuote on menukonsepti Laurea Eventsille. Tehdyn lopputuotteen vahvuuksia, heikkouksia, uhkia ja mahdollisuuksia haluttiin vielä korottaa tekemällä uusi SWOT -analyysi, joka jalostettiin vielä pidemmällä tekemällä TOWS -matriisi. TOWS -matriisin teko opinnäytetyöhön on perusteltua, koska se auttaa näkemään heikkouksien ja vahvuuksien vaikutuksen mahdollisiin uhkiin ja mahdollisuuksiin.

TOWS -matriisi eli kahdeksan kenttäinen SWOT -analyysi on perinteistä SWOT -analyysia monipuolisempi tapa hahmottaa heikkouksista ja vahvuuksista seuraavat uhat ja mahdollisuudet. TOWS -matriisia pystytään eritoten hyödyntämään erityisesti strategian käyttöönotossa. TOWS -matriisi auttaa näkemään vahvuuksien ja heikkouksien syy-seuraussuhteet. Hyvin tehty TOWS -matriisi auttaa fokuoimaan huomion oikeisiin asioihin. Kahdeksan kenttäisen mallin työstäminen aloitetaan tekemällä perinteinen SWOT -analyysi, jossa on neljä kenttää. Perinteisen nelikenttä SWOT -analyysin tekemisen jälkeen, tulee tehdä valintoja TOWS -matriisia varten. TOWS -matriisiin tulee valita ensin SWOT -analyysista merkittävimmät vahvuudet, heikkoudet, uhat ja mahdollisuudet. Valintaa tehdessä tulisi miettiä miten yritys pystyy parhaiten käyttämään menestystekijöitään, miten yritys minimoi uhkia hyödyntämällä vahvuuksiaan, miten yritys muovaa heikkouksiaan suhteessa ympäristön tarjoamiin vahvuuksiin sekä miten yritys varautuu kriisitilanteisiin, jotka syntyvät heikkouksien ja uhkien yhteisvaikutuksesta. (Vuorinen 2013, 90.)

Opinnäytetyössä työstettiin SWOT -analyysi prototyypin arviointia varten (kuviot 9). Monet prototyypistä koskevat asiat vaikuttavat myös lopputuotteeseen. Tämän vuoksi kehittä -vaiheessa tehtyä SWOT -analyysia käytettiin pohjana menukonseptin SWOT -analyysiin. Kehittä -vaiheen SWOT -analyysiin on lisätty tarvittavia kohtia, sekä siitä on jätetty pois tarpeettomat asiat. Kuvioon 10 on tehty menukonseptin SWOT -analyysi, joka toimii pohjana luotavalle TOWS -matriisille.

<p>Vahvuudet (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asiakkaille valmiit vaihtoehdot ja hinnat • Laurea Eventsille selkeä hintarakenne • Valmiit reseptit • Reseptiikka helpottaa tuotantoa • Tilausten ja tarjousten tekeminen helpottuu • Mahdollisuus hinnoitella tapahtumia etukäteen • Monipuolinen valikoima • Testattu • Valmis tilauslomake • Ruoat helppo valmistaa • Opiskelijoiden tekemä 	<p>Heikkoudet (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Määrätyt tuotteet vähentävät luovuuden mahdollisuutta • Samat asiakkaat ja samat tuotteet • Menu ei ole ammattilaisten suunnittelema • Yksi näkemys asiasta • Hinnoittelu
<p>Mahdollisuudet (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mahdollisuus tilata tuotteet etukäteen • Markkinoinnin helpottuminen • Luo pohjan konseptin kehitykselle • Lisämyynnin mahdollisuus 	<p>Uhat (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sisäiset asiakkaat kyllästyvät • Menun tuotteet eivät miellytä asiakkaita • Valinnan vaikeus • Hävikki lisääntyy • Menua ei päivitetä

Kuvio 12: SWOT-analyysi TOWS-matriisia varten

Alkuperäisen SWOT -analyysiin vahvuuksiin lisättiin kohdat monipuolinen valikoima, testaus, valmis tilauslomake sekä ruokien helppo valmistus. Menu prototyypin tuotteita testattiin sekä menu arvioitiin työryhmässä. Menukonsepti on muokattu entistä paremmaksi saadun palautteen perusteella. Testauksen myötä kävi ilmi, että menun tuotteet on helppo valmistaa. Tästä syystä ne sopivat erinomaisesti BarLaureaan valmistettavaksi, koska siellä työskentelevät pääsääntöisesti opiskelijat. Menukonsepti on luotu opinnäytetyön tuloksena, joten se ei edusta pelkästään BarLaurean näkökulmaa asiasta. Menukonseptin myötä Laurea Eventsille luotiin valmis tilauslomake, jonka Laurea Events pystyy ottamaan käyttöönsä.

Prototyypin SWOT -analyysin heikkouksiin lisättiin kohtia. Heikkoudeksi voidaan nimetä se, että menu on vain yksi näkemys toteutuksesta. Vaikka menua on ollut luomassa kaksi opiskelijaa workshopin työryhmä apunaan, luotu menu on vain tämän ryhmän näkemys asiasta. Menua varten ei esimerkiksi luotu asiakaskyselyä tuotetoiveista. Toinen lisätty heikkous on hinnoittelu. Menun tuotteiden hinnoittelu oli hankalaa, koska raaka-aineiden hintoja oli vaikea välillä selvittää. Tämän takia osa hinnoista perustuukin vain arvioihin.

Uudeksi mahdollisuudeksi lisättiin puolestaan lisämyynnin mahdollisuus. Uuden menukonseptin ansiosta asiakkaalla on entistä suurempi rooli tuotteiden valinnassa. Oikeanlaisella tuotteiden suosittelulla pystytään hankkimaan Laurea Eventsille lisämyyntiä. Asiakasta voidaan esimerkiksi opastaa tilamaan valitsemansa salaatin lisäksi siihen sopivia cocktail -paloja. Menukonseptin uhkiin lisättiin riski siitä, että menua ei päivitetä. Vaikka menu onkin luotu sopimaan erilaisiin tilaisuuksiin ja vuoden aikoihin, tulee sitä jossain vaiheessa päivittää. Monipuolisuudestaan huolimatta, Laurea Eventsillä on paljon samoja asiakkaita, jotka tulevat kyllästymään menuun, jos sitä ei päivitetä.

Menukonseptin SWOT -analyysin pohjalta luotiin TOWS -matriisi. TOWS -matriisiin kuviossa 13 on kirjattu SWOT -analyysin vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat, jonka jälkeen aloitettiin niiden analysointi. TOWS -matriisissa mietittiin miten vahvuuksia voidaan hyödyntää, heikkoudet muuttaa vahvuuksiksi, hallita uhkia sekä mitkä ovat mahdolliset kriisitilanteet.

TOWS -matriisin ruutuun yksi on analysoitu vahvuuksien synnyttämiä mahdollisuuksia. Valmis tilauslomake on helppo lisätä Laurea Eventsin internet-sivuille, jonka avulla Laurea Events pystyy lisäämään markkinointiaan. Markkinoinnin avulla pystytään puolestaan hankkimaan uusia asiakkaita ja laajentamaan toimintaa. Menukonseptin ansiosta Laurea Eventsillä on tarjota BarLaurealle valmiit ohjeet haluamistaan ruokatuotteista. Tämä helpottaa BarLaurean toimintaa siten, että heidän on helpompi tilata tuotteita. Ruokaohjeet helpottavat tuotantoprosessia. Menukonsepti luotiin opinnäytetyönä, jonka vuoksi kaikki sen tekemiseen tarvittavat kohdat löytyvät opinnäytetyöstä. Tästä johtuen menukonseptia on helppo kehittää eteenpäin, koska sen kehittämiseen voidaan käyttää opinnäytetyön tietoja.

Ruutuun kaksi on kirjattu asioita, joiden avulla heikkoudet pystytään muokkaamaan vahvuudeksi. Heikkoudeksi oli kirjattu se, että Laurea Eventsin asiakkaat saavat kyllästyä menuun, koska asiakasryhmät koostuvat pitkälti samoista asiakkaista. Markkinoimalla uutta menukonseptia ja lisäämällä menu internet -sivuille, voidaan hankkia uusia asiakkaita ja laajentaa asiakasryhmiä. Tähän mennessä menun tuotteiden valinta on pitkälti perustunut opiskelijoiden mielipiteisiin. Menu on kuitenkin kehityskelpoinen, joten sitä voitaisiin viedä eteenpäin ammattilaisten avulla. Kolmanneksi heikkoudeksi mainitaan luovuuden väheneminen. Luovuutta voidaan kuitenkin ylläpitää lisämyynnin avulla. Jos Laurea Events haluaa se, voi lisämyydä asiakkaille tuotteita myös menun ulkopuolta, joka mahdollistaa luovuuden käyttöä.

<p style="text-align: center;">SISÄISET</p> <p>ULKOISET</p>	<p>Vahvuudet (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Valmiit hinnat raaka-aineille • Tilauslomake • Viestinnän helppous • Tuotteet helppo valmistaa • Monipuolisuus • Valmiit reseptit • Testattu • Opinnäytetyön tulos 	<p>Heikkoudet (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Luovuuden väheneminen • Menua käyttää samat asiakkaat • Menu ei ole ammattilaisten suunnittelema
<p>Mahdollisuudet (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mahdollisuus tuotteiden tilaamiseen etukäteen • Markkinointi • Lisämyynti • Kehitys 	<p>1. Hyödynnä vahvuudet (SO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tilauslomake internettiin markkinoinnin lisäämiseksi • Valmiiden reseptien ansiosta tilaus helpottuu BarLaureassa • Valmista tilauslomaketta helppo kehittää eteenpäin 	<p>2. Heikkoudet vahvuudeksi (WO)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Markkinoidaan menua laajemmalle asiakasryhmälle • Kehitetään menua ammattilaisten kanssa • Lisämyynnillä lisätään myös luovutusta
<p>Uhat (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sisäiset asiakkaat kylästyvät • Menun tuotteet eivät miellytä asiakasta • Menua ei päivitetä 	<p>3. Uhkien hallinta (ST)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Monipuolisuudella taataan asiakastyytyväisyys • Testauksessa saatu positiivista palautetta • Menun kehittäminen toisen opinnäytetyön voimin 	<p>4. Mahdolliset kriisitilanteet (WT)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asiakasmäärät vähenevät, koska menu ei miellytä • Asiakkaat kylästyvät samoihin tuotteisiin, jos menua ei päivitetä

Kuvio 13: Menukonseptin TOWS-matriisi

Ruudussa kolme kuvataan miten uhkia pystytään hallitsemaan vahvuuksia hyödyntäen. Opinnäytetyössä luotu menu on monipuolinen, sen avulla voidaan minimoida mahdollisuus siitä, että asiakkaat kylästyvät tuotteisiin. Opinnäytetyössä suoritettun testauksen perustella saatiin positiivista palautetta, joten voidaan todeta, että tuotteet ovat asiakkaiden mieleen. Ruudun yksi analyysissa todettiin, että menukonsepti on opinnäytetyön tuotos. Opinnäytetyö tuotti Laurea Eventsiä toteutuskelpoisen menun, joten Laurea Events voi kehittää menuta eteenpäin toisen opinnäytetyön avulla.

Neljänten ruutuun on kirjattu mahdolliset kriisitilanteet, jotta ne voitaisiin välttää. Ruutuun kirjattiin kaksi eri kriisitilannetta, jotka ovat asiakasmäärien väheneminen sekä menun päivittämättä jättäminen. Asiakasmäärät saattavat vähentyä sen vuoksi, että menu ei miellytä heitä. Jos asiakkaat eivät pidä menusta he ostavat palvelunsa muualta. Toiseksi kriisitilanteeksi

voidaan nähdä se, että Laurea Events ei päivitä menua, joka johtaa siihen, että asiakkaat kylästyvät siihen.

TOWS -matriisin avulla pystyttiin hahmottamaan, mitä menukonseptin käyttöönotosta seuraa sekä miten menukonseptia voidaan hyödyntää. Vaikka matriisi loi erilaisia käyttökelpoisia suunnitelmia, voidaan lopulliset vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet sekä uhat nähdä vasta menukonseptin käyttöönoton jälkeen. Laurea Events voi kuitenkin hyödyntää opinnäytetyössä tehtyä TOWS -matriisia uhkien välttämiseen sekä menukonseptin kehittämiseen.

5.4.5 Menukonseptin blueprint

Opinnäytetyössä luotiin menukonsepti Laurea Eventsin palvelujen helpottamiseksi. Koska menukonsepti ei ole ollut ennen käytössä, haluttiin sen vaikutus Laurea Eventsin prosesseihin kuvata blueprintin avulla. Blueprint valittiin, koska sen avulla pystytään kuvaamaan palvelua niin Laurea Eventsin kuin asiakkaan näkökulmasta. Blueprint pohjautuu ymmärrä -vaiheessa tehtyihin palvelupolkuihin ja asiakasprofiileihin, joiden avulla selvitettiin lähtötilanne.

Blueprintissa eli prosessianalyyssissa palvelu kuvataan aikajärjestyksessä toiminto toiminnolta. Ojasalon ym. (2010, 158) mukaan palveluprosessin analysointiin käytettyä blueprintiä kutsutaankin palvelun blueprintiksi (Ojasalo ym. 2010, 158). Blueprintissa prosessi käydään läpi ottaen huomioon asiakkaalle näkyvät ja näkymättömät toiminnot. Näkyvissä toiminnoissa asiakas on kontaktissa palvelun tuottajan kanssa, kun taas näkymättömät toiminnot ovat yrityksen toimintoja, jotka tapahtuvat ilman asiakaskohtaamista. Näkymättömien ja näkyvien toimintojen lisäksi ovat tukitoiminnot, jotka ovat sekä näkyviä että näkymättömiä. (Tuulaniemi 2011, 210 - 211.)

Blueprint sisältää kolme eri rajapintaa, jotka auttavat hahmottamaan prosessin paremmin. Ensimmäinen rajapinta on vuorovaikutuksen rajapinta, joka kuvaa tilanteita, joissa asiakas on kontaktissa palvelun tarjoajan kanssa. Näkymättömien ja näkyvien tekijöiden välillä kulkee puolestaan näkyvyyden rajapinta, joka jakaa blueprintin kahteen, erotellen asiakkaalle näkyvät ja näkymättömät toimet toisistaan. Kolmas rajapinta on sisäisen vuorovaikutuksen rajapinta, jonka tarkoituksena on erottaa asiakaskontaktissa olevien työntekijöiden toimet muun henkilöstön toiminnasta. (Ojasalo ym. 2010, 160.)

Blueprintin tarkoituksena onkin kuvata tuotannon kokonaisprosessi, asiakaskontaktit, työntekijöiden erilaiset roolit sekä näkyvät ja näkymättömät tekijät. Blueprintiä voidaan käyttää prosessien tutkimiseen ja kehittämiseen. Luotava prosessikaavio havainnollistaa prosessin kulun sekä mahdolliset ongelmakohtat. Sitä voidaan hyödyntää esimerkiksi eri osapuolien roolien erotteluun, kriittisten kohtien selvittämiseen sekä ongelmakohtien löytämiseen. (Ojasalo

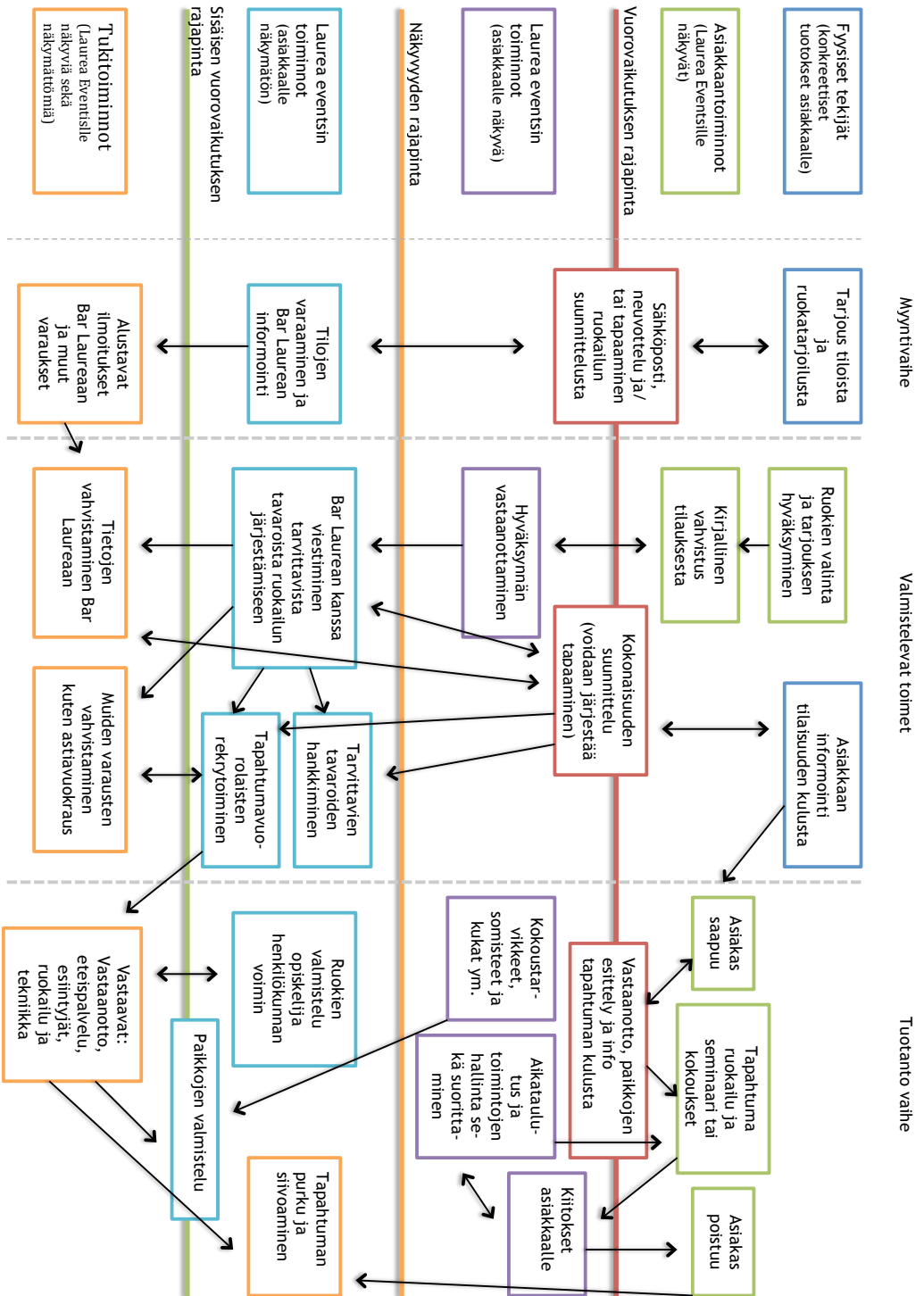
ym. 2010, 158 - 159.) Edellä mainittujen hyötyjen lisäksi, blueprintin vahvuuksiin lukeutuu se, että sen avulla voidaan testata palvelun toteuttamismahdollisuutta. Menetelmää hyödyntämällä palvelukertomus voidaan muuttaa suoraan toimintamalliksi. (Tuulaniemi 2011, 212.)

Tässä opinnäytetyössä palvelun blueprinttia käytettiin nimenomaan toimintamallin luomiseen, koska menukonseptia ei ole ollut ennen käytössä. Tiedot blueprinttiin on kerätty opinnäytetyössä tehdyistä haastatteluista sekä hyödyntämällä asiakasprofiileja ja palvelupolkuja. Toimintamallin luominen blueprintin avulla sopii hyvin opinnäytetyöhön, koska huolimatta siitä, että Laurea Eventsillä on paljon erilaisia asiakkaita, tilausprosessi tulee menukonseptin myötä noudattamaan samankaltaista mallia. Laurea Eventsin blueprint on laadittu kuvioon 13.

Blueprint on jaoteltu viiteen eri osaan. Kuviossa 13 näkyy ylhäältä alaspäin katsoen kaikki eri osa-alueet, jotka ovat fyysiset tekijät, Laurea Eventsille näkyvät asiakkaan toiminnot, Laurea Eventsin asiakkaalle näkyvät toiminnot, Laurea Eventsin asiakkaalle näkymättömät toiminnot ja tukitoiminnot. Kuvion 13 viisi kategoriaa jakautuvat poikkisuunnassa kolmeen eri rajapintaa toimesta, jotka ovat vuorovaikutuksen rajapinta, näkyvyyden rajapinta sekä sisäisen vuorovaikutuksen rajapinta. Rajapintojen lisäksi prosessi on vielä jaoteltu kolmeen eri vaiheeseen kuvion 13 yläreunaan, jotka ovat myyntivaihe, valmistelevat toimet sekä tuotantovaihe.

Myyntivaihe lähtee liikkeelle Laurea Eventsin vastatessa asiakkaan tarjouspyyntöön. Asiakkaan tarjouspyyntöön vastataan joko sähköisesti tai järjestämällä tapaaminen. Tarjouksesta neuvoteltaessa asiakkaalle annetaan Laurea Eventsille opinnäytetyössä luodun menukonseptin menu, josta asiakas pystyy valitsemaan haluamansa tuotteet. Asiakkaan valintaa helpottaa valmiiksi mietityt ja hinnoitellut tuotteet, jotka on sijoitettu valmiiseen tilauslomakkeeseen. Asiakkaan tulee merkitä tilauslomakkeeseen haluamansa tuotteet sekä ilmoittaa henkilömäärä. Jos asiakas on ilmoittanut tarjouspyynnössään henkilömäärän ja tilantarpeen aloitetaan niiden järjestäminen yhdessä BarLaurean kanssa.

Neuvottelut on saatu valmiiksi, kun asiakas on hyväksynyt tarjouksen ja tekee kirjallisen vahvistuksen asiasta Laurea Eventsille. Kirjallisen vahvistuksen yhteydessä asiakas palauttaa täytetyn tilauslomakkeen koskien ruokatilauksia. Tästä alkavat valmistelevat toimet -vaihe. Tässä vaiheessa Laurea Events aloittaa yhteistyön BarLaurean ja muiden yhteistyökumppaneiden kanssa tarvittavien tuotteiden hankkimiseksi ja tilaamiseksi sekä tilojen järjestämiseksi. BarLaureaan välitetään asiakkaan täyttämä tilauslomake, josta näkyvät asiakkaan valitsemat ruokatuotteet ja henkilömäärät. Näin BarLaurea pystyy aloittamaan tilaisuuden ruokien tilauksen ja valmistelun. Tilauslomakkeen ja valmiiden ruokaohjeiden ansiosta BarLaurean on helppo tehdä tilaukset.



Kuvio 14: Menukonseptin palvelu blueprint

Valmisteluihin kuuluvat myös mahdollisten tarvikkeiden kuten astioiden vuokraus, joka pystytään järjestämään vaivattomasti, koska tilauslomakkeesta nähdään tarjoiltavat tuotteet ja kappalemäärät. Valmistelu -vaiheessa tapahtumaan rekrytoidaan myös tarvittava henkilökunta. Henkilökuntaa on helppo rekrytoida tarvittava määrä, koska valmiiden ruokaohjeiden ansiosta pystytään arvioimaan valmisteluihin käytettävä aika. Valmisteluiden edetessä asiakasta informoidaan tapahtuman kulusta sähköisesti tai tarvittaessa järjestämällä tapaaminen.

Prosessin viimeinen vaihe on tuotanto -vaihe, jolloin itse tapahtuma järjestetään. Ennen tapahtuman alkua tarvittavat tilat järjestellään ja ruokat tuotanto aloitetaan. Ruokien valmistaminen tapahtuu menukonseptien myötä entistä helpommin, koska menukonseptin myötä Bar-Laurealla on valmiit ruokaohjeet käytössään. Ennen tapahtumaa Laurea Eventsin edustajat tapaavat asiakkaan ja kertovat viimeisimmät tiedot tapahtuman kulusta. Tapahtuma järjestetään aikataulun mukaisesti, jonka jälkeen asiakas poistuu. Tapahtumaa seuraa jälkimarkkinointi, jolloin tapahtuma puretaan ja asiakasta kiitetään.

Blueprint osoittaa, että vaikka asiakkaalle näkyviä toimintoja on vähän, ovat ne sitäkin tärkeämpiä. Niiden avulla luodaan pohja koko tapahtuman kululle. Tästä johtuen voidaankin todeta perustellusti, että opinnäytetyössä luoto menukonsepti näyttölee tärkeää roolia Laurea Eventsin tulevilla palveluprosesseissa.

6 Johtopäätökset

Tavoitteena opinnäytetyössä oli luoda toimiva menukonsepti Laurea Eventsille. Menukonsepti tuli luoda sellaiseksi, että se pystytään toteuttamaan Living Labs ympäristössä. Opinnäytetyössä perehdyttiin tapahtumiin ja menukonseptisuunnitteluun, jotta niiden antamia tietoja pystyttiin soveltamaan menukonseptin luomisessa. Teoreettinen viitekehys toimi pohjana palvelumuotoiluprosessille, jonka pohjalta suunniteltiin menukonsepti Laurea Eventsille.

Laadullisessa tutkimuksessa reliabelius pystytään todentamaan ei sattumanvaraisilla tutkimustuloksilla, eli tutkimus pystytään toistamaan, ja saadut tulokset ovat samat kuin aikaisemmassa tutkimuksessa (Hirsjärvi ym. 2010, 231-233). Prototyyppiointi menetelmän luotettavuutta ei voida todentaa, koska toisen tutkijan tuloksista ei voi muodostua opinnäytetyön tekijöiden tuottamaa menua. Muiden tutkimusmenetelmien luotettavuus voitaisiin todentaa tutkimusten toistamisella ja samat tulokset olisivat löydettävissä.

Teoreettinen viitekehys käsitteli tapahtumia ja menukonseptin suunnittelua. Tapahtumat, kuten muu palvelualan tarjonta, ovat aineettomia tilaisuuksia, joita pyritään korostamaan aineellisilla elementeillä kuten ruokapalveluilla. (Shone & Parry 2010, 16 - 17). Tämän vuoksi

onkin perusteltua, että Laurea Eventsin tapahtumaprosesseja täydennettiin asiakkaalle tarjottavalla menukonseptilla.

Menun suunnittelu oli pitkä prosessi, johon vaikuttivat useat tekijät. Menu suunnittelun lähtökohtana oli tuottaa asiakaslähtöinen menukonsepti. Harris (2014, 2) korostaakin, että menu suunnittelu tulee aloittaa asiakkaiden toiveiden ja näkemysten ymmärtämisestä. Asiakkaan tarpeet sekä tilaisuuden luonne tulee ymmärtää, jotta pystytään toimimaan asiakaslähtöisesti. (Harris 2014, 2.) Laurea Eventsin asiakaskunta muodostuu sisäisistä ja ulkoisista asiakkaista. Sisäiset asiakkaat ovat usein lehtoreita ja ulkoiset asiakkaat puolestaan muita yrityksiä. Shock ja Stefanelli (2009, 3 - 5) kertovat, että monien catering -yritysten suurimpia asiakkaita ovat toiset yritykset, jotka järjestävät henkilökunnalleen liikelounaita, juhlapäivällisiä, cocktail-tilaisuuksia, seminaareja, kokouksia ja juhlavastaanottoja. (Shock & Stefanelli, 2009, 3 - 5). Kuten Stock ja Stefanelli (2009, 3 - 5) mainitsivat ovat erilaiset kokoukset ja seminaarit yleisimpiä tapahtumia, joihin ruokatarjoiluja järjestetään. Myös Laurea Eventsin yleisimpiä tapahtumia ovat nämä ja sen vuoksi menukonsepti onkin suunniteltu näihin tilaisuuksiin.

Konseptisuunnittelu antaa mahdollisuuden esittää useita eri näkökulmia samassa paketissa. Konseptia suunniteltaessa voidaan käyttää useita erilaisia menetelmiä, joiden avulla saadaan luotua hahmotelma palvelun todellisesta muodosta. (Miettinen 2011, 107.) Opinnäytetyössä luotiin menukonsepti, jonka vaikutus palveluprosessiin kuvattiin blueprintillä eli prosessianalyysillä. Näin saatiin selkeä kuva menukonseptin hyödyistä ja vaikutuksista Laurea Eventsin palveluprosessiin.

Palvelumuotoiluprosessi valittiin opinnäytetyön toimintamalliksi sen asiakaslähtöisyyden vuoksi. Stickdornin ja Schneider (2010, 30 - 31) kuvaavatkin palvelumuotoilua asiakaslähtöiseksi prosessiksi, jonka keskipisteenä asiakas toimii. Hyödyntämällä palvelumuotoilua saatiin luotua asiakaslähtöinen menukonsepti. Palvelumuotoiluprosessi rajattiin kolmeen eri vaiheeseen Moritzin (2005, 124) mallin pohjalta. Vaiheiksi valikoitui ymmärrä-, kehitä- ja toteuta -vaiheet. Ymmärrä -vaiheen ansiosta saatiin selkeä kuva Laurea Eventsin nykytilanteesta. Moritzin (2005, 124) mukaan ymmärrä -vaiheen tarkoitus on kartoittaa asiakkaan piilevät ja tietoiset tarpeet (Moritz 2005, 124). Teemahaastatteluiden ja palvelupolkujen avulla saatiin selkeä kuva asiakkaiden tarpeista.

Palvelumuotoiluprosessi eteni seuraavaksi kehitä -vaiheeseen, jossa luotiin ideoita ja ratkaisuja ensimmäiseen prototyyppiin. Tavoitteena kehitä -vaiheelle on luoda järkeviä ja innovatiivisia ratkaisuja, joiden avulla pystytään parantamaan asiakkaiden palvelukokemusta ja tätä kautta tuoda arvoa yritykselle (Moritz 2005, 133-135). Kehitä -vaiheen tiedonhankinnan välineenä käytettiin workshopia, jonka pohjalta saatiin ideoita tuotettavaan prototyyppiin. Yksi kehitä -vaiheen menetelmistä oli prototypointi eli koemallintaminen, jonka tarkoituksiksi

Miettinen (2011, 133) toteaakin ideoiden konkretisoinnin. Prototyyppiointi toteutettiin ymmärrä -vaiheen menetelmiä sekä workshopia hyödyntäen. Vaiheen päämääräksi muodostui menun ensimmäisen prototyypin luominen ja testaaminen.

Viimeinen palvelumuotoiluprosessin vaihe oli toteuta -vaihe, jossa selvitettiin palvelukonseptin toimivuutta ja luotiin opinnäytetyön lopputuotos. Toteuta -vaiheessa aikaisemmin kehitettyjä konsepteja arvioidaan, jonka jälkeen konsepti määritellään valmiiksi palvelutuotteeksi (Moritz 2005, 144-147). Toteuta -vaiheen menetelmänä käytettiin työryhmäarviointia, jonka avulla saatiin tarvittavat kehitysideat lopputuotteeseen. TOWS -matriisin ja blueprintin avulla arvioitiin valmiin menukonseptin käytettävyyttä sekä tulevaisuuden uhkia ja mahdollisuuksia.

Valmis menukonsepti yksinkertaistaa Laurea Eventsin kommunikaatiota asiakkaiden sekä BarLaurean kanssa. Menukonseptin avulla BarLaurea pystyy helpottamaan tuotantoprosessejaan, koska he saavat käyttöönsä valmiit ruokaohjeet. Opinäytetyön suurin hyöty Laurea Eventsille on luotu menukonsepti, jonka avulla saadaan tarkat tiedot menun hintarakenteesta ja tuotteista. Valmiit ruokatuotteet mahdollistavat menun käyttöönoton.

Vaikka opinäytetyössä luotiin valmismenukonsepti, tulee sitä kehittää jatkuvasti. Opinäytetyön pohjalta voidaan todeta, että opinäytetyöprosessi on hyvä tapa menun eteenpäin viemiselle. Toisen opinäytetyön avulla menukonseptia pystytään kehittämään entistä asiakaslähtöisemmäksi esimerkiksi asiakkaiden kanssa tehtävällä kehitystyöllä. Kehittämällä pystytään takaamaan se, että sisäiset asiakkaat eivät kyllästy menuun ja käyttävät palveluja jatkossakin. Yksi mahdollisuus menukonseptin kehittämiseen voisi olla asiakkaiden kanssa toteutettavat ideointiworkshopit.

Opinäytetyössä luotu valmis tilauslomake annetaan toimeksiantajalle, jolle on jätetty kuitenkin mahdollisuus tilauslomakkeen viimeistelyyn. Toimeksiantajan päätettäväksi jää tuotteiden lopullinen hinnoittelu sekä yhteydenottokanavan valitseminen, jonka kautta asiakas saa tilauslomakkeen. Saadakseen palvelunsa entistä asiakaslähtöisemmäksi, tulee Laurea Eventsin kehittää tilauslomakkeen yhteyteen ”checklist”, jonka avulla varmistetaan, että asiakkaalta saadaan tarvittavat tiedot. Tarvittavia tietoja ovat esimerkiksi henkilömäärä, erityisruokavaliot, tapahtuman teema sekä erilaisten kokoustarvikkeiden tarve. Menukonseptista saadaan suurin mahdollinen hyöty, jos se lisätään Laurea Eventsin internetsivustolle. Menun lisääminen internetsivuille luo mahdollisuuden markkinoinnin lisäämiseen ja sen myötä uusien asiakaskontaktien luomiseen.

Lähteet

- Aaltola, J. & Valli, R. 2010. Ikkunoita tutkimusmetodeihin. Kolmas painos. Jyväskylä: PS-Kustannus.
- Altonen, T. & Hakala, M. 2001. Catering-alanmatematiikka. 2.painos. Porvoo: WSOY
- Aromi 2014. Huhtikuu 2014. Helsinki: Suomen lehtiyhtymä.
- Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. 2006. Event Management. Toinen painos. Milton: John Wiley & Sons Australia.
- Eräsalo, U. 2008. Käytännön henkilöstöjohtaminen hotelli- ja ravintola-alalla. Helsinki: Restamark.
- Cichy, R. & Hickey, P. 2012. Managing service in food and beverage operations. Neljäs painos. Michigan: American hotel & lodging educational institute.
- Getz, D. 2012. Event Studies. Toinen painos. Oxon: Routledge.
- Haglund, B., Huupponen, T., Ventola, A. & Hakala-lahtinen, P. 2007. Ihmisen ravinto. Helsinki: WSOY.
- Harris, E. 2014. Customer service. Kuudes painos. Boston: Pearson Education.
- Heikkilä, P. & Saranpää, T. 2008. Hotelli- ja ravintola-alan sisäinen laskentatoimi. Helsinki: Restamark.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus helsinki university press.
- Hirsjärvi, S & Remes, P & Sajavaara, P. 2010. Tutki ja kirjoita. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.
- Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä. Helsinki: Taideteollinen korkeakoulu.
- Immonen, I., Laaksonen, S. Lattu, L., Reunasalo, T., Sinisalo, L. & Välimäki, P. 2010. Erikoisruokavalioiden valmistus ammattikeittiössä. 2. Painos. Helsinki: WSOY.
- Keinonen, T. & Jääskö, V. 2005. Tuotekonseptointi. 2.painos. Helsinki : Teknologiainfo Teknova.
- Kamensky, M. 2008. Strateginen johtaminen. Helsinki: Talentum.
- Kokkonen, V., Kuuva, M., Leppimäki, S., Lähteinen, V., Meristö, T., Piira, S. & Sääskilahti, M. 2005. Visioiva tuotekonsepti. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Kotschevar, L. & Withrow, D. 2008. Management by menu. Neljäs painos. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Lahti, J. 2013. Logistinen palapeli. Evento 4/2013. 68 - 73.
- Lammi, R., Laurila, A. & Pekkala, M. 2012. Ruokapalvelut työnä. 4.-5. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Laurent, B. 2006. Päivittäisjohtaminen hotelli- ja ravintola-alalla. Helsinki: WSOY.

- Lehtinen, M., Peltonen, H. & Talvinen P. 2003. Ruoanvalmistuksen käsikirja. Porvoo: WSOY
- Martin, B. & Hanington, B. 2012. Universal methods of design. Beverly: Rockport Publishers.
- Mattal, B. 2008. Catering: a guide to managing a successful business operation. Hoboken: Wiley & Sons.
- McVety, P., Ware, B. & Ware, C. 2009. Fundamentals of menu planning. Kolmas painos. Hoboken: Wiley & Sons.
- Miettinen, S. 2011. Palvelumuotoilu: uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen. Helsinki: Teknologiainfo Teknova.
- Miettinen, S. & Koivisto, M. Designing services with innovative methods. Keuruu: Otava.
- Mill, C. 2007. Restaurant management. Kolmas painos. New Jersey: Pearson Education.
- Moritz, S. 2005. Service Design. Practical access to an evolving field. Köln International School of Design
- Muhonen, R & Heikkinen, L. 2003. Kohtaamisia kasvokkain. Jyväskylä: Gummerrus kirjapaino.
- Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää T. 2004. Juhlapalvelu. Helsinki: WSOY.
- Ninemeier, J. 2005. Management of food and beverage operations. Neljäs painos. Michigan: The Educational institute of the American hotel & lodging association.
- Ninemeier, J. D. & Hayes, D. K. 2006. Restaurant Operations Management: Principles and Practises. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2009. Kehittämistyön menetelmät. Helsinki: WSOY-pro.
- Parkkinen, K. & Sertti, P. 2006. Avain ravitsemukseen. Keuruu: Otava.
- Raymond, M. 2010. The trend forecater's handbook. Lontoo: Laurence King Publishing.
- Reynolds, D. & Wachter McClusky, K. 2013. Foodservice management fundamentals. Hoboken: Wiley & Sons.
- Scanlon, N. 2013. Catering management. 4. Painos. Hoboken: Wiley & Sons.
- Selander, K. & Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus. Helsinki: WSOY
- Shock, P. & Stefanelli, M. 2009. A Meeting plannes's guide to catered events. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Shock, P., Sgovio, C., Stefanelli, M. 2011. On-Premise Catering. Toinen painos. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Shone, A & Parry B. 2010. Successful event management. Kolmas painos. Andover : Cengage Learning EMEA
- Stickdorn, M. & Schneider, J. 2010. This is service design thinking. Amsterdam: BIS publishers.
- Tolvanen, J. 2012. Kohtaaminen: ymmärrä kohderyhmäsi. Helsinki: Talentum.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, S. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.

- Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino Oy.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2012. Tapahtuma on tilaisuus. Tallinna: Tallinna Raamatutrükikoda.
- Valtion ravitsemusneuvottelukunta. 2014. Terveyttä ruuasta. Helsinki: Vation ravitsemusneuvottelukunta.
- Viitala, R. & Jylhä, E. 2006. Liiketoimintaosaaminen. Helsinki: Edita Prima
- Vuorenmaa, S. & Peltola, M. 2010. Annos ja asiakas. Helsinki: WSOYpro.
- Vuorinen, T. 2013. Strategiakirja 20 työkalua. Helsinki: Talentum
- Walker, J. 2011. The restaurant from concept to operation. 6. Painos. Hoboken: Wiley & Sons.
- Zemke, R. 2003. Huippupalvelua asiakkaille. Tillman, M. Kolmas painos. New York: AMACOM.

Sähköiset lähteet:

- BarLaurea 2012. BarLaurea. Viitattu 6.5.2014.
<http://www.laurea.fi/en/IIIENoLLSS/barlaurea/Pages/default.aspx>
- BarLaurea 2013. Barlaurea. Viitattu 15.3.2014.
<http://www.laurea.fi/fi/leppavaara/palvelut/Sivut/BarLaurea.aspx>
- Dieta 2014. Mikä on kuuminta hottia vuonna 2014. Viitattu 15.4.2014.
<https://www.dieta.fi/fi/ajankohtaista/mika-on-kuuminta-hottia-vuonna-2014>
- Divaani 2014. Tagin arkisto: ruokatrendit 2014. Viitattu 15.4.2014.
<http://divaaniblogit.fi/suolaajahunajaa/tag/ruokatrendit-2014/>
- Flow Catering. Viitattu 18.4.2014.
<http://www.flowcatering.com>
- Hima & Sali. Viitattu 18.4.2014.
<http://www.himasali.com>
- JAMIX. JAMIX RUOKA. Viitattu 26.4.14.
<https://www.jamix.fi/home/ohjelmistot/jamix-ruoka/>
- Jyväskylän yliopisto 2013. Narratiivinen tutkimus. Viitattu 6.4.2014.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/narratiivinen-tutkimus>
- Kattilalaakso 2014. Ruokatrendit 2014. Viitattu 15.4.2014.
<http://kattilalaakso.com/2014/01/11/ruokatrendit-2014/>
- Kela ja valtion ravitsemusneuvottelukunta 2011. Suositus korkeakoulun periaatteiksi. Viitattu 6.5.2014.
<http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/files/attachments/fi/vrn/korkeakouluruokasuositus.pdf>
- Laurea 2013. Laurea Eventsin tarina. Viitattu 15.3.2014.
<http://www.laurea.fi/fi/leppavaara/palvelut/Sivut/Referenssit.aspx>
- Makuja 2014. Laadukasta ”roskaruokaa”- 8 ruokatrendiä vuodelle 2014. Viitattu 15.4.2014.

<http://www.makuja.fi/artikkelit/1850252/ajankohtaista/laadukasta-roskaruokaa-8-ruokarendia-vuodelle-2014/>

Portaat luomuun 2012. Luomu ammattikeittiöissä. Viitattu 3.5.2014.

http://www.portaatluomuun.fi/luomu_ammattikeittioissa

Ruokatieto 2013. Ruokateollisuuden trendit 2014. Viitattu 15.4.2014.

<http://www.ruokatieto.fi/uutiset/ruokateollisuuden-trendit-2014-luontoa-ja-luonnollista-valmiissa-paketissa>

Soupster Catering. Viitattu 18.4.2014.

<http://www.soupster.com/content/>

Sundmans 2014. Ruokavuosi 2014. Viitattu 15.4.2014.

<http://www.sundmans.fi/etusivu/g-w-sundmansin-ruokavuosi-2014>

Theron Catering. Viitattu 18.4.2014

<http://www.theroncatering.fi>

Kuvat

Kuva 1: Tiinan asiakasprofiili	58
Kuva 2: Pekan asiakasprofiili	59
Kuva 3: Kaisan asiakasprofiili	60
Kuva 4: Workshop ideointia	66
Kuva 5: Ideointia workshopissa	69
Kuva 6: Ideakävelyn ja hiljaisen aivoriihen tuotoksia	69
Kuva 7: Tuotetestaukseen valmistetut ruoat	85
Kuva 8: Menukonseptin valmis paperiprototyyppi	93

Kuviot

Kuvio 1: Tapahtumaryhmät (Getz 2012,40).....	13
Kuvio 2: Tapahtumien luokittelu (Bowdin ym. 2006, 15 - 17)	14
Kuvio 3: Tapahtuman ominaisuuksia (Shone & Parry 2010, 15).....	15
Kuvio 4: Ruokalista- ja ateriasuunnittelussa huomioitavia asioita (Lammi ym. 2012, 26)...	21
Kuvio 5: Opinnäytetyön palvelumuotoiluprosessi	35
Kuvio 6: Laurea Eventsin asiakkaan palvelupolku.....	56
Kuvio 7: Tiinan palvelupolku	61
Kuvio 8: Pekan palvelupolku	62
Kuvio 9: Kaisan palvelupolku.....	63
Kuvio 10: Workshopin vaiheet	65
Kuvio 11: Ensimmäisen prototyypin SWOT -analyysi	82
Kuvio 12: SWOT-analyysi TOWS-matriisia varten	95
Kuvio 13: Menukonseptin TOWS-matriisi	97
Kuvio 14: Menukonseptin palvelu blueprint.....	100

Taulukot

Taulukko 1: Net scouting tuloksia	38
Taulukko 2: Trend scouting tuloksia	41
Taulukko 3: Tapahtumien ominaisuuksia.....	51
Taulukko 4: Resurssien käyttö	52
Taulukko 5: Menu suunnitteluun vaikuttavia tekijöitä.....	53
Taulukko 6: Alkuruokien, salaattien ja cocktail -palojen ideoinnin tulokset workshopissa .	67
Taulukko 7: Pääruokien ja jälkiruokien ideoinnin tulokset workshopissa	68
Taulukko 8: Pääruokien kylmien lisukkeiden ja muiden lisukkeiden ideoinnin tulokset workshopissa.....	68
Taulukko 9: Salaatti ja alkuruokien lisuke-ehdotukset	70
Taulukko 10: Cocktail -palojen lisuke-ehdotukset.....	71
Taulukko 11: Pääruokien lisuke-ehdotukset	72
Taulukko 12: Jälkiruokien lisuke-ehdotukset.....	73
Taulukko 13: Pääruokien kylmien lisukkeiden täydennys-ehdotukset	74
Taulukko 14: Lisukkeiden täydennys-ehdotuksia.....	75
Taulukko 15: Prototyyppionnin vaiheessa yksi luodut salaattit ja pikkupurtavat.....	77
Taulukko 16: Vaiheessa yksi luodut pääruoat ja jälkiruoat	78
Taulukko 17: Vaiheessa yksi suunniteltu salaattibuffet.....	78
Taulukko 18: Ensimmäisen prototyypin salaattit, alkuruoat ja cocktail -palat	79
Taulukko 19: Ensimmäisen prototyypin pääruoat ja jälkiruoat.....	79

Liitteet

Liite 1: Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattorin teemahaastattelun runko	112
Liite 2: BarLaurean ravintolapäällikön teemahaastattelun runko.....	113
Liite 3: BarLaurean keittiömestarin teemahaastattelun runko	115
Liite 4 Workshopin rakenne	116
Liite 5: Menun ensimmäinen paperiproto	118
Liite 6: Menun ensimmäisen prototyypin reseptiikka	121
Liite 7: Menun reseptiikka	132

Liite 1: Laurea Eventsin tapahtumakoordinaattorin teemahaastattelun runko

Tapahtumat:

Tapahtuman tyypit

- Millaisia on tyypilliset tilaisuudet ja asiakkaat?
 - Ulkoisia vai sisäisiä?
- Millaisia asiakkaita
- Kuinka paljon ihmisiä tilaisuuksissa usein on?
 - Kuinka paljon minkä tyyppisissä?

Tapahtuman valmistelu ja viestintä

- Millaisia tarjouspyyntöjä saat nyt?
 - Millaisia pyyntöjä tulee tilaisuuksien suhteen
 - Miten yhteyden otot tulevat?

Resurssit:

Henkilöstöresurssit -Tapahtumissa:

- Kuinka paljon henkilöstöresursseja on käytettävissä tapahtumiin? Kuinka paljon ja miten joustavasti
- Kerro tapahtumavuorolaisten osaamisen tasosta

Menu suunnittelu:

Menu suunnittelu

- Millaista ruokaa tilaisuuksiin halutaan?
 - tuleeko erikoispyyntöjä esim. Kasvis, sesonki juttuja esim. joulu
- Minkä tyyppiin tapahtumiin menun tulee soveltua?
 - kahvitukset/ kokoukset?
- Huomioitavia asioita/ Toiveita menun suunnittelussa?
 - luomu, sesonki,

Menu konseptin hyödyt:

- Miten uskot/ toivot menun vaikuttavan tulevaisuudessa?

Liite 2: BarLaurean ravintolapäällikön teemahaastattelun runko

Tapahtumat:

Tapahtuman tyypit

- Millaisia on tyypilliset tilaisuudet ja asiakkaat?
- Kuinka paljon ihmisiä tilaisuuksissa usein on?

Resurssit:

Keittiön ominaisuudet

- Mitkä puitteet Bar Laurean keittiö antaa ruuanlaittoon?

Henkilöstöresurssit

- Keittiössä
- Kuinka paljon työvoimaresursseja on käytettävissä? Henkilökunta? Kuinka paljon opiskelijoita pystytään hyödyntämään? Millä aikavälillä henkilökunta on käytettävissä?
- Vaikuttaako opiskelijoiden osaamisen taso menu suunnitteluun?

- Tapahtumissa
- Kuinka paljon henkilöstöresursseja on käytettävissä tapahtumiin? Kuinka paljon ja miten joustavasti
- Kerro tapahtumavuorolaisten osaamisen tasosta

Menu suunnittelu:

Menun ominaisuudet:

- Mitä tyypillinen menu sisältää?
- Mitkä ovat useiten esiintyvät erikoisruokavaliot?
- Minkälaisia tuotteita kannattaisi suosia ja mitä käytetään nyt? Käytetäänkö valmiita tuotteita, puolivalmisteita vai tehdäänkö kaikki alusta asti itse?
- Menussa tulisi suosia luomutuotteita Bar Laurean ideologian mukaisesti, kertoisitko miten sitä käytetään nyt?
- Näkyykö sesonkituotteiden käyttö nykyisissä menuissa ja jos ei niin tulisiko sen vaikuttaa tulevaisuudessa?
- Näkyvätkö ruokatrendit menuissa nyt? Tulisiko niiden näkyä?

Menu suunnittelu

- Keneltä tapahtumien ruokatilaukset tulevat?

- Mitä informaatiota saat tilauksista?
- Miten tilauksia lähdetään toteuttamaan?
- Onko asioita joita erityisesti tulisi ottaa huomioon menu suunnittelussa?

Menun kustannus rakenne:

- Miten hinta muodostuu

Menu konseptin hyödyt:

- Miten uskot/ toivot menun vaikuttavan toimintoihin tulevaisuudessa?

Liite 3: BarLaurean keittiömestarin teemahaastattelun runko

Resurssit:

Keittiön ominaisuudet

-Mitkä puitteet Bar Laurean keittiö antaa ruuanlaittoon?

Henkilöstöresurssit

-Keittiössä

- Kuinka paljon työvoimaresursseja on käytettävissä? Henkilökunta? Kuinka paljon opiskelijoita pystytään hyödyntämään? Millä aikavälillä henkilökunta on käytettävissä?

-Vaikuttaako opiskelijoiden osaamisen taso menu suunnitteluun?

Menu suunnittelu:

Menun ominaisuudet:

-Mitä tyyppinen menu sisältää?

-Mitkä ovat useiten esiintyvät erikoisruokavaliot?

-Minkälaisia tuotteita kannattaisi suosia ja mitä käytetään nyt? Käytetäänkö valmiita tuotteita, puolivalmisteita vai tehdäänkö kaikki alusta asti itse?

-Menuissa tulisi suosia luomutuotteita Bar Laurean ideologian mukaisesti, kertoisitko miten sitä käytetään nyt?

- Näkyykö sesonkituotteiden käyttö nykyisissä menuissa ja jos ei niin tulisiko sen vaikuttaa tulevaisuudessa?

-Näkyvätkö ruokatrendit menuissa nyt? Tulisiko niiden näkyä?

Menu suunnittelu

- Keneltä tapahtumien ruokatilaukset tulevat?

- Mitä informaatiota saat tilauksista?

-Miten tilauksia lähdetään toteuttamaan?

- Onko asioita joita erityisesti tulisi ottaa huomioon menu suunnittelussa?

Kustannukset:

-Mitä asioita on tärkeä ottaa huomioon hinnoittelussa?

-

Menu konseptin hyödyt:

-Miten uskot valmiiden menuvaihtoehtojen vaikuttavan toimintoihin?

Liite 4 Workshopin rakenne

Workshop 15.4. Klo 15.00

Tarkoitus:

Ideoida ja luoda uusia ruoka-aineita ja ruokatuotteita ehdotuksia Laurea Eventsin menuseen.

Toteutus:

Workshop toteutetaan neljässä eri vaiheessa: Kertomukset omista hyvistä ja mielteepainuista aterioista kokemuksista, hiljainen aivoriihi, keskusteleva aivoriihi ja ideakävely.

Osallistujat:

Osallistujina on Laurea Eventsin tapahtuma koordinaattori, laurean henkilökuntaa sekä opiskelijoita. Kaikilla osallistujilla on kuva tapahtumista Laureassa ja niiden toiminnoista. Kaikilla on jonkin näköinen yhteys Laurea Eventsiin tai BarLaureaan.

Workshopin kulku:

Workshop aloitetaan klo 15.00

- Tilaisuuden avaus
- workshopin tarkoituksen selitys
- workshopin kulun kertominen

Vaihe 1 Omat kokemukset: 15:10

- Osallistujia pyydetään kertomaan kolme parasta ruoka-annosta jotka he ovat miettineet etukäteen.
- Tarkoitus saada ideoita heiteltä ja heräteltä ihmisten mielikuvitusta seuraaviin vaiheisiin
- Aikaa varattu 10min

Vaihe 2 hiljainen aivoriihi: 15:20

- Ohjeet vaiheen kaksi suorittamiseen
- Osallistujia pyydetään miettimään kolme parasta ehdotusta menuseen, jonka he halusivat olevan tarjolla
- Vastaukset kirjoitetaan lapuille, jonka jälkeen ne vietään fläppitaululle kategoria alle
- Aikaa tämän vaiheen tekemiseen on 15 min

Vaihe 3: keskusteleva ideariihi: 15:35

- Jakaudutaan kahden hengenryhmiin
- Tarkoituksena on käydä kaikki kategoriat läpi ja käydä kaikki ensimmäisessä vaiheessa kirjoitetut asiat läpi

- Seuraavaksi valitaan jokaisesta kategoriasta viisi parasta vaihtoehtoa ja numeroidaan
- aikaa on varattu 15 min

Tässä välissä poistetaan fläppitauluilta laput joissa ei ole yhtään numeroa. Numeroiduista lapuista valitaan viisi ehdotusta jotka olivat suosituimpia.

Vaihe 4: Ideakävely 15: 55

- Jokaisessa kategoriassa on viisi ehdotusta ja kaikkien tulisi kiertää kaikki fläppitaulut ja kirjoittaa jokaisen ehdotuksen alle muutama raaka-aine, mauste ym. Joka sopisi tuotteen kanssa yhteen
- Aikaa tähän on varattu 15 min

Vaihe 5: Yhteenveto ja lopetus 16:10

- Lopuksi yleistä keskustelua raaka-aineista ja muita ehdotuksia.
- Kiitokset

Liite 5: Menun ensimmäinen paperiproto

Salaatit:

Gnocchi summer salad

Caesarsalaatti Natural

Caesarsalaatti kana

Caesarsalaatti katkarapu

Caesarsalaatti pekoni

Inkivääri-lime-coleslaw

Mansikka-aurajuustosalaatti

Panzanella

Pähkinäinen leipäjuustosalaatti

Tabbouleh

Tomatti-mozzarella-basilika

Välimerensalatti

6,00€ - 9,00€ /lajike

Salaattibuffet 16€ henkilö

Alku- ja cocktail-palat

Aurajuusto- pinaatti bruschetta

Jokirapuskagen

Lohipuolukkatartar

Lohirieskarulla

Porotartar ja päärynää

Metsäsieninappi

Savuhaenmätitoast

Tapanade bruschetta

Tomattisalsa bruchetta

Vuohenjuusto pesto bruchetta

Metsäsienipiiras

Focaccia hummuksella

4,00€ /lajike

Pääruoat

Gremolatakanaa

Kanaa mangosalsalla

Loimulohi

Paahtopaisti

Teriyakilohi

Karitsan entrecotee tsatsikilla

9,00€ /lajike

Jälkiruoat

Cake-pops

Juustokakku

Sulkaafondan kauden marjoilla

Sitruunamarenkitartalet

Suklaatryffelikakku

Vaniljatuulihattu

Valkosuklaa- daimmousse

Värikäs macaroni lajitelma

4,00€ - 6,00€ /lajike

Liite 6: Menun ensimmäisen prototyypin reseptiikka

Menu:

Kaikki reseptiikat on tehty 10 henkilölle. Kaikista tuotteista ilmoitetaan hinta 10 henkilölle sekä yhden annoksen hinta. Myyntihinta ilmoitetaan yhtä annosta kohden. Kateprosentti salaateissa, alkupaloissa ja pääruoissa on 70 -80%. Jälkiruoissa kateprosentti vaihtelee 40 -80% välillä. Hinnat on suuntaa antavia, niihin ei ole laskettu mukaan arvolisäveroa.

Salaatit:

Gnocchi summer salad:

Raaka-aine	Käyttöpaino	Hinta:
Gnocchi	500g	1,80 €
Keltainen paprika	300g	1,34 €
Vihreä paprika	300g	1,36 €
Kirsikkatomaatti	400g	2,61 €
Punasipuli	150g	0,53 €
Kalamata-oliivi	200g	1,22 €
Chorizo	300g	3,30 €
Basilika	30g	0,10 €
Oliiviöljy	150g	0,92 €
Suola	0,10g	0,02 €
Mustapippuri	0,10g	0,21 €
	Yhteensä:	13,41 €
	Yksi annos:	1,34 €
	Myyntihinta:	7,00€

Caesarsalaatti Naturel

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Caesarkastike	500g	2,70 €
Parmesanlastu	500g	2,10 €
Krutonki	300g	3,38 €
	Yhteensä:	12,02 €
	Yksi annos:	1,20 €
	Myyntihinta:	6,00€

Caesarsalaatti Kana

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Caesarkastike	500g	2,70 €
Parmesanlastu	500g	2,10 €
Krutonki	300g	3,38 €
Kana	800g	8,00 €
	Yhteensä:	20,02 €
	Yksi annos:	2,00 €
	Myyntihinta:	7,00€

Caesarsalaatti Katkarapu

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Caesarkastike	500g	2,70 €
Parmesanlastu	500g	2,10 €
Krutonki	300g	3,38 €
Katkarapu	600g	7,31 €
	Yhteensä:	19,33 €
	Yksi annos:	1,93 €
	Myyntihinta:	7,00€

Caesarsalaatti Pekoni

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Caesarkastike	500g	2,70 €
Parmesanlastu	500g	2,10 €
Krutonki	300g	3,38 €
Pekoni	400g	2,10 €
	Yhteensä:	14,12 €
	Yksi annos:	1,41 €
	Myyntihinta:	7,00€

Inkivääri- lime- coleslaw

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Porkkanaraaste	600g	0,97 €
Kaaliraaste	600g	1,65 €
Majoneesi kevyt	200g	0,67 €
Tuore inkivääri	50g	0,85 €
Limemehu	70g	0,20 €
Korianteri	50g	2,00 €
Pippuri	0,10g	0,21 €
	Yhteensä:	6,55 €
	Yksi annos:	0,66 €
	Myyntihinta:	5,00€

Mansikka- aurajuustosalaatti

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Purjosipuli	150g	0,36 €
Mansikka	600g	8,68 €
Vesimeloni	500g	3,32 €
Sinihomejuusto	400g	5,09 €
Saksanpähkinä	200g	2,80 €
Oliiviöljy	100g	0,61 €
Mustapippuri	10g	0,29 €
	Yhteensä:	24,99 €
	Yksi annos:	2,50 €
	Myyntihinta:	9,00€

Panzanella

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kesäkurpitsa	400g	0,93 €
Kirsikkatomaatti	400g	2,61 €
Punasipuli	100g	0,35 €
Punainen paprika	400g	2,57 €
Kapris	50g	0,37 €
Kalamata-oliivi	200g	2,83 €
Mozzarella	200g	3,01 €
Valkosipulimurska	30g	0,93 €
Basilika	40g	0,10 €
Vaalealeipä	500g	2,86 €
Mustapippuri	15g	0,31 €
	Yhteensä:	16,87 €
	Yksi annos:	1,69 €
	Myyntihinta:	7,00€

Pähkinäinen leipäjuustosalaatti

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Leipäjuusto	500g	5,27 €
Viinirypäle	300g	1,43 €
Suolapähkinä	200g	1,11 €
Granaattiomena	100g	1,00 €
Oliiviöljy	100g	0,61 €
Mustapippuri	15g	0,31 €
	Yhteensä:	13,57 €
	Yksi annos:	1,36 €
	Myyntihinta:	7,00€

Tabbouleh

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Bulgur	300g	1,23 €
Sipuli	150g	0,19 €
Minttu	70g	0,21 €
Pinaatti	70g	0,23 €
Persilja	70g	0,45 €
Tomaatti	300g	1,27 €
Kurkku	300g	0,54 €
Sitruunamehu	30g	0,26 €
Mustapippuri	15g	0,31 €
	Yhteensä:	4,69 €
	Yksi annos:	0,47 €
	Myyntihinta:	6,00€

Tomaatti-mozzarella-basilika

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Tomaatti	400g	1,70 €
Mozzarella	500g	7,52 €
Basilika	50g	0,13 €
Mustapippuri	15g	0,43 €
Balsamiviinietikka	50g	0,40 €
Oliiviöljy	50g	0,31 €
	Yhteensä:	10,49 €
	Yksi annos:	1,05 €
	Myyntihinta:	5,00€

Välimerensalatti

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Aurinkokuivattu tom.	150g	2,12 €
Salaattijuusto	300g	2,29 €
Kalamata-oliivi	200g	2,04 €
Punasipuli	100g	0,35 €
Kirsikkatomaatti	250g	1,63 €
Basilika	70g	0,18 €
Oliiviöljy	150g	0,92 €
	Yhteensä:	13,37 €
	Yksi annos:	1,34 €
	Myyntihinta:	7,00€

Alkuruoat ja cocktail-palat:

Aurajuusto- pinaatti bruschetta (yksi annos 2kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Pinaatti	35g	0,11 €
Tuorejuusto	100g	1,12 €
Valkosipuli	10g	0,31 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Sinihomejuusto	200g	2,36 €
Patonki:	200g	1,50 €
	Yhteensä:	5,61 €
	Yksi annos:	0,56 €
	Myyntihinta:	4,00€

Jokirapuskagen

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Jokirapu	200g	3,25 €
Punasipuli	70g	0,25 €
Tilli	40g	0,92 €
Smetana	50g	0,43 €
Majoneesi	50g	0,23 €
Sitruunamenu	10g	0,26 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Suola	10g	0,02 €
Maissitoast	500g	2,86 €
	Yhteensä:	8,43 €
	Yksi annos:	0,84 €
	Myyntihinta:	4,00€

Lohipuolukkatartar (Yksi annos 2kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kylmäsavulohi	170g	2,17 €
Puolukkatuorejuusto	200g	3,50 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Suola	5g	0,01 €
Tilli	15g	0,35 €
Saaristolaisleipä	300g	4,72 €
	Yhteensä:	10,96 €
	Yksi annos:	1,10 €
	Myyntihinta:	4,00€

Lohirieskarulla (Yksi annos 2kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Ruohosip.tuorejuusto	100g	1,22 €
Kylmäsavulohi	200g	1,92 €
Tilli	15g	0,35 €
Rieska	160g	0,96 €
	Yhteensä:	4,45 €
	Yksi annos:	0,45 €
	Myyntihinta:	4,00€

Porotartar ja päärynä (Yksi annos 3 kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kylmäsavuporo	150g	14,50 €
Majoneesi	80g	0,36 €
Säilyke päärynä	50g	0,15
Timjami	10g	0,04 €
Suola	10g	0,02 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Ruisnappi	200g	3,59 €
	Yhteensä:	18,87 €
	Yksi annos:	1,89 €
	Myyntihinta:	4,00€

Metsäsieninappi (Yksi annos 3kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Metsäsieni	200g	3,10 €
Sipuli	40g	0,14 €
Smetana	150g	1,29 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Suola	10g	0,02 €
Ruisnappi	200g	3,59 €
Persilja	40g	0,26 €
	Yhteensä:	8,61 €
	Yksi annos:	0,86 €
	Myyntihinta:	4,00€

Savuhaenmätitoast

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Smetana	100g	0,86 €
Savuhauenmäti	200g	7,93 €
Tilli	40g	0,92 €
Suola	10g	0,02 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Maissitoast	500g	2,86 €
	Yhteensä:	12,80 €
	Yksi annos:	1,28 €
	Myyntihinta:	4,00€

Tapanade bruschetta (Yksi annos 3 kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Oliivi	300g	3,06 €
Oliiviöljy	150g	0,93 €
Sitruunamehu	20g	0,17 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Patonki	300g	2,25 €
	Yhteensä:	6,62 €
	Yksi annos:	0,66 €
	Myyntihinta:	4,00€

Tomaattisalsa bruchetta (Yksi annos 3kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Pesto	100g	3,11 €
Tomaatti	250g	1,07 €
Punasipuli	75g	0,27 €
Valkosipuli	20g	0,62 €
Patonki	300g	2,25 €
	Yhteensä:	7,32 €
	Yksi annos:	0,73 €
	Myyntihinta:	4,00€

Vuohenjuusto pesto bruchetta (Yksi annos 2kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Pesto	70g	2,18 €
Vuohenjuusto	200g	1,28 €
Patonki	200g	1,50 €
Basilika	20g	0,50 €
	Yhteensä:	5,46 €
	Yksi annos:	0,55 €
	Myyntihinta:	4,00€

Metsäsienipiiras

Valmistuote kpl hinta: 0,87€

Myyntihinta: 4,00

Focaccia hummuksella

Hinta:

Myyntihinta:

Pääruoat:

Gremolatakanaa

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kana	1500g	8,84 €
Oliiviöljy	150g	0,92 €
Persilja	50g	0,32 €
Sitruunamehu	100g	0,87 €
Valkosipuli	20g	0,62 €
Hunaja	100g	0,90 €
Leipä	200g	1,15 €
	Yhteensä:	13,62 €
	Yksi annos:	1,36 €
	Myyntihinta:	9,00€

Kanaa mangosalsalla

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kana	1500g	8,84 €
Mango	400g	1,40 €
Kevätsipuli	80g	1,54 €
Valkosipuli	10g	0,31 €
Tuore chili	10g	0,30 €
Limemehu	30g	0,30 €
Korianteri	10g	0,40 €
Suola	10g	0,02 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
	Yhteensä:	13,32 €
	Yksi annos:	1,33 €
	Myyntihinta:	9,00€

Loimulohi (makua voidaan vaihdella):

Yksi annos 120g ja hinta 1,53€

Myyntihinta: 9,00€

Paahtopaisti:

Yksi annos 100g ja hinta 1,80€. Koristeeksi rosepippuria

Myyntihinta: 9,00€

Teriyakilohi:

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Lohi	n.80g	12,20 €
Teriyaki kastike	250g	1,65 €
Herneenverso	50g	1,68 €
	Yhteensä:	15,53 €
	Yksi annos:	1,55 €
	Myyntihinta:	9,00€

Karitsan entrecotee tsatsikilla:

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Karitsan entrecotee	800g	20,96 €
Kurkku	370g	0,66 €
Turkkilainen jogurtti	500g	2,30 €
Valkosipuli	40g	1,24
Sokeri	50g	0,07 €
Suola	30g	0,05 €
Mustapippuri	20g	0,42 €
	Yhteensä:	25,70 €
	Yksi annos:	2,57 €
	Myyntihinta:	9,00€

Jälkiruoat:

Cake-pops: (sitruuna, straciatella ja vadelma)

Kpl hinta: 1,95€

Myyntihinta: 4,00€

Juustokakku: Paljon eri makuja

Kpl hinta 3,72€ ?

Myyntihinta: 6,00€

Sulkaafondant (VL) mascarbonevaahdolla ja kauden marjoilla

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Marjoja	200g	1,00 €
Suklaafondant	900g	18,20 €
	Yhteensä:	19,20 €
	Yksi annos:	1,92 €
	Myyntihinta:	5,00€

Sitruunamarenkitartalet (VL)

Kpl hinta 1,87€

Myyntihinta: 5,00€

Suklaatryffelikakku (G)

Kpl hinta 3,12€

Myyntihinta: 6,00€

Vaniljatuulihattu (L,P) (annos 4kpl)

Yksi annos 0,88€

Myyntihinta: 4,00€

Valkosuklaa- daimmousse: (annos 2dl) (VL)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Valkosulkaamousse	246g	4,10 €
Daim rouhe	170g	1,70 €
Maito	1000g	0,80 €
	yhteensä:	6,60 €
	Yksi annos:	0,66 €
	Myyntihinta:	4,00€

Värikäs macaroni lajitelma (annos 2kpl)

Annos hinta: 1,83€

Myyntihinta: 4,00€

Salaattibuffet:

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
BBQ-kana	50g	0,29 €
Loimulohi	50g	0,64 €
Korianterikatkarapu	50g	0,61 €
Kurkku	30g	0,10 €
Paprika	30g	0,20 €
Kirsikkatomaatti	40g	0,26 €
Salaattisekoitus	40g	0,38 €
Marinoitupunasipuli	20g	0,10 €
Aurinkokuivattutomaatti	30g	0,42 €
Grillattumunakoiso	50g	0,48 €
Kalamata-oliivi	30g	0,31 €
Salaattijuusto	40g	0,31 €
Cantaloupe melooni	50g	0,30 €
Balsamiviinietikka	20g	0,25 €
Ceasarkastike	50g	0,27 €
Talonkastike	30g	0,30 €
Krutonki	30g	0,33 €
Parmesanlastu	30g	0,20 €
Cashew pähkinä	20g	0,35 €
	Yksi annos:	6,10 €
	Myyntihinta:	16 €

Liite 7: Menun reseptiikka

Menu:

Kaikki reseptiikat on tehty 10 henkilölle. Kaikista tuotteista ilmoitetaan hinta 10 henkilölle sekä yhden annoksen hinta. Myyntihinta ilmoitetaan yhtä annosta kohden. Kateprosentti salaateissa, alkupaloissa ja pääruoissa on 70 -80%. Jälkiruoissa kateprosentti vaihtelee 40 -80% välillä. Hinnat on suuntaa antavia, niihin ei ole laskettu mukaan arvolisäveroa.

Salaatit:

Gnocchi summer salad:

Raaka-aine	Käyttöpaino	Hinta:
Gnocchi	500g	1,80 €
Keltainen paprika	300g	1,34 €
Vihreä paprika	300g	1,36 €
Kirsikkatomaatti	400g	2,61 €
Punasipuli	150g	0,53 €
Kalamata-oliivi	200g	1,22 €
Chorizo	300g	3,30 €
Basilika	30g	0,10 €
Oliiviöljy	150g	0,92 €
Suola	0,10g	0,02 €
Mustapippuri	0,10g	0,21 €
	Yhteensä:	13,41 €
	Yksi annos:	1,34 €
	Myyntihinta:	7,00€

Caesarsalaatti Naturel

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Caesar -kastike	500g	2,70 €
Parmesanlastu	500g	2,10 €
Krutonki	300g	3,38 €
	Yhteensä:	12,02 €
	Yksi annos:	1,20 €
	Myyntihinta:	6,00€

Caesarsalaatti Kana

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Caesarkastike	500g	2,70 €
Parmesanlastu	500g	2,10 €
Krutonki	300g	3,38 €
Kana	500g	5,00 €
	Yhteensä:	17,02 €
	Yksi annos:	1,70 €
	Myyntihinta:	7,00 €

Caesarsalaatti Katkarapu

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Caesarkastike	500g	2,70 €
Parmesanlastu	500g	2,10 €
Krutonki	300g	3,38 €
Katkarapu	400g	4,87 €
	Yhteensä:	16,89 €
	Yksi annos:	1,69 €
	Myyntihinta:	7,00 €

Caesarsalaatti Pekoni

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Caesarkastike	500g	2,70 €
Parmesanlastu	500g	2,10 €
Krutonki	300g	3,38 €
Pekoni	300g	1,58 €
	Yhteensä:	13,60 €
	Yksi annos:	1,36 €
	Myyntihinta:	7,00 €

Inkivääri- lime- coleslaw

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Porkkanaraaste	600g	0,97 €
Kaaliraaste	600g	1,65 €
Majoneesi kevyt	200g	0,67 €
Tuore inkivääri	50g	0,85 €
Limemehu	70g	0,20 €
Korianteri	50g	2,00 €
Pippuri	0,10g	0,21 €
	Yhteensä:	6,55 €
	Yksi annos:	0,66 €
	Myyntihinta:	5,00€

Mansikka- aurajuustosalaatti

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Purjosipuli	150g	0,36 €
Mansikka	300g	4,34 €
Vesimeloni	500g	3,32 €
Sinihomejuusto	200g	2,54 €
Saksanpähkinä	200g	2,80 €
Oliiviöljy	100g	0,61 €
Mustapippuri	10g	0,29 €
	Yhteensä:	18,10 €
	Yksi annos:	1,81 €
	Myyntihinta:	9,00€

Panzanella

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kesäkurpitsa	400g	0,93 €
Kirsikkatomaatti	400g	2,61 €
Punasipuli	100g	0,35 €
Punainen paprika	400g	2,57 €
Kapris	50g	0,37 €
Kalamata-oliivi	200g	2,83 €
Mozzarella	200g	3,01 €
Valkosipulimurska	30g	0,93 €
Basilika	40g	0,10 €
Krutonki	500g	2,86 €
Mustapippuri	15g	0,31 €
	Yhteensä:	16,87 €
	Yksi annos:	1,69 €
	Myyntihinta:	7,00€

Pähkinäinen leipäjuustosalaatti

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Leipäjuusto	300g	3,16 €
Viinirypäle	300g	1,43 €
Suolapähkinä	200g	1,11 €
Granaattiomena	100g	1,00 €
Oliiviöljy	100g	0,61 €
Mustapippuri	15g	0,31 €
	Yhteensä:	11,46 €
	Yksi annos:	1,15 €
	Myyntihinta:	7,00€

Tabbouleh

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Bulgur	200g	0,82 €
Sipuli	100g	0,13 €
Minttu	65g	0,14 €
Pinaatti	20g	0,15 €
Persilja	35g	0,22 €
Tomaatti	200g	0,85 €
Kurkku	400g	0,72 €
Sitruunamehu	45g	0,39 €
Mustapippuri	15g	0,31 €
	Yhteensä:	3,73 €
	Yksi annos:	0,37 €
	Myyntihinta:	6,00 €

Tomaatti-mozzarella-basilika

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Tomaatti	500g	2,12 €
Mozzarella	400g	6,01 €
Basilika	50g	0,13 €
Punasipuli	50g	0,18 €
Mustapippuri	15g	0,43 €
Balsamiviinietikka	50g	0,40 €
Oliiviöljy	50g	0,31 €
	Yhteensä:	9,40 €
	Yksi annos:	0,94 €
	Myyntihinta:	5,00 €

Välimerensalaatti

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Salaattisekoitus	400g	3,84 €
Aurinkokuivattu tom.	70g	0,99 €
Salaattijuusto	200g	1,53 €
Kalamata-oliivi	150g	1,53 €
Punasipuli	100g	0,35 €
Kirsikkatomaatti	250g	1,63 €
Basilika	70g	0,18 €
Oliiviöljy	150g	0,92 €
	Yhteensä:	10,97 €
	Yksi annos:	1,10 €
	Myyntihinta:	7,00 €

Alkuruoat ja cocktail-palat

Aurajuusto- pinaatti bruschetta (yksi annos 2kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Pinaatti	35g	0,11 €
Tuorejuusto	100g	1,12 €
Valkosipuli	10g	0,31 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Sinihomejuusto	200g	2,36 €
Patonki:	200g	1,50 €
	Yhteensä:	5,61 €
	Yksi annos:	0,56 €
	Myyntihinta:	4,00€

Jokirapuskagen

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Jokirapu	200g	3,25 €
Punasipuli	70g	0,25 €
Tilli	40g	0,92 €
Smetana	50g	0,43 €
Majoneesi	50g	0,23 €
Sitruunamenu	10g	0,26 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Suola	10g	0,02 €
Maissitoast	500g	2,86 €
	Yhteensä:	8,43 €
	Yksi annos:	0,84 €
	Myyntihinta:	4,00€

Lohipuolukkatartar (Yksi annos 2kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kylmäsavulohi	170g	2,17 €
Puolukkatuorejuusto	200g	3,50 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Puolukka	20g	0,10 €
Suola	5g	0,01 €
Tilli	15g	0,35 €
Saaristolaisleipä	300g	4,72 €
	Yhteensä:	10,96 €
	Yksi annos:	1,10 €
	Myyntihinta:	4,00 €

Lohirieskarulla (Yksi annos 2kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Piparjuurituorejuusto	100g	1,22 €
Kylmäsavulohi	200g	1,92 €
Tilli	15g	0,35 €
Rieska	160g	0,96 €
	Yhteensä:	4,45 €
	Yksi annos:	0,45 €
	Myyntihinta:	4,00€

Porotartar ja päärynä (Yksi annos 3 kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kylmäsavuporo	150g	14,50 €
Majoneesi	80g	0,36 €
Säilyke päärynä	50g	0,15
Timjami	10g	0,04 €
Suola	10g	0,02 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Ruisnappi	200g	3,59 €
	Yhteensä:	18,87 €
	Yksi annos:	1,89 €
	Myyntihinta:	4,00€

Metsäsieninappi (Yksi annos 3kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Metsäsieni	200g	3,10 €
Sipuli	40g	0,14 €
Smetana	150g	1,29 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Suola	10g	0,02 €
Ruisnappi	200g	3,59 €
Persilja	40g	0,26 €
	Yhteensä:	8,61 €
	Yksi annos:	0,86 €
	Myyntihinta:	4,00€

Savuhaenmätitoast

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Smetana	100g	0,86 €
Savuhauenmäti	200g	7,93 €
Tilli	40g	0,92 €
Suola	10g	0,02 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
Maissitoast	500g	2,86 €
	Yhteensä:	12,80 €
	Yksi annos:	1,28 €
	Myyntihinta:	4,00€

Tapanade bruschetta (Yksi annos 3 kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Oliivi	300g	3,06 €
oliiviöljy	150g	0,93 €
Sitruunamehu	20g	0,17 €
Sitruunan kuorta	4g	0,00€
Mustapippuri	10g	0,21 €
Patonki	300g	2,25 €
	Yhteensä:	6,62 €
	Yksi annos:	0,66 €
	Myyntihinta:	4,00 €

Tomaattisalsa bruchetta (Yksi annos 3kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Peso	100g	3,11 €
Tomaatti	250g	1,07 €
Punasipuli	75g	0,27 €
Valkosipuli	20g	0,62 €
Patonki	300g	2,25 €
Mustapippuri	10g	0,29 €
	Yhteensä:	7,32 €
	Yksi annos:	0,73 €
	Myyntihinta:	4,00 €

Vuohenjuusto pesto bruchetta (Yksi annos 2kpl)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Pesto	70g	2,18 €
Vuohenjuusto	200g	1,28 €
Patonki	200g	1,50 €
Basilika	20g	0,50 €
	Yhteensä:	5,46 €
	Yksi annos:	0,55 €
	Myyntihinta:	4,00€

Metsäsienipiiras

Valmistuote kpl hinta: 0,87€

Myyntihinta: 4,00

Focaccia hummuksella

Hinta:

Myyntihinta:

Pääruoat:

Bulled Pork: (valmistuote)

Yksi annos 70g ja sen hinta on 1,56€

Myyntihinta: 9,00€

Gremolatakanaa

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kana	700g	4,13 €
Oliiviöljy	100g	0,61 €
Persilja	35g	0,22 €
Sitruunamehu	30g	0,26 €
Valkosipuli	15g	0,47 €
Hunaja	70g	0,63 €
Leipä	150g	0,86 €
	Yhteensä:	7,18 €
	Yksi annos:	0,72 €
	Myyntihinta:	9,00 €

Kanaa mangosalsalla

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Kana	700g	4,13 €
Mango	400g	1,40 €
Kevätsipuli	80g	1,54 €
Valkosipuli	30g	0,93 €
Tuore chili	10g	0,30 €
Limemehu	30g	0,30 €
Korianteri	10g	0,40 €
Suola	10g	0,02 €
Mustapippuri	10g	0,21 €
	Yhteensä:	9,23 €
	Yksi annos:	0,92 €
	Myyntihinta:	9,00 €

Loimulohi (makua voidaan vaihdella):

Yksi annos 70g ja hinta 0,89€

Myyntihinta: 9,00€

Paahtopaisti:

Yksi annos 70g ja hinta 1,26€. Koristeeksi rosepippuria

Myyntihinta: 9,00€

Teriyakilohi:

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Lohi	n.80g	12,20 €
Teriyaki kastike	250g	1,65 €
Herneenverso	50g	1,68 €
	Yhteensä:	15,53 €
	Yksi annos:	1,55 €
	Myyntihinta:	9,00€

Karitsan entrecotee tsatsikilla:

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Karitsan entrecotee	800g	20,96 €
Kurkku	370g	0,66 €
Turkkilainen jogurtti	500g	2,30 €
Valkosipuli	40g	1,24
Sokeri	50g	0,07 €
Suola	30g	0,05 €
Mustapippuri	20g	0,42 €
	Yhteensä:	25,70 €
	Yksi annos:	2,57 €
	Myyntihinta:	9,00€

Jälkiruoat:

Hedelmäinen -jogurtti unelma (L)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Turkkilainen jogurtti	1000g	2,60 €
Persikka	100g	0,20 €
Päärynä	100g	0,20 €
Pähkinä	100g	2,58 €
Hunaja	200g	1,80 €
Fariniisokeri	100g	0,14 €
	Yhteensä:	7,52 €
	Yksi annos:	0,75 €
	Myyntihinta:	4,00 €

Juustokakku: Paljon eri makuja

Kpl hinta 3,72€

Myyntihinta: 6,00€

Lakka panna cotta (L, G)

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Liivatelehti	7g	0,30 €
Lakka	300g	1,08 €
Kuohukerma	650g	0,81 €
Sokeri	100g	0,14 €
Rahka	400g	2,00 €
Vaniljasokeri	30g	0,10 €
	Yhteensä:	4,43 €
	Yksi annos:	0,44 €
	Myyntihinta:	5,00 €

Omena -kaurapaistos

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Omena	1000g	2,65 €
Kaneli	7g	0,07 €
Voisula	70g	0,78 €
Sokeri	80g	0,11 €
Vaniljasokeri	10g	0,11 €
Rasva	170g	1,89 €
Kaurahiutale	200g	0,23 €
Fariinisokeri	150g	0,43 €
Vispikerma	200g	0,98 €
	Yhteensä:	7,25 €
	Yksi annos:	0,73 €
	Myyntihinta:	4,00 €

Sulkaafondant (VL) kauden marjoilla

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
Marjoja	200g	1,00 €
Suklaafondant	900g	18,20 €
	Yhteensä:	19,20 €
	Yksi annos:	1,92 €
	Myyntihinta:	5,00€

Talvijäätelö (vadelma -valkosuklaa, mansikka -maitosuklaa, mustaherukka -tummasuklaa, passionhedelmä -tummasuklaa ja veriappelsiini -maitosuklaa)

Yksi annos 2,50€

Myyntihinta: 4,00 €

Vaniljatuulihattu (L,P) (annos 4kpl)

Yksi annos 0,88€

Myyntihinta: 4,00€

Värikäs macaroni lajitelma (annos 2kpl)

Annos hinta: 1,83€

Myyntihinta: 4,00€

Salaattibuffet:

Raaka-aine:	Käyttöpaino:	Hinta:
kana	50g	0,29 €
Loimulohi	50g	0,64 €
Korianterikatkarapu	50g	0,61 €
Kurkku	30g	0,10 €
Grillattu paprika	30g	0,20 €
Kirsikkatomaatti	40g	0,26 €
Salaattisekoitus	40g	0,38 €
Marinoitupunasipuli	20g	0,10 €
Aurinkokuivattutom.	30g	0,42 €
Grillattumunakoiso	50g	0,48 €
Kalamata-oliivi	30g	0,31 €
Salaattijuusto	40g	0,31 €
Cantaloupe melooni	50g	0,30 €
Balsamiviinietikka	20g	0,25 €
Ceasarkastike	50g	0,27 €
Talonkastike	30g	0,30 €
Krutonki	30g	0,33 €
Parmesanlastu	30g	0,20 €
Cashew pähkinä	20g	0,35 €
	Yksi annos:	6,10 €
	Myyntihinta:	16 €