



# Ravintolan palvelutuotteen kehittäminen

S/S Bore

Krista Karppinen

OPINNÄYTETYÖ  
Marraskuu 2019

Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Palveluliiketoiminnan koulutusohjelma

KARPPINEN, KRISTA:  
Ravintolan palvelutuotteen kehittäminen  
S/S Bore

Opinnäytetyö 54 sivua, joista liitteitä 11 sivua  
Marraskuu 2019

---

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää S/S Boren ravintolaan historiaan pohjautuva ruoka- ja juomalista. Työn toimeksiantajana toimi Turun ammatti-instituutti, joka on tuottanut hostel-, ravintola- ja kokouspalveluja laivalla vuoden 2018 alusta lähtien. S/S Bore sijaitsee Aurajoessa Turussa, merenkulkumuseo Forum Marinumin edustalla ja Turun linnan välittömässä läheisyydessä. Tällä hetkellä alus toimii museo- ja hostellilaivana sekä lisäksi Turun ammatti-instituutin opetuslaivana.

S/S Borella on pitkä ja rikas historia, joka haluttiin palvelun tuotteistamisen avulla tuoda näkyväksi myös ravintola-asiakkaille. Palvelun kehittämisen tukena käytettiin tarinallistamisen ja tuotteistamisen menetelmiä. Opinnäytetyö on laadullinen tapaustutkimus, jonka tutkimusmenetelminä käytettiin lomakehaastattelua sekä havainnointia. Työn tutkimuskysymyksiksi muodostuivat: Kuinka Boren ruoka- ja juomalistaan saadaan näkyviin aluksen historia? Kuinka tarinallistamista voidaan hyödyntää palvelun kehittämisessä?

Tutkimustulosten perusteella kehittämistyön lopputulos oli kokonaisuudessaan onnistunut, vaikka pieniä parannuksia esimerkiksi ruokaresepteihin pitääkin vielä tehdä. Tarinallistamisen koettiin tuovan illalliselle lisäarvoa, menukokonaisuus oli toimiva ja ruoka toi hyvin esiin laivan historiaa. Kokonaisvaltaisen palvelukonseptin tuottamiseksi elämyksellisyyttä tulisi vielä kasvattaa kehittämällä illallisen tarinallistamista ja lisäämällä tunnelmaa esimerkiksi musiikin avulla.

---

Asiasanat: palvelun kehittäminen, tuotekehitys, tarinallistaminen, gastronomia, historia

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Hospitality Management

KARPPINEN, KRISTA:  
Development of Restaurant Service Product  
S/S Bore

Bachelor's thesis 54 pages, appendices 11 pages  
November 2019

---

The purpose of this bachelor's thesis was to develop a history-based menu for S/S Bore. The thesis was commissioned by the Turku Vocational Institute, which has been providing hostel, restaurant and conference services on board ship since the beginning of 2018. S/S Bore is located on the Aura River in Turku, in front of the maritime museum Forum Marinum and in the immediate vicinity of Turku Castle. Currently, the ship serves as a museum and hostel ship and also as a teaching ship at the Turku Vocational Institute.

S/S Bore has a long and rich history, which was intended to be visible to restaurant customers through the commercialization of the service. Storification and commercialization methods were used to support the development of the service. This thesis is a qualitative case study, the research methods of which were form interview and observation. The research questions for the thesis were: How can the food and drink list on board Bore display the ship's history? How can storification be utilized in service development?

Based on the results of surveys collected through form interview and observations, the overall result of the development work was successful, although minor improvements still must be made, for example, to food recipes. The storification was felt to add value to the dinner, the menu was functional, and the food highlighted the ship's history. In order to produce a holistic service concept, the experience should be further enhanced by developing the storification of the dinner and adding atmosphere, for example through music.

---

Key words: service development, product development, storification, gastronomy, history

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO .....	5
2	GASTRONOMIAN AIKAKAUSIA .....	7
3	SUOMALAINEN RAVINTOLAKULTTUURI .....	10
	3.1 Suomalainen ruokakulttuuri.....	10
	3.2 Ravintolakulttuuri.....	12
	3.3 Juomakulttuuri.....	14
	3.4 Ravintolakulttuuri risteilyaluksilla.....	17
4	PALVELUN KEHITTÄMINEN .....	19
	4.1 Palvelu .....	19
	4.2 Tuotteistaminen.....	20
	4.3 Tuotekehitysprosessi .....	20
	4.4 Ruokalistasuunnittelu .....	22
	4.5 Markkinointi .....	24
	4.6 Konseptointi .....	24
	4.7 Tarinallistaminen .....	25
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN.....	27
	5.1 Tutkimusmenetelmät.....	27
	5.2 Tutkimusprosessi .....	29
	5.3 Analyysi.....	32
6	TUTKIMUSTULOKSET.....	34
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	38
	LÄHTEET .....	42
	LIITTEET .....	44
	Liite 1. S/S Boren annosruokamenu .....	44
	Liite 2. S/S Boren voileipäpöytä .....	45
	Liite 3. S/S Boren cocktaillista.....	46
	Liite 4. Haastattelulomake.....	47
	Liite 5. Tarina .....	48
	Liite 6. Viinitasting .....	50
	Liite 7. Ruokalista ryhmille vuodelta 1989.....	52
	Liite 8. Finnjetin Á la carte-lista .....	53
	Liite 9. Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiön cocktaillista .....	54

## 1 JOHDANTO

Palvelu on ilmiö, joka voi tarkoittaa kaikkea henkilökohtaisesta palvelusta aina palveluun tuotteena ja tarjoomana. Palvelu tarjotaan ratkaisuksi asiakkaan ongelmaan ja yleensä toimitus tapahtuu palveluntuottajan ja asiakkaan välisessä vuorovaikutuksessa. (Grönroos 2015, 47–48.) Palvelun kehittämisen tarkoitus on tuottaa mahdollisuudet sellaisille palveluille, jotka tuovat asiakkaille lisäarvoa (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 3). Arvo muodostuu, kun asiakas hyödyntää palvelua (Grönroos 2015, 173). Kun katsotaan asiakaslähtöisyyden näkökulmasta, palvelutuotteen tulisi olla mahdollisimman hyvin kilpailijoista erottuva, ainutlaatuinen ja ylivoimainen kokonaisuus (Tonder 2013, 15). Kehittämisen tukena voidaan käyttää useita erilaisia menetelmiä.

Palvelukonsepti on asiakkaalle näkyvä palvelukokonaisuus, joka sisältää joukon palveluja ja tuotteita. Konseptoinnin tavoitteena on, että palvelukokonaisuuden osien rajapinnat on tehty mahdollisimman huomaamattomiksi ja vaivattomiksi. Tuotteistamista voidaan hyödyntää sekä uuden palveluidean kehittämisessä että jo olemassa olevien palvelujen tehostamisessa ja laadun parantamisessa. Kun palvelua tuotteistetaan, tarkoituksena on ratkaista asiakkaan ongelma tai tyydyttää tarve. (Tonder 2013, 14, 73.) Tarinallistaminen on osa tuotteistusta ja sen avulla yritykselle luodaan tarinaintenteetti ja palveluympäristö suunnitellaan tulemaan tarinan kerrontaa. Tarinallistamisen tarkoitus on luoda asiakkaalle kokonaisvaltainen palvelukokemus, lisätä palvelun arvoa ja tuottaa elämyksiä. Tämän myötä asiakkaiden on helppo tunnistaa yritys ja sen palvelut. (Kalliomäki 2014, 11–12.)

Tämän tutkimuksellisen kehittämistyön tavoitteena oli kehittää S/S Borelle uusi palvelukonsepti. Turun ammatti-instituutti otti hoitaakseen S/S Boren hostelli- ja ravintolatoiminnan vuoden 2018 alusta alkaen. Tällä hetkellä laiva mahdollistaa historiallisen oppimisympäristön ammatti-instituutin eri alojen opiskelijoille. (Turun ammatti-instituutti TAI 2018.) S/S Bore tarjoaa hostel- ja ravintolapalveluita päivittäin vuoden ympäri. Laivassa on kaksi ravintolasalia, kolme kokoustilaa ja baari, jotka ovat varattavissa yksityiskäyttöön. Aamiaista tarjotaan päivittäin,

mutta muuten ravintolat toimivat tilauksesta. Kesäaikaan asiakkaita palvelee päivittäin myös kahvila. Hostellissa on 130 hyttiä ja makuupaikkoja noin 250 hengelle. (TAI n.d.)

S/S Bore valmistui vuonna 1960 Ruotsin Oskarshamnissa. Alus seilasi 17 vuoden ajan Turku-Maarianhamina-Tukholma-välillä ja vieraili myös reitillä Helsinki-Tukholma. Vuonna 1977 S/S Bore myytiin Jakob Linesille ja se liikennöi Pietarsaaren ja Skellefteån välillä nimellä S/S Borea. Vuonna 1987 laiva siirtyi Kristina Cruises-varustamon omistukseen ja matkasi kansainvälisessä risteilyliikenteessä nimellä Kristina Regina. Alus risteili Suomen lipun alla elokuuhun 2010 saakka muun muassa Välimerellä, jonka jälkeen sitä odotti joko myynti tai romutus. (TAI 2018.)

Oy S/S Borea Ab kiinnostui kuitenkin laivan säilyttämisestä ja osti sen. Alus siirrettiin Naantaliin kunnostettavaksi, se maalattiin Bore-varustamon alkuperäisiin väreihin ja sai takaisin alkuperäisen nimensä S/S Bore. Vuoden 2010 lokakuussa alus hinattiin Turkuun ja toukokuussa 2011 se siirrettiin merenkulkumuseo Forum Marinumin laituriin. S/S Boresta tuli osa merikeskuksen museolaivastoa ja aluksen yläkansille avattiin sen historiasta kertova näyttely. Laiva hyväksyttiin myös Museoviraston perinnerekisteriin vuonna 2011 ja sillä aloitettiin lisäksi majoitus- ja ravintolapalveluiden tuottaminen. (TAI 2018.)

## 2 GASTRONOMIAN AIKAKAUSIA

Teoksessa Maun fysiologia – Suuri ranskalainen gastronomian klassikko Brillat-Savarin (1996) kuvailee gastronomian olevan kaiken sen järkipäristä tuntemista, mikä liittyy ihmiseen ravintoa hakevana olentona. Gastronomian tavoitteena on pitää huolta siitä, että ihminen säilyisi hengissä parhaimman mahdollisen ravinnon voimin. Tavoitteeseen päästään, kun ohjataan gastronomian periaattein kaikkia niitä, jotka tutkivat, tuottavat tai valmistavat syötäväksi kelpaavia raaka-aineita. (Brillat-Savarin 1996, 54.)

Ranskalainen keittiö koki hätkähdyttävän muutoksen 1600-luvun puolivälissä. Keskiaikainen ruoanvalmistus tuli tiensä päähän ja haute cuisine syntyi. Ranskalainen keittiö alkoi rakentua kahden liemen, liha- ja kalaliemen pohjalle. Se oli myös alku nykyaikaisille kastikkeille, kun roux, eli jauho-rasvasuurus, keksittiin. Ruoan maustaminen keventyi verrattuna keskiaikaisen keittiön tapaan. Mausteina käytettiin suolaa ja pippuria, sitruunamehua ja yrttikimppuja. Myös tryffelien käyttö yleisty. Resepteissä alettiin käyttää enemmän tuoreita vihanneksia ja hedelmiä, koska ne olivat helpommin saatavilla kuin ennen puutarhanhoidon ja tietoisuuden edettyä huomattavasti. Uuden maailman ruoat eivät kuitenkaan vielä olleet rantautuneet Ranskaan. (Civitello 2008, 167–168.)

Keittiöissä tapahtui käänne 1970-luvun alussa, kun syntyi uusi keittiö, nouvelle cuisine, johon kuuluivat kevyesti sulavat, mutta vaikeasti valmistettavat ruoat. Tähän saakka oltiin eletty ylensyönnin aikaa toisen maailmansodan päättymisestä lähtien. Ruoan aiheuttamat elintäsairaudet alettiin tiedostaa ja hoikkuus tuli muotiin. Vanhasta keittiöstä säilyi vain vaatimus ehdottomasti tuoreisiin raaka-aineisiin. (Talvi 1989, 306, 311.) Uuden ranskalaisen keittiön tarkoituksena oli luoda uusi tyyli klassisen keittiön tilalle. Sen perusvalmistustavat pohjautuivat klassiseen keittiöön, mutta suuntaus oli terveellisempi. Esimerkiksi kerma haluttiin korvata maitojauheella, jauhot rahkalla tai vihannessoseilla ja voi kasviöljyllä. Suomeen uusi keittiö saapui 1970-luvun lopussa. (Martiala & Lylyharju 2017, 129.) Uuden keittiön erot klassiseen verrattuna olivat keveys, yksinkertaisemmat valmistustavat ja nopeus sekä kasvien käytön lisääminen. Kypsennys-

menetelmät muuttuivat keveämmiksi ja paistamisen ja käristämisen sijaan siirryttiin parilointiin ja höyryttämiseen. Pienet ruokalajit olivat tyyllille ominaisia. (Viitasaari 2006, 41.) Terveellisyyden käänköpuolena makeiden jälkiruokien määrä kasvoi valtavasti. Uuden keittiön myötä ravintolakeittiö muuttui entistä kalliimmaksi, mutta ruokaa sai kuitenkin entistä vähemmän. (Talvi 1989, 306, 311.)

Cuisine naturelle syntyi 1980-luvun puolivälissä ja se oli ikään kuin jatkoa uudelle keittiölle. Suuntaus muodostui sen ajatuksen pohjalta, että kokillakin on vastuu asiakkaan terveydestä ja siitä, mitä ja miten hän syö. Perintönä uudesta keittiöstä jäi rasvan sekä suolan ja mausteiden määrän vähentäminen ja vaihtaminen tuoreisiin yrteihin, kalan ja lihan valmistaminen miedolla lämmöllä, kasvien kypsentäminen juuri ja juuri kypsiksi, sokerin korvaaminen hunajalla sekä ruoan oman maun säilyttäminen ja korostaminen. Klassisista kastikkeista luovuttiin ja siirryttiin käyttämään jogurttia tai kermaviiliä kastikepohjina sekä valmistamaan kastike vain perusliemestä ja sitruunamehusta. (Talvi 1989, 311, 313.)

Fuusiokeittiö, jota kutsuttiin myös cross overiksi ja kalifornialaiseksi keittiöksi, nousi esiin Suomessa 1990-luvun lopulla. Kaukoidässä suuntaus tunnettiin myös nimellä "east meets west" eli itä kohtaa lännen, koska se oli sekoitus erimaalaisia keittiöitä. Piirteitä fuusiokeittiö sai muun muassa aasialaisesta, meksikolaisesta, arabialaisesta ja pohjoismaisesta keittiöstä. Suuntaus sai alkunsa, kun eri puolilta maailmaa tulleet kokit ja keittiömestarit työskentelivät yhdessä. (Viitasaari 2006, 42–43.)

Yksi nykypäivän trendeistä on tiedostavan ruokailun lisääntyminen. Ihmisen ruokavalinnat eivät perustu enää vain mielitekoihin. Nykyajan hektisyyden takia ihmiset eivät enää noudata perinteisiä, täsmällisiä ruoka-aikoja, vaan ateriat korvataan yhä useammin välipaloilla. Tämän seurauksena tarjolle on tullut kätevämpiä, joustavampia sekä terveellisempiä välipalavaihtoehtoja. Kiinnostus ruokavalioiden yksilöintiin on kasvamassa, koska uusimpien tutkimustulosten mukaan ruoan, aivojen ja suoliston välillä on yhteys, jolla saattaa olla vaikutus ihmisen terveyteen, mielialaan ja suorituskykyyn. (Fazer Food Services 2019, 4, 11, 16.)



Kuluttajat haluavat myös tietää, mistä ruoka on peräisin, miten se on tuotettu ja mitä ylijäävälle ruoalle tapahtuu. Ympäristön kannalta kestävämpiä ruokia ja raaka-aineita vältellään ja tietoisuus punaisen lihan ympäristövaikutuksista lisääntyy. Yhä useampi kuluttaja on vähentänyt lihankulutustaan ja ravintoloiden sekä ruokakauppojen lihattomat vaihtoehdot ovat nousseet lihatuotteiden rinnalle. Ravintoloissa loihditaan edelleen ruokailuelämyksiä, mutta ne ovat terveellisiä ja kestävästi tuotettuja. Ruoan terveellisyys on yhtä suuressa osassa kuin hyvä maku. Vastapainoksi ihmiset haluavat kuitenkin rikkoo rutiineja ja hemmotella itseään, vaikka kiinnostus terveelliseen ruokaan ja kohtuullisuuteen kasvaa. Ravintolakokemuksen odotetaan olevan erilainen ja juuri omiin mieltymyksiin räätälöity elämys. (Fazer Food Services 2019, 4, 14, 27, 30.)

### 3 SUOMALAINEN RAVINTOLAKULTTUURI

Ranskalainen ravintolailmiö saapui Skandinaviaan 1700- ja 1800-lukujen taitteessa. Suomeen tämä kulttuuri rantautui 1800-luvun alussa ja sai vaikutteita lännestä ja idästä. Suomessa ravintolakulttuuri rakentui pitkälti ranskalaisen ravintolakulttuurin pohjalle, kuten muuallakin Euroopassa. Suomen hotelli- ja ravintolakulttuuri alkoi kehittyä Turussa, joka oli silloinen pääkaupunki. 1800-luvun loppulla ravintolakulttuurin kehitys kiihtyi varsinkin Helsingissä, josta tuli pääkaupunki vuonna 1812. Suomessa ei ollut omaa ravintolakulttuuria ruokineen ja tapoineen. (Viitasaari 2006, 18, 22–23, 29, 32.)

#### 3.1 Suomalainen ruokakulttuuri

Suomen sijainti sekä asema idän ja lännen välissä ovat vaikuttaneet merkittävästi suomalaisen ruokakulttuurin muodostumiseen. Ruotsin ja Venäjän vaikutteet ruokakulttuuriimme ovat ajan myötä sekoittuneet, mutta nykyisinkin voidaan huomata alueellisia eroja idän ja lännen välillä. Muista pohjoismaista Suomi erottuukin nimenomaan itäisten ruokien ja tapojen periytymisellä. Lyhyt kasvukausi rajoittaa viljeltävien kasvien määrää sekä pitkä välimatka pohjoisen ja etelän välillä lisää alueellista erilaisuutta. Pitkän talven vuoksi satokauden tuotteita on tuotettu ja säilötty paljon. (Finfood – Suomen ruokatieto ry 2009, 14–15.)

Historiassa vallinnut niukkuus on myös muovannut suomalaista ruokakulttuuria, koska niukkoina ajanjaksoina on syöty vain hengissä säilyäkseen ja ruokaa on jouduttu jatkamaan erilaisilla korvikkeilla. Toisaalta historiassa on myös osattu juhlia ja herkutella, kun linnoissa, pappiloissa ja kartanoissa on kokeiltu uusia kansainvälisiä makuja sekä nautittu ylellisiä ruokia. Elintarvikkeiden säännöstely jatkui useita vuosia toisen maailmansodan päättymisen jälkeen, mutta syöminen alkoi muuttua nopeasti 1950-luvulla. Suomen ruokatalous on perustunut 1800-luvun loppuun asti varasto- ja omavaraisuuteen ja vasta 1960-luvulla ihmiset alkoivat ostaa suuren osan elintarvikkeistaan myymälöistä. Maaseudullakin siirryttiin kaupalliseen aikakauteen ja niukkuus vaihtui yltäkylläisyyteen. (Finfood 2009, 14–15.)

Teollistumisen ja kaupungistumisen seurauksena siirryttiin ruoan tuottajista kuluttajiksi. Yhteiskunnallisten muutosten ja elintason nousun vuoksi hyvinvointiyhteiskunnassa kotona tekemisen merkitys on vähentynyt. 2000-luvun myötä ruokavaihtoehdot ovat lisääntyneet ja valikoima laajentunut. Suomeen on muodostumassa useita erilaisia ruokakulttuureja, jotka muotoutuvat eettisten näkökulmien tai erilaisten trendien pohjalta sekä maahan muuttaneiden kulttuurien tuomina. (Finfood 2009, 15.)

Aistit, kokemukset ja elämykset liittyvät vahvasti ruokaan ja siitä nauttimiseen. Ruokakulttuuriryhmän mukaan suomalainen ruoka muodostuu kotimaisista raaka-aineista, resepteistä sekä työstä. Suomalaisen ruoan makua luonnehditaan usein yksinkertaiseksi, puhtaaksi sekä raikkaaksi ja keskeisessä osassa ovat kotimaiset raaka-aineet ja niiden ominaismakujen tunnistettavuus valmiissa ruoassa. Myös maallemme ominaiset valmistustavat maistuvat suomalaisessa ruoassa. Keittäminen ja uunissa hauduttaminen ovat vanhoja valmistusmenetelmiä ja lisäksi savustamista, nuotiolla kypsentämistä ja imellyttämistä pidetään suomalaiselle ruoalle ominaisina. Perinteinen suomalainen makumaailma on mieto. Aiemmin mausteita käytettiin vain vähän ja useissa kotitalouksissa ainoita mausteita olivat pitkään vain suola ja pippuri. (Finfood 2009, 18–20.)

Makumieltymyksissä on ollut myös alueellisia eroja, joita voidaan huomata vielä nykyisinkin. Idässä on suosittu happamia makuja, jotka on omaksuttu slaavilaisesta perinteestä. Lännestä tulevat taas hapanmakea ja makea makumaailma. Näiden lisäksi myös suolainen maku liitettiin suomalaiseen makumaailmaan suolaamisen yleistyessä säilöntämenetelmänä. Eri alueiden välisiä rajoja ovat häivyttäneet muun muassa siirtolaisuus, muuttoliike asutuskeskuksiin, raaka-aineiden maanlaajuinen tarjonta, keittokirjat sekä lehdissä julkaistut reseptit. Lisäksi globalisaatio on tuonut Suomeen entistä nopeammin uusia raaka-aineita, maailman ruokatrendejä sekä uusia makuja ja valmistustapoja. (Finfood 2009, 21.)

### 3.2 Ravintolakulttuuri

Ravintolassa syöminen on ollut Suomessa harvinaista 1900-luvun loppupuolelle saakka. Tätä aikaisemmin suurin osa suomalaisista ei käynyt ravintoloissa ollenkaan ja ravintoloissa käyntiä pidettiin jopa paheellisena. Vielä 1950-luvulla ravintoloissa oli valkoiset pöytäliinat ja niitä pidettiin arvokkaina paikkoina. Suomen ravintolarakenne monipuolistui 1970-luvulla. 1960-luvun lopulla voimaan tuli uusi alkoholilaki, joka toi yleisravintoloiden rinnalle anniskeluravintoloita. Myöskään ruokaravintoloissa käynti ei ollut enää yhtä muodollista kuin ennen. 1980-luku oli eräänlainen muutosvaihe ravintolamaailmassa kuluttajien näkökulmasta. Ravintoloiden monipuolistuminen jatkui ja asiakkaat valitsivat ravintolansa, kun ennen ravintolat olivat valinneet asiakkaansa. (Finfood 2009, 22–23.)

Suomen talous siirtyi nousukaudelta syvään lamaan 1940-luvun alussa. Elintarvikepula vaikeutti ravintolatoimintaa ja myös ravintolat kuuluivat ruokasääntelyyn piiriin. Ravintoloiden täytyi sopeutua vallitseviin olosuhteisiin ja tunnettuja ravintola-annoksia valmistettiin soveltaen saatavilla olleista suomalaisista raaka-aineista. Sääntelystä luovuttiin vähitellen ja ruokalistat muuttuivat monipuolisemmiksi. 1950-luvulla ravintoloita oli Suomessa vain vähän ja ne sijaitsivat enimmäkseen isoissa kaupungeissa. Naisasiakkaat saivat asioida ravintoloissa vain miesten seurana. Ravintoloita arvostettiin, mutta kulttuuria kritisoitiin, koska suhteessa kansanravintoloihin korkealuokkaisia ravintoloita oli liian paljon. Ravintolaruoan yksipuolisuus herätti keskustelua, koska lähes kaikki ravintolat tarjosivat samoja ruokalajeja. (Viitasaari 2006, 33–34.)

Ihmiset alkoivat muuttaa kaupunkiin työn perässä 1960-luvulla ja kaupungit kasvoivat. Elintaso parani ja vapaa-aika lisääntyi yhteiskunnan ja talouselämän kehittymisen seurauksena. Tämän vuoksi majoitus- ja ravintolapalveluiden kysyntä kasvoi niin nopeasti, etteivät ravintolat pystyneet vastaamaan siihen. Ongelmana oli edelleen ravintolatarjonnan kapea-alaisuus, johon vastattiin perustamalla yleisravintoloita. Vuonna 1967 naisten eriarvoinen kohtelu vähentyi ja yksinäinen nainen tai naisseurue hyväksyttiin ravintola-asiakkaaksi ilman miesseuraa. (Viitasaari 2006, 37–38.)

Uusia ravintoloita ja anniskelupaikkoja perustettiin nopeaan tahtiin 1970-luvulla ja ravintolapalvelut olivat tasapainoisemmin kaikkien yhteiskuntaluokkien käytävissä. Kilpailu kiristyi, mutta se myös monipuolisti ravintola-alaa. 1970-luku oli kansainvälistymisen sekä vaurastumisen aikaa ja se näkyi myös ravintola-alalla. Yleisravintoloiden rinnalle nousi erilaisia erikoisravintoloita, kuten pubeja ja grilliravintoloita. Ravintola-alalla kärsittiin edelleen työvoimapulasta, jonka helpottamiseksi ravintoloiden aukiolopäiviä vähennettiin ja käyttöön otettiin esivalmisteltuja ruokatuotteita. (Viitasaari 2006, 38–39.)

Ravintoloissa käynti yleistyi entisestään 1980-luvulla ja ruokamyynä kasvoi alkoholimyynä nopeammin. Vuosikymmenen alussa Alko suhtautui uusien ravintoloiden perustamiseen tiukasti, mutta loppupuolella perustamisluvan sai lähes jokainen halukas. Tyypillisistä yleisravintoloista luovuttiin, tarjonta erikoistui ja ravintoloiden voimakas ketjuuntuminen alkoi. Ravintola-alan arvostus kasvoi koulutuksen ja palkkojen nousun myötä. Perinteinen vatitarjoilu väheni ja uuden ranskalaisen keittiön mukana siirryttiin lautastarjoiluun. 1980-luvulla ravintola-ruoka muuttui merkittävästi. Vuonna 1981 Suomessa aloitettiin projekti, joka korosti ruokakulttuurin kotimaisuutta. Kotimaisten raaka-aineiden käyttö lisääntyi ja teollisten tuotteiden käyttö kasvoi. (Viitasaari 2006, 40–42.)

Ravintola-alan kehitys katkesi 1990-luvun alussa vaikeaan lamaan. Monet laadukkaatkin ruokaravintolat ajautuivat konkurssiin ja työntekijöitä jäi työttömiksi. Vuonna 1994 talous kääntyi kasvuun, mutta ravintola-alan työttömyys väheni hitaasti. Ravintoloiden määrä nousi kannattavuudesta huolimatta, koska Alko myönsi runsaasti anniskelulupia. Ravintoloiden tuli kiinnittää huomiota kustannustehokkuuteen, luovuuteen sekä erikoistumiseen kovan kilpailun takia. Vuonna 1995 Suomen Euroopan Unioniin liittymisen myötä elintarvikkeiden tuonti vapautui ja ravintolat saivat käyttöönsä monipuolisemmin raaka-aineita. Vuonna 1995 myös anniskelulupien myöntämistä tiukennettiin jälleen, kun ravintoloiden valvontatehtävät siirtyivät Alkolta Sosiaali- ja terveysministeriön alaiselle Sosiaali- ja terveydenhuollon tuotevalvontakeskukselle. 1990-luvulla kotimaisten raaka-aineiden arvostus lisääntyi edelleen ja tarjolla oli suomalaisia marjoja, sieniä, vihanneksia, lihaa ja kalaa. Vuosikymmenen lopulla esiin nousi fuusiokeittiö, joka kehittyi, kun eri puolilta maailmaa tulleet kokit ja keittiömestarit työskentelivät yhdessä. (Viitasaari 2006, 42–43.)

Ravintola-alan kukoistus jatkui edelleen 2000-luvun alussa ja erityisesti ruoan myynti on kasvattanut ravintoloiden myyntiä. Kokin ammatti oli vuosituhanen alussa suosiossa ja televisiokokit lisäsivät osaltaan alan arvostusta. Osa-aika- ja vuokratyövoiman käyttö yleistyi ravintola-alalla. 2000-luvulla sesonkiajattelu ruoanvalmistuksessa kasvoi ja raaka-aineiden aitojen makujen tuli maistua ruoassa. Ruoanvalmistuksen yksi tärkeimmistä perusteista oli kotimaisuus sekä lähiruoka. Useat ravintolat toteuttivat 2000-luvun vaihtuessa edelleen uutta ranskalaista keittiötä, mutta myös natural cuisine alkoi vaikuttaa ruoanvalmistukseen. (Viitasari 2006, 44.)

### 3.3 Juomakulttuuri

Ihmiset ovat aina osanneet keksiä syyn juoda alkoholia. Tärkeintä on ollut juoda seurassa, sillä yksin juomista on pidetty arveluttavana. Koska juomisella on sosiaalinen merkitys, on historiassa myös keksitty sääntöjä siitä, kuka saa juoda ja kenen kanssa. 1800-luvulla talouskasvun ja kaupungistumisen myötä anniskelupaikat lisääntyivät ja ihmiset pääsivät tapaamaan toisiaan juomisen merkeissä myös kotien ulkopuolella. Maailmassa on monia erilaisia kulttuureihin ja tapoihin liitettyjä juomatapoja, joten alkoholin tuottajat ovat aikojen saatossa kehitelleet juomia erityisesti erilaisiin tilaisuuksiin sopiviksi. Yleisin esimerkki tästä on ennen ruokaa nautittava aperitiivi. Gastronomian näkökulmasta alkoholijuomat on perinteisesti luokiteltu aperitiiveihin ja digestiiveihin eli juomiin, joita nautitaan ennen tai jälkeen ruokailun. (Dominé 2009, 16–18.)

Suomessa vuosina 1919–1932 voimassa olleella kieltolailla kiellettiin kaikki yli kaksi tilavuusprosenttia etyylialkoholia sisältäneet juomat. Se oli seuraus kansainvälisen raittiusliikkeen levittämästä propagandasta, jolla haluttiin kieltää kaikki päihdyttävät juomat. Kieltolain tavoitteena oli saada alkoholin kotipoltto loppumaan ja poistaa Suomesta erityisesti väkevien alkoholijuomien aiheuttamat ongelmat. Vaikutus oli kuitenkin päinvastainen: suomalaisten suhtautuminen sekä tapa nauttia alkoholia muuttuivat erittäin epäterveiksi ja pirtun salakuljetus sekä pimeä alkoholikauppa menestyvät. (Grönfors, Karttunen, Lindström, & Nikkanen 2016, 57.)

Pirtun salakuljetuksen myötä 1900-luvun alussa loistanut kansainvälinen juomakulttuuri sai väistyä Suomesta. Cocktailien sijaan juomasekoituksia valmistettiin sekoittamalla pirtua esimerkiksi teehen, kuumaan sokeriveteen tai Pommaciin. Vuonna 1922 kieltolaki tiukentui vielä entisestään ja esimerkiksi päihtyneenä esiintyminen julkisella paikalla oli rikollista toimintaa. Kieltolaki kumottiin 5. huhtikuuta vuonna 1932, kun Oy Alkoholiliike Ab avasi ovensa. 1930-luvun alkupuolella anniskelu oli jälleen sallittua, mutta se ei ollut enää yhtä iloista ja vapaamuotoista kuin kieltolakia edeltävänä aikana. Alkoholista ei saanut anniskella baaritiseikeiltä, sillä tiskiltä anniskelun ja korkeiden jakkaroiden pelättiin houkuttelevan baareihin prostituoituja. Kieltolain kumoamisen jälkeen ravintola-alalle hakeutui vähemmän miehiä, koska alalla työskentelevät leimattiin helposti homoseksuaaleiksi. 1930-luvun lopussa vain yksi kuudesta anniskeluravintoloiden työntekijöistä oli miehiä. (Grönfors ym. 2016, 61.)

Anniskeluravintoloiden tuotevalikoimasta piti löytyä myös ruokaa, sillä viinaa sai anniskella vain ruoan kanssa. Poikkeuksena olivat cocktailit, joita sai myydä ilman ruoka-annostakin. Juomat tuli tarjoilla pöytiin, koska näin ajateltiin asiakkaiden juomatahdin hidastuvan. Baareissa sai anniskella vain Oy Alko Ab:n hyväksymiä juomasekoituksia ja hyväksynnän saamiseksi piti täyttää cocktailanomus, josta tuli selvitä juoman nimi, tarkka reseptiikka sekä hintalaskelma. Alko määräsi juomasekoitukselle hinnan, joka määräytyi anniskeluravintolan laatuluokituksen perusteella. Anomuskäytäntö jatkui 1970-luvulle saakka. Sotavuosien aikana juomasekoitusten reseptiikkaa jouduttiin muuttamaan, sillä Suomeen ei tuotu enää yhtä laajaa alkoholivalikoimaa kuin aikaisemmin. Sodan loppumisen jälkeen anniskelun säännöstely jatkui vielä usean vuoden ajan. Sodan aikana anniskelua rajoitettiin, tanssikielto ravintoloissa astui voimaan ja yleinen ilmapiiri oli jännittynyt. Tanssikielto kuitenkin kumottiin vuonna 1948. (Grönfors ym. 2016, 61, 79.)

Suomen taloudellinen tilanne kääntyi nousuun 1950-luvulla. Ravintolat aloittivat kampanjoinnin baarianniskelun puolesta ennen vuoden 1952 olympialaisia. Kiivaan keskustelun ja ravintola-alan sisäisten muutosten myötä saatiin päätös baarijakkaroiden ja tiskiltä tapahtuvan anniskelun sallimisesta. Vaikka tiskiltä anniskelu sallittiin, asiakkaat eivät saaneet liikkua pöydästä toiseen juomien kanssa. Käytäntö jatkui 1960-luvun ajan, mutta 1970-luvulla juomien kanssa liikkuminen vapautui vähitellen. Hienoimmissa ravintoloissa käytäntö jatkui 1980-luvulle

saakka, sillä niissä noudatettiin pöytiintarjoilua. 1960-luvulla cocktailien anomus- ja lupakäytäntö helpottui vähitellen, eikä kaikille juomasekoituksille tarvinnut enää hakea erikseen lupaa. Baarikulttuuri muuttui hiljalleen vapaammaksi ja myös nuoriso alkoi viettää aikaa baareissa alkoholittomia juomia nauttien. Alkoholilain suurin muutos 1960-luvulla oli keskioluen vapautuminen vuonna 1969. (Grönfors ym. 2016, 85, 97.)

Cocktailit alkoivat 1970-luvulla saavuttaa suuren yleisön suosion ja pitkät, helposti nautittavat juomasekoitukset olivat trendikkäitä. Ravintoloiden valikoiman tuli sisältää kotimaisista juomista valmistettuja cocktaileja. Jos juomaresepti sisälsi ulkomaalaista väkevää alkoholia, tuli sen kanssa tarjota kotimaisista pullotteista tehtyjä juomia. Vuosikymmenen alussa alkoholijuoma-annoksia tarkistettiin: väkevän alkoholin määrä sai olla enintään neljä senttilitraa ja pelkästään viinaa sisältäviä juomasekoituksia ei saanut enää tarjoilla. (Grönfors ym. 2016, 121.)

Cocktaileissa 1980-luku näkyi äärimmäisinä väreinä ja erikoisina väriyhdistelminä. Alkoholijuomien osalta tapahtui suuri muutos, kun tuottajat alkoivat valmistaa enemmän asiakaslähtöisiä tuotteita. Ravintoloissa tämä ei kuitenkaan näkynyt tason nousuna, vaan päinvastoin: baarityöskentely oli heikkolaatuista ja cocktailien valmistukseen ei kiinnitetty huomiota. Vuonna 1980 Alko vapautti kaikkien valikoimastaan löytyvien alkoholijuomien käytön juomasekoituksiin. Alkoholikohtaisista rajoituksista luovuttiin, mutta vuonna 1984 määrättiin, että puolet juomavalikoiman cocktaileista pitää olla vain kotimaisista valmisteista ja pullotteista sekoitettuja. (Grönfors ym. 2016, 131.)

Baareissa keskityttiin 1990-luvulla perusjuomiin, kuten viinaan, olueen ja shotteihin ja elävä musiikki saapui anniskeluravintoloihin. Vuosikymmentä pidettiin myös vodkan ja hotshottien vuosikymmenenä. Juomien taso oli edelleen huono, eikä cocktailien tekemiseen keskitytty edelleenkään. Vastapainona baarimestarien ammattiyhteisyys alkoi kasvaa ja Suomen baarimestareiden ja kannattajien kerho kehitti toimintaansa. Tuoreet raaka-aineet, kuten lime, minttu ja marjat tekivät tuloaan ravintoloihin ja klassikkocktailit alkoivat kiinnostaa asiakkaita. Vuosituhannen vaihtuessa cocktailien loistovuodet koittivat. Suomalainen cock-



tailkulttuuri ja baarityöskentely kehittyivät vauhdikkaammin kuin koskaan. Samalla asiakkaat muuttuivat yhä vaativimmiksi ja tottuivat parempiin juomatuotteisiin. Tämä taas kannusti baarimestareita kehittämään ammattitaitoaan. (Grönfors ym. 2016, 151, 169.)

Suomalainen cocktailkulttuuri ei enää 2010-luvun vaihtuessa ollut jäljessä maailman huipuista. Trendejä seurataan nyt reaaliajassa ja suomalainen cocktailosaaminen sekä -kulttuuri on jopa edellä montaa maailman huippucocktailkaupunkia. Yksinkertaisuus, virkistävät maut, raikkaus ja pitkät juomat ovat trendejä. Tärkeimpiä asioita ovat juomasekoitusten ulkonäkö ja maku monimutkaisten valmistustapojen sijaan. Asiakaspalvelun peruslähtökohtia ovat palvelulähtöisyys ja asiakkaan kunnioittaminen. Myös suomalaisista anniskeluravintoloista saa ensiluokkaisten juomien lisäksi ensiluokkaista palvelua. (Grönfors ym. 2016, 181.)

### **3.4 Ravintolakulttuuri risteilyaluksilla**

Laivaliikenteen alkuajoista saakka ruoka on ollut yksi tärkeimmistä houkutuksista lähteä risteilylle (Martiala & Lylyharju 2017, 118). Ruoka ja alkoholijuomat ovat kuuluneet osaksi laivamatkustusta jo 1900-luvun alusta alkaen, kun säännöllinen matkustajaliikenne aloitettiin (Lauttamus & Siljan keittiömestarit 1995, 10). 1950–1980-luvuilla laivat hyötyivät Suomen tuontisäännöstelystä, koska ne saivat hankkia ravintoloihinsa raaka-aineita Ruotsista. Laivoilla tarjottiin monia sellaisia ruokia, joita ei saanut tuoda maihin. Ruotsinristeilijöiden ravintoloihin hankittiin parhaat saatavissa olevat raaka-aineet. Kun jotain raaka-ainetta ei ollut Suomesta saatavilla, se hankittiin Ruotsista tai lennätettiin kauempaa. Jos jotain tiettyä raaka-ainetta tarvittiin laivan keittiössä, hankkijat lähtivät etsimään sitä Tukholman elintarvikeliikkeistä. Kun Suomessa rajoitettiin keväisin vihannesten tuontia, niitäkin sai laivoihin hankkia vapaasti Ruotsista. Tämä jatkuu risteilyaluksilla osittain vieläkin, koska Ruotsissa on paremmat raaka-ainevalikoimat ja edullisemmat hinnat. (Martiala & Lylyharju 2017, 118, 121–122.)

Suomessa voileipäpöytiä on katettu 1700-luvulta lähtien. Voileipäpöydästä voidaan käyttää myös nimityksiä seisova pöytä, buffetpöytä, pitopöytä, herkkupöytä tai noutopöytä. Vaikka nykyisin kattaus voi sisältää jopa sata erilaista ruokalajia,

on voileipäpöytä saanut alkunsa viinapöydästä ja vaatimattomista tarjottavista, jolloin pöytään katettiin viinan lisäksi vain voita, leipää ja juustoa. Viina oli kiinteä osa voileipäpöytää ja ennen kielto lakia se sisältyi muiden tarjoiluiden hintaan. (Martiala & Lylyharju 2017, 63.)

Nykyajan buffetpöytä on ollut olemassa voileipäpöytänä jo höyrylaivojen aikakaudella ja siirtynyt perintönä uusille aluksille (Lauttamus ym. 1995, 10). 1900-luvulla voileipäpöytiin katettiin ravintolan keittiön paras tarjonta ja mainonnassa käytettiin hyödyksi tarjolla olleiden ruokalajien määrää. Ruotsinristeilyjoiden buffetpöydät ovat säilyttäneet suosionsa 1950-luvulta nykypäivään saakka. Ensimmäiset *à la carte*-ravintolat ilmestyivät laivoille vasta 1980- ja 1990-lukujen vaihteessa. Maissa ravintoloiden buffetpöydät tulivat muotiin 1960-1970-luvulla. 1960-luvulla voileipäpöytä oli vielä monelle uusi tuttavuus ja oli uutta, että ruokaa sai hakea lisää yhä uudelleen. Ruotsinristeilyjen alkuaikoina laivoille tultiin nauttimaan juuri voileipäpöydän antimista. 1960-luvulta alkaen laivoilla on muun muassa tarjottu Toast Skagenia, joka on klassinen ja edelleen laivoilla suosittu alkuruoka. (Martiala & Lylyharju 2017, 66, 118, 121–122.)

Perinteisesti voileipäpöytä eli *smörgåsbord* oli kalavoittoinen ja tarjoilu koostui sillistä, silakasta ja mädistä. Lisäksi valikoimaan sisältyi itse valmistettuja leikkeleitä, pasteijoita ja salaatteja sekä pikkulämpimiksi kutsuttuja lihapullia, kreppejä, täytettyjä voitaikinaleivoksia ja munakkaita. Valikoiman laajuus ei ollut voileipäpöydän tärkein asia, vaan että ruoka oli itse tehtyä ja mukana olivat edellä luetellut elementit. Valikoima saattoi kuitenkin hieman vaihdella ja mukana ei aina ollut täysin samoja tuotteita. S/S Bore oli viimeinen risteilyalus, jolla oli tarjolla niin sanottu puhdasoppinen voileipäpöytä, jonka kaikki tuotteet tehtiin vielä käsin. Toimittaja Unto Lahtonen on kuvaillut artikkelissaan 31.12.1970: ”Boren laivoissa on vähintään 30 pikkulämmintä ja noin 40 kylmää ruokalajia. Varustamo pitää tiukasti kiinni erittäin hienolla maulla valikoiduista ruokalajeista, erikoisista”. (Lauttamus ym. 1995, 16, 18.)

## 4 PALVELUN KEHITTÄMINEN

Kehitystyön ensisijainen tarkoitus on tuottaa mahdollisuudet sellaisille palveluille, jotka tuovat asiakkaille houkuttelevaa lisäarvoa. Monissa tapauksissa voi olla tarpeellista ottaa asiakkaita mukaan kokeilemaan ja arvioimaan palvelua kehitysprojektin avuksi. Näin voidaan varmistaa, että kehitystyön tulos vastaa todellisiin tarpeisiin sekä tuottaa arvoa asiakkaille. Se, kuinka paljon asiakasta osallistetaan, riippuu yrityksestä ja kehitettävästä palvelusta. Usein vain tarpeisiin reagoiminen ei riitä, vaan yrityksen tulisi tiedostaa markkinoiden piilossa olevat tarpeet ja mahdollisuudet kehitystyön perusteiksi ennen, kuin suurin osa asiakkaista on ne oivaltanut. (Jaakkola, Orava & Varjonen 2009, 3.)

### 4.1 Palvelu

Palvelua kuvataan monimutkaiseksi ilmiöksi. Palvelulla on useita merkityksiä ja se voi tarkoittaa kaikkea henkilökohtaisesta palvelusta aina palveluun tuotteena ja tarjoomana. Palvelu voi siis olla näkyvää tai näkymätöntä. Se on prosessi, joka koostuu ainakin osittain aineettomien toimintojen sarjasta. Palvelun toiminnot tarjotaan ratkaisuksi asiakkaan ongelmaan ja yleensä toimitus tapahtuu vuorovaikutuksessa asiakkaan ja palvelutyöntekijöiden tai palveluntarjoajan järjestelmien välillä. (Grönroos 2015, 47–48.) Tilastokeskus taas määrittelee palvelun käsitteen seuraavalla tavalla:

Palvelut ovat sellaisen tuotannollisen toiminnan seurausta, joka muuttaa niitä kuluttavien yksiköiden olosuhteita tai edistää tuotteiden ja rahoitusvarojen vaihdantaa. Palvelut eivät yleensä ole erillisiä eriä, joihin voisi kohdistua omistusoikeuksia, ja yleensä palvelua ja palvelun tuottamista ei voi erottaa toisistaan. (Tilastokeskus n.d.)

Asiakkaat kokevat palvelun arvon ollessaan vuorovaikutuksessa palveluntarjoajan kanssa sekä kuluttaessaan tai käyttäessään palveluja. Arvo kuitenkin muodostuu vasta asiakkaan prosesseissa, kun palvelua käytetään hyödyksi. Arvo ei

siis itsessään sisälly tuotteeseen tai palveluun. Asiakkaan kokema arvo voidaan kasvattaa lisäämällä palvelun hyötyjä, kuten parantamalla ydinratkaisua tai uusilla lisäpalveluilla, eli tuottamalla lisäarvoa. (Grönroos 2015, 171, 173.)

## **4.2 Tuotteistaminen**

Tuotteistamista voidaan käyttää niin uuden palveluidean kehittämisessä, kuin jo olemassa olevien palvelujen tehostamiseksi ja laadun parantamiseksi. Tavoitteena on kohentaa yrityksen kilpailukykyä palvelun määrittelyn vakioinnin, organisoinnin ja konkretisoinnin avulla. Ennen kuin aloitetaan suurta kehitystyötä, tulee uutta palveluideaa arvioida kriittisesti. Analysoida täytyy muun muassa seuraavia asioita: strateginen sopivuus, markkinat, segmentti, kannattavuus sekä kehittämistyön vaatimukset. (Jaakkola ym. 2009, 5, 9.)

Tuotteistamiselle ei käsitteenä ole yhtä tarkkaa määritelmää. Kun palvelua tuotteistetaan, konkreettisen hyödykkeen tuottamisen sijaan tarkoituksena on ratkaista asiakkaan ongelma tai tyydyttää tarve. Arvo, joka siirretään asiakkaalle, on usein aineeton, mutta hyödyttää asiakasta selvästi. Palvelujen tuotteistamisessa muutetaan aineetonta osaamista ja suoritetta siten, että se vastaa asiakkaan tarvetta ja ostamisen motiivia, mutta kuitenkin muodostaa selkeän, vakiomuotoisen ja hinnoiteltavissa olevan toiminnan. Asiakslähtöisyyden näkökulmasta palvelutuotteen pitäisi olla mahdollisimman hyvin kilpailijoista erottuva, mielellään ainutlaatuinen ja ylivoimainen palvelukokonaisuus, joka tyydyttää parhaiten asiakkaan odotukset ja tarpeet. Palvelu on tuotteistettu hyvin, kun sillä on selkeä kohde-ryhmä ja markkinat, se myy ja tuottaa katetta palvelun tarjoajalle sekä kun se on monistettavissa. (Tonder 2013, 14–16.)

## **4.3 Tuotekehitysprosessi**

Tuotekehitys on määrätietoista toimintaa uusien tuotteiden tai palvelujen kehittämiseksi tai olemassa olevien oleellista parantamista. Sen tavoitteena on etsiä, valita, kehittää tai luoda uusia tuotteita sekä karsia valikoimasta pois kilpailuky-

kynsä menettäneitä tuotteita. Tarkoituksena on, että tuote tai palvelu vastaa asiakkaiden nykyisiin tai tuleviin tarpeisiin. Tuotekehitysprosessin aikana onnistunut idea muutetaan markkinoitavaksi tuotteeksi, joka on kilpailijoiden tuotteita parempi, kiinnostavampi ja haluttavampi. (Harjula & Koskinen 2007, 3.)

Tuotekehitystä varten on luotu useita erilaisia prosessimalleja. Kaikkiin niihin kuuluvia vaiheita ovat kuitenkin ainakin tarvekuvaus, luovan työn vaihe ja detaljisuunnittelu. Mallit voidaan jakaa kahteen malliin: peräkkäis- eli vesiputousmalliin sekä spiraalimalliin. Peräkkäismallissa prosessin vaiheet seuraavat toisiaan, eikä seuraava vaihe voi alkaa ennen edellisen päättymistä. Spiraalimallin mukaan vaiheet sijoittuvat kehämäisesti ja niitä kierretään prosessin aikana tarkentaen lopulliseen ratkaisuun pääsemiseksi. Ulrich-Eppingerin malli (kuvio 1) yhdistelee näitä kahta mallia ja siinä peräkkäismallia käytettäessä sovelletaan spiraalimallia prosessin jokaisessa vaiheessa. (Hietikko 2015, 45, 47.)

Ulrich-Eppinger-mallin vaiheet alkavat tuoteohjelman suunnittelulla, jossa asetetaan prosessin tavoitteet ja ehdot. Prosessin tulee olla linjassa yrityksen tuotestrategian kanssa. Konseptisuunnittelu aloitetaan asiakkaan tarpeiden selvittämällä ja kilpailijoiden arvioinnilla. Tämän jälkeen voidaan asettaa tuotespesifikaatiot, siirtyä luovan työn vaiheeseen ja sen kautta valita jatkokehitykseen siirtyvät tuotteet. Systemisuunnittelun vaiheessa kiinnitetään huomiota tuoterakenteeseen, jotta saadaan aikaan sellasia vaihtoehtoja, jotka tyydyttävät mahdollisimman monen asiakkaan tarpeet. Detaljisuunnittelussa tuote saa lopullisen muotonsa. Testausvaiheessa varmistetaan, että tuote on halutunlainen. Tuotannon käynnistymisvaiheessa testataan tuotantoa sekä koulutetaan työntekijöitä. (Hietikko 2015, 47–48.)



KUVIO 1. Ulrich-Eppingerin tuotekehitysprosessin malli (Hietikko 2015, 47, muokattu)

Tuotekehityksen prosessimallit ovat kehittyneet sitä mukaa, kun yhteiskunta on muuttunut. 1900-luvun alkupuolella tuotekehitys toimi yleisesti teknologiatyöntöperiaatteella ja markkinoiden tarpeisiin ei juurikaan kiinnitetty huomiota. 1960-luvulta alkaen prosessi muuttui markkinavetoiseksi ja markkinointi tuli voimakkaammin mukaan yritysten toimintaan. Myöhemmin tuotekehitysmallissa on yhdistynyt kaksi edellistä mallia. (Hietikko 2015, 45–46.)

Yleisesti käytetyssä tuotekehitysmallissa (kuvio 2) prosessi alkaa tarpeen tunnistamisella. Tämän jälkeen voidaan asettaa kehitystyön tavoitteet sekä asettaa spesifikaatiot. Synteesivaiheessa käydään läpi luovan työn vaihe, jossa käydään läpi ideoita ongelman ratkaisemiseksi ja yhdistellään niitä konseptiksi. Sen jälkeen voidaan analysoida konseptia, jotta sen toimivuudesta saadaan luotettava kuva ja havaitaan mahdolliset ongelmat. Optimointivaiheessa suunnitellaan tuotteen yksityiskohtia ja se saa lopullisen muotonsa. Testausvaiheen tavoitteena on varmistua siitä, että tuote toimii halutulla tavalla. Tuotannon käynnistämisen vaiheessa valmistetaan koesarja ja testataan tuotantoa. Arviointivaiheessa tarkastellaan lopputulosta sekä arvioidaan sitä, täyttääkö valmis tuote tunnistetun asiakstarpeen. (Hietikko 2015, 46–47.)



KUVIO 2. Yleisesti käytetty tuotekehityksen prosessimalli (Hietikko 2015, 46, muokattu)

#### 4.4 Ruokalistasuunnittelu

Ruokatuotteen tuotekehityksessä on huomioitava ateriasuunnitteluun liittyviä yksityiskohtia. Ateriasuunnittelussa pitää ottaa huomioon muun muassa tilaisuuden luonne, valmistus- ja esillepanotavat, keittiön resurssit, raaka-ainevalinnat, ravitsemus, vieraiden erityistarpeet, kuten erityisruokavaliot sekä asiakkaan toiveet ja

budjetti. Aterialla tarjottavien ruokalajien olisi hyvä olla vaihtelevia ja soveltua tilaisuuden luonteeseen. Ateria tulee suunnitella raaka-aineiltaan tasapainoinen ja ruokalajeja olla eri raaka-aineryhmistä. Poikkeuksen voivat tehdä erilaiset teemat, kuten esimerkiksi kala. Ateriakokonaisuuden muodostaminen erilaisista pääraaka-aineista on helppoa, mutta muiden raaka-aineiden valinta saattaa olla haastavampaa, koska toistoa tulisi välttää. Keittiön resurssit tulee huomioida ateriasuunnittelussa. Henkilökunnan määrällä ja osaamisella on vaikutusta ruokalajien valintaan ja hankittavien raaka-aineiden jalostusasteisiin. Suunnittelussa tulee kiinnittää huomiota käytettävissä oleviin keittiötiloihin ja -laitteisiin. Varustus vaikuttaa käytettäviin valmistusmenetelmiin ja kylmäsäilytystiloja tulee olla riittävästi valmistettaviin ruokalajeihin nähden. (Määttä, Nuutila & Saranpää 2008, 41–42, 44.)

Samoja valmistustapoja ei pidä käyttää eri ruokalajien valmistamiseen saman aterian aikana, joten valmistustapojen valintaan pitää kiinnittää huomiota ateriasuunniteltaessa. Lisäksi eri ruokalajit tulisi maustaa eri tavoin. Ateriasuunnittelun perussääntönä pidetään keitetyn tai haudutetun ruoan tarjoamista ennen paistettua tai pariloitua ja jauhettu ruoka tulee tarjota ennen kokonaisuena tarjottavaa ruokaa. Säännöstä voidaan poiketa silloin, jos ateria on muuten koottu tasapainoisesti. Suunnittelussa on kiinnitettävä huomiota myös valmistusasteiden valintaan sekä ruokien esillepanoon, jotta ruokalajien muodot olisivat vaihtelevia. Esimerkiksi erilaiset raaka-aineiden paloittelutavat tuovat vaihtelua ruokalajien ulkonäköön. Ruokien samankaltaisen rakenteen ei ole hyvä toistua läpi aterian. Rakenteiden pehmeys tai kovuus, sileyys ja tasaisuus tai karkeus täytyy pitää kuitenkin ruokalajeille ominaisina. Ruokien värit vaikuttavat ruoan ulkonäköön ja tätä kautta ruoan tuottamaan elämykseen, joten niidenkin tulisi vaihdella aterian aikana. Hyvin koostetussa ateriasa myös ruokalajien lämpötilat vaihtelevat. (Määttä ym. 2008, 42–44.)

Ruokalajijärjestyksiä on luotu monia erilaisia. Kaikissa aterioissa kuitenkin aloitetaan pienemmillä kylmillä tai lämpimillä ruokalajeilla sekä keitoilla ja lämmin kalaruoka tarjotaan ennen lämmintä liha- tai linturuokaa. Kasvisruoan paikka sekä juustojen ja jälkiruoan keskinäinen järjestys voivat vaihdella. Ateriasuunnittelussa tärkeintä on, että kokonaisuus on tasapainoinen eikä ruokaa ole tarjolla liikaa, vaikka ruokalajeja olisi kuinka monta tahansa. Aterian ruokalajit tulisi tarjota nousevasti, eli

ateria aloitetaan maultaan ja rakenteeltaan kevyimmällä sekä vähärasvaisimmalla ruoalla ja makujen voimakkuutta sekä täyteläisyyttä lisätään aterian edessä. Myös buffetpöydän ruokalajien järjestyksessä on omat sääntönsä ja ruoat katetaan seuraavaan järjestykseen: kylmät alkuruoat, lämpimät alkuruoat, keitot, pääruoat, juustot ja jälkiruoat. (Määttä ym. 2008, 50, 56.)

#### **4.5 Markkinointi**

Asiakassegmentoinnissa on kyse asiakaslähtöisyydestä, jonka tarkoitus on tuottaa toimivia ja kannattavia asiakassuhteita yritykselle. Segmentoinnin tarkoituksena etsiä ja valita asiakasryhmiä siten, että asiakasymmärrystä hyödyntäen pystytään tyydyttämään valitun kohderyhmän arvostukset ja tarpeet kilpailijoita paremmin ja kannattavammin. (Bergström & Leppänen 2015, 133.) Uutta tuotetta tai palvelua kehitettäessä koemarkkinoinnilla on suuri rooli, jotta saataisiin selville, mikä uudessa tuotteessa toimii ja mikä ei. Näin säästytään huonon tuotteen myymiseltä ja sen kautta huonolta mainonnalta. (Open Solutions 2019.)

Suhdetoiminta eli PR (public relations) on markkinointikeino, jolla edesautetaan hyvien suhteiden ylläpitämistä yrityksen ja sen asiakkaiden välillä. Suhdetoiminnan avulla voidaan luoda hyvä yrityskuva palveluntuottajasta ja sen toiminnoista. Toiminnan kautta voidaan myös esimerkiksi mainostaa tiettyä tuotetta tai palvelua sidosryhmille. Kuten muillakin markkinointikeinoilla, suhdetoiminnalla voidaan sitouttaa asiakkaita yritykseen ja sen palveluihin. Sillä voi olla jopa voimakkaampi vaikutus kuin mainonnalla. (Kotler & Armstrong 2018, 470–471.)

#### **4.6 Konseptointi**

Palvelukonseptilla tarkoitetaan asiakkaalle näkyvää yhtä palvelukokonaisuutta, joka sisältää joukon palveluja ja tuotteita. Konsepti ei siis ole vain sarja yhteen koottuja palveluita, vaan se on erityisesti asiakkaalle suunniteltu ja tarkkaan mietitty kokonaisuus. Tavoitteena on, että palvelukokonaisuuden muodostavien osien rajapinnat on tehty mahdollisimman huomaamattomiksi ja asiakkaalle vaivattomiksi. (Tonder 2013, 73.)



Palvelun sisältö voi muodostua monen eri ulottuvuuden perustalle. Palvelun fyysinen ulottuvuus käsittää palveluympäristön ja sisältää muun muassa käytettävät materiaalit. Suunnittelussa tulee ottaa huomioon se, kuinka asiakas kokee palvelun konkreettisen ympäristön. Toiminnallinen ulottuvuus on palvelun sisältö, johon kuuluvat asiakkaan sekä palvelun tuottajan suorittamat toimenpiteet. Toiminnallisuus täytyy suunnitella ja mitoittaa asiakkaiden toiveiden, tarpeiden ja kykyjen mukaan. Toiminnallinen ulottuvuus sisältää myös palvelupolun, eli palvelun prosessin, jonka asiakas kulkee kuluttaessaan palvelua. Palvelun symbolinen ulottuvuus tarkoittaa palvelun tuottamaa merkityssisältöä sekä elämyksellisyyden rakennetta ja vaikuttavuutta. Palvelun aikaansaamat merkityssisällöt voivat poiketa suuresti yksilöiden välillä. (Tonder 2013, 79–80.)

Käytännössä palvelukonsepti rakennetaan määrittämällä palvelun sisältö ja muotoilemalla se valitun asiakassegmentin asettamiin tarpeisiin ja vaatimuksiin. Konseptin rakentaminen on moniulotteista toimintaa ja perustuu kokeiluihin sekä harjontaan. Tärkeimpiä huomioon otettavia asioita ovat havaitut palvelun kysyntärakenteet, asiakassegmentin määrittely, yrityksen liikeidea sekä palvelusisällön rajaus ja sisällön määrittely. Vaikka konsepti määritellään ja rajataan tarkasti, sen suunnitteluun pitäisi sisältyä myös luovia ratkaisuja. Palvelukonsepti tulisi aina rakentaa asiakkaan tarpeeseen, mutta konseptin rakentajan pitää myös itse uskoa sen toimivuuteen. Konseptin pitäisi aina täyttää annetut asiakaslupaukset. (Tonder 2013, 79, 82.)

#### **4.7 Tarinallistaminen**

Tarinallistaminen eli tarinalähtöinen palvelumuotoilu on yrityksen toiminnan suunnittelua tarinalähtöisesti. Se on menetelmä, jolla yritykselle luodaan tarinaidentiteetti eli ydintarina ja palveluympäristö suunnitellaan tukemaan tarinan kerrontaa. Tarinallistaminen on yrityksen ja palvelujen erilaistamista ja osa tuotteistamista. Kun palvelu on tuotteistettu, sitä on helpompi myydä, tuottaa sekä monistaa ja esimerkiksi henkilöstövaihdoksien takia palvelua ei tarvitse rakentaa kokonaan uudelleen. Tarinallistamisen tarkoitus on olla yrityksen strategia, tarkentaa toimintaa ja sen kautta tuottaa asiakkaalle täysin uusia palvelukokemuksia, jotka välittävät yrityksen tarinaa. Se on aina arvo-, asiakas- ja liiketoimintalähtöistä.

Tarinan avulla voidaan johtaa palvelua sekä tehdä tarinalähtöisiä valintoja palvelujen ja markkinoinnin kannalta. Sen avulla voidaan myös vahvistaa yrityksen brändiä. (Kalliomäki 2014, 11–12, 20.)

Tarinallistamisen tavoitteena on luoda asiakkaalle kokonaisvaltainen palvelukokemus sekä lisätä palvelun arvoa ja tuottaa elämyksiä. Tarinallistaminen on palvelujen innovointia, suunnittelua ja kehittämistä tarinalähtöisesti ja sen avulla kyetään suunnittelemaan täysin uusia palvelukonsepteja tai kehittämään olemassa olevia palveluja elämyksellisemmiksi. Menetelmän myötä asiakkaiden on helppo tunnistaa yritys ja sen palvelut, koska ne erottuvat tarinan ansiosta. Tarinallistamisen avulla yritys saa persoonallisen leiman, varsinkin jos tarina on osana asiakkaan palvelukokemusta. Kokemus jää mieleen ja palvelua on helpompaa suositella muille. Tämä helpottaa myyntiprosessia ja valitun asiakassegmentin tavoittamista. (Kalliomäki 2014, 12.)

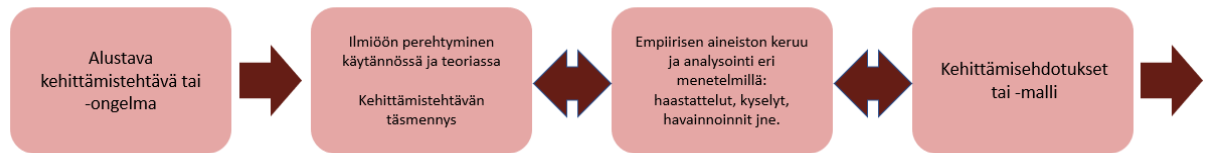
Palvelua pidetään nykypäivän markkinointina ja sen takia yrityksen brändi täytyy kietoa entistä enemmän osaksi palvelutapahtumaa. Kun tällainen tapahtuma jää asiakkaan mieleen, yritys on sekä palvellut asiakasta hyvin, että jättänyt syvemmän muistijäljen. Tarinallistamisessa hyödynnetään draamallisen ja fiktiivisen tarinankerronnan keinoja. Tarinan ei kuitenkaan ole tarkoitus olla pelkkää fiktiota, vaan perustua voimakkaasti aitoihin arvoihin, liiketoiminnan lähtökohtiin sekä tavoitellun asiakassegmentin tarpeisiin. (Kalliomäki 2014, 37, 57.)

## 5 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

S/S Boren ravintolan palvelutuotteen kehittämisen tarkoituksena oli tuottaa asiakkaille ravintolakokemus, joka on kuin tuulahdus menneiden aikojen laivaristeilyiltä. Konseptiin haluttiin liittää osaksi tarinallisuus, jotta illallisesta saatiin muodostettua kokonaisvaltainen elämys. Tavoitteena oli luoda S/S Boren ravintolaan uudenlainen palvelutuote, jolla voidaan erottua kilpailijoista ja houkutella asiakkaita nauttimaan ainutlaatuisesta ympäristöstä. Kehitystyön tuloksia testattiin järjestämällä koeillallinen pienelle asiakasryhmälle. Palvelun kehittämisen ajatus lähti laivan historiasta ja sen näkyväksi tekemisestä ravintolan asiakkaille. Aluksi tarkoituksena oli vain kehittää historiaan pohjautuva ruoka- ja juomalista, mutta tämän pohjalta alettiin kehittää kokonaista palvelukonseptia. Teemaan sopiva ympäristö oli jo valmiina, mutta miljöötä haluttiin korostaa illallisen aikana somistamalla tila teemaan sopivaksi merihenkisillä koristeilla. Historian esiintuomiseksi ruokaan ja juomaan haluttiin lisätä myös tarinallisuus, joka sitoisi koko konseptin yhteen.

### 5.1 Tutkimusmenetelmät

Tämä tutkimus on laadullinen tapaustutkimus (kuvio 3), mutta se sisältää myös piirteitä konstruktivisesta tutkimuksesta ja palvelumuotoilusta. Esimerkiksi asiakkaiden osallistaminen kehittämistyöhön on keskeinen toimintamalli palvelumuotoilussa (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 72). Kun tutkimuksen tai kehittämistyön tavoite on selvillä, tärkeämpi kehittämistehtävä määritelty ja lähestymistapa päätetty, aletaan suunnitella tukena käytettäviä menetelmiä. Työssä voidaan käyttää monenlaisia menetelmiä ja se on myös suositeltavaa. Perinteisesti menetelmät on jaettu määrällisiin eli kvantitatiivisiin ja laadullisiin eli kvalitatiivisiin menetelmiin. Määrälliset menetelmät sopivat tilanteeseen, jossa halutaan tietää, pitääkö jokin teoria paikkansa. Laadullisia menetelmiä taas käytetään sellaisten aiheiden tutkimiseen, joita ei tunneta entuudestaan hyvin ja joita halutaan ymmärtää paremmin. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 104.)



KUVIO 3. Tapaustutkimuksen kulku (Ojasalo ym. 2014, 54, muokattu)

Laadullisen eli kvalitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen ja tavoitteena on enemmän löytää tai paljastaa tosiasioita kuin todentaa jo olemassa olevia väittämiä. Tutkimuksen tavoitteena on tutkia kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Aineisto kerätään luonnollisissa, todellisissa tilanteissa ja tiedonkeruun välineenä suositaan ihmisiä. Kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti, ei satunnaisotantana. Suunnitelma muotoutuu joustavasti tutkimuksen edetessä ja tapauksia käsitellään ainutlaatuisina sekä aineistoa tulkitaan sen mukaisesti. (Hirsjärvi ym. 2015, 161, 164.)

Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmiksi valittiin lomakehaastattelu ja havainnointi. Lomakehaastattelun (liite 4) tarkoituksena oli hankkia laadullista tietoa käyttämällä pelkästään avoimia kysymyksiä. Se valittiin tämän kehitystyön tutkimusmenetelmäksi nopeuden ja tehokkuuden takia. Näin saatiin kerättyä mahdollisimman kokonaisvaltainen tutkimusaineisto ja asiakkaiden illalliskokemus ei häiriintynyt liiaksi. Havainnointia käytettiin täydentämään lomakehaastattelun avulla saatuja tutkimustuloksia.

Haastattelu on yksi käytetyimmistä tiedonkeruun menetelmistä. Haastattelumuodot voidaan jakaa strukturoituihin ja strukturoimattomiin haastatteluihin. Strukturoitu haastattelu, eli lomakehaastattelu, on järjestelmällisin haastattelutyyppi, jolloin kysymykset esitetään samassa järjestyksessä kaikille vastaajille. Sitä voidaan verrata ohjattuun kyselylomakkeen täyttöön. Lomakehaastatteluun voidaan koostaa avoimista kysymyksistä, jotka käsitellään laadullisesti luokittelemalla vastaukset jälkeenpäin. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.) Havainnointi on tärkeä ja hyödyllinen tutkimuksellisen kehittämistyön menetelmä. Sen avulla on mahdollista saada tietoa esimerkiksi siitä, miten ihmiset käyttäytyvät ja mitä tapahtuu luonnollisessa toimintaympäristössä. Aineistoa voidaan kerätä luonnollisen ympäristön lisäksi myös keinotekoisissa tilanteissa. Havainnoinnin avulla voidaan täydentää kyselyjä ja haastatteluja. (Ojasalo ym. 2014, 114, 121–122.)

## 5.2 Tutkimusprosessi

Opinnäytetyön tutkimusprosessi alkoi, kun työn toimeksiantaja antoi aiheen kehittämistyölle (kuvio 4). Sen jälkeen kehittämiskohdetta tarkenettiin ja määritettiin yhdessä työlle alustavat tavoitteet. Tämän jälkeen alettiin perehtyä aiheeseen liittyvään teoriatietoon, jonka avulla muodostettiin työn perusta. Teoriaviitekehyyksen pääkohtia olivat S/S Boren historia sekä risteilyalusten ruokalistoihin tutustuminen. Tätä varten vierailtiin merenkulkumuseo Forum Marinumissa sekä Hotelli- ja ravintolamuseossa. Museon arkistoimista ruoka- ja juomalistoista otettiin valokuvia, jotta niiden sisältöä voitiin käyttää hyödyksi uusia menuja suunniteltaessa. Tavoitteena oli myös tehdä haastatteluja, mutta ne eivät valitettavasti tutkimuksen aikarajoissa olleet mahdollisia toteuttaa. Teoriatiedon perusteella alettiin suunnitella tutkimuksen toteutusta ja tavaksi valikoitui koeillallisen järjestäminen. Illallisen tavoitteena oli kehitystyön onnistumisen todentaminen.



KUVIO 4. Tutkimuksellisen kehittämistyön prosessi (Ojasalo ym. 2014, 24, muokattu)

**Tuotekehitysprosessi** (kuvio 5) aloitettiin tarpeen tunnistamisella. Työn toimeksiantaja esitti tarpeen historiaan pohjautuvan ruoka- ja juomalistan suunnittelusta, jonka perusteella työ alkoi rakentua. Ravintolan liikeideaan sopii parhaiten,

että kehitettiin yksi buffetmenu ja yksi annosruokamenu, joihin suunniteltiin sopivat viinit sekä lisäksi kaksi cocktailia (liitteet 1–3), joista toinen on aperitiivi ja toinen baarimyyntiin sopiva. Tämän jälkeen alettiin suunnitella teemaan sopivia ruokia ja raaka-aineita.



KUVIO 5. Tämän opinnäytetyön tuotekehitysprosessi

Ruokalistat sekä juomasekoitukset rakennettiin tutustumalla 1920-2010-lukujen ruoka- ja juomalistoihin (liitteet 7–9). Tätä varten käytiin tutustumassa Hotelli- ja ravintolamuseon arkistoon, johon on arkistoitu muun muassa suomalaisten ris-teilyalusten ruoka- ja juomalistoja 1920-luvulta alkaen. Näiden listojen pohjalta valittiin S/S Boren ravintolan konseptiin sopivia ruokia, joista voitiin koostaa valmiit ruokalistat. Tuotesuunnittelussa otettiin huomioon nykyajan vaatimukset, S/S Boren asiakassegmentti sekä ravintolan resurssit. Ravintola toimii tilausravintolana, joten se rajoittaa myös tietyllä tapaa ruoka- ja juomatarjontaa. Ruoka- ja juomalistan haluttiin olevan historiaan pohjautuva ja siinä tuli näkyä menneiden aikojen ruokatrendit. Listan ruokalajit ja raaka-aineet piti kuitenkin muokata nykypäivän mieltymyksiin sopiviksi, jotta ne kiinnostaisivat asiakkaita ja menua saataisiin myydyksi erilaisiin tilaisuuksiin mahdollisimman paljon.

S/S Boren ruoka- ja juomalistan kehittämisessä tuli ottaa huomioon ravintolan resurssit. Keittiössä työskentelee vakituisesti vain kaksi henkilöä, joten ruokalajien tuli olla suhteellisen helposti ja nopeasti valmistettavissa sekä nostettavissa esille. Kylmätilaa keittiössä on niukasti, joten sekin rajasi tarjottavien ruokalajien sekä käytettävien raaka-aineiden määrää. Keittiötä ei varsinaisesti ole suunniteltu lautasannosten nostoon, koska esimerkiksi lämpövetolaatikosto ja lämpölampit puuttuvat kokonaan. Tämän takia annosruokamenun tuli olla yksinkertainen ja nostettavia komponentteja ei saanut olla liiaksi. Ruoanvalmistuslaitteiden kapasiteetti rajasi myös ruokalajien valmistustapoja, koska käytettävissä on vain kaksi pientä yhdistelmäuunia sekä nelilevyinen valurautaliesi.

Juomasekoitusten raaka-aineet valittiin miettimällä, minkälaiset raaka-aineet toimivat yhdessä sekä miten ne sopivat historiaan pohjautuvaan menuun. Lisäksi haluttiin tuoda esiin suomalaiset raaka-aineet ja estää hävikkiä käyttämällä sellaisia tuotteita, joita S/S Boren ravintolassa käytettiin jo ennestään. Viinitastingiin (liite 6) valitut viinit olivat kaikki sellaisia, joita ravintolan valikoimaan kuului jo ennestään. Laivan viinivalikoimaan ei haluttu tuoda enää uusia viinejä, koska menekki on rajallinen.

Listalle valittuja tuotteita kokeiltiin S/S Boren keittiössä prosessin aikana ennen asiakkaille tarjoamista ja niihin tehtiin tarpeellisia muutoksia. Esimerkiksi Aava-cocktailista (liite 3) piti alun perin tulla aperitiivi, mutta se olikin siihen tarkoitukseen liian pitkä ja makea. Tämän jälkeen, tuotekehityksen myötä, syntyi sourtyyppinen Usva-cocktail. Lisäksi joitakin ruokalajeja, joita Borella ei ole aiemmin käytetty tai valmistettu, koemaistettiin etukäteen. Muun muassa pateesta oli useampi eri vaihtoehto, joista listalle valittiin parhaimman makuinen.

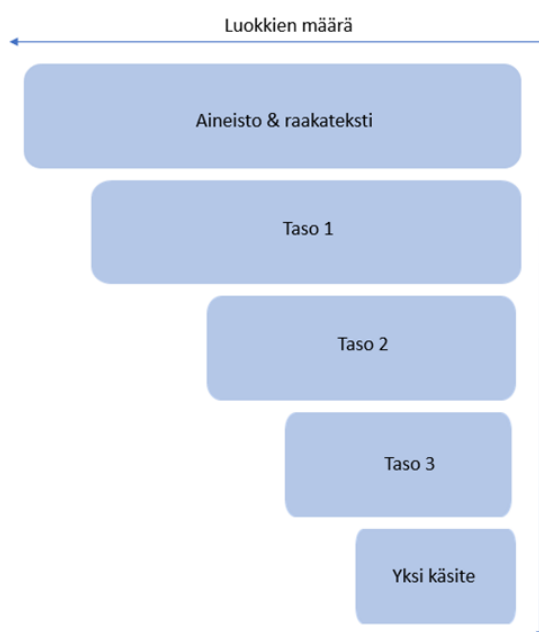
Koeillallinen järjestettiin S/S Borella 18.9.2019. Asiakkaina toimivat turkulaisen yhdistyksen jäsenet, jotka järjestävät säännöllisesti illalliskokouksiaan laivan ravintolassa. Illallinen tarjoiltiin yhdistyksen kokouksen yhteydessä, joten se rajoitti tietyllä tapaa tutkimuksen toteutusta. Illallisen yhteydessä asiakkaille tarjoiltiin Boren voileipäpöytä (liite 2), Usvaksi nimetty aperitiivi sekä järjestettiin viininmaistelutilaisuus (liite 6). Tilaisuuden alussa asiakkaille kerrottiin pieni tarina S/S Boren historiasta sekä siitä, miksi ja miten heille tarjoiltu menu on kehitetty. Viininmaistelu haluttiin järjestää illallisen yhteydessä, jotta saataisiin osallistuttua asiakkaat kehittämissprojektiin sekä selville ruokiin sopivat viinit.

Markkinointikeinona käytettiin koemarkkinointia, koska sen avulla voitiin selvittää kehitetyn palvelun houkuttelevuus todellisessa ympäristössä. Lisäksi tavoitteena oli saada esille palvelun mahdolliset kehitystarpeet. Tutkimuksen aikarajoissa voitiin testauttaa asiakkailta vain toinen kehitetyistä ruokalistoista, koska suurimpaan osaan syksyn tilaisuuksista oltiin jo myyty jokin tietty menukokonaisuus. Illalliselle osallistui 16 asiakasta ja kyselytutkimukseen saatiin saman verran vastauksia, eli kyselyn vastausprosentti oli 100. Kaikki asiakkaat eivät kuitenkaan olleet antaneet vastausta jokaiseen kysymykseen.

### 5.3 Analyysi

Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisissa tutkimuksissa. Sitä voidaan pitää yksittäisenä metodina, mutta myös laajana teoreettisena kehyksenä, joka on osa erilaisia analyysikokonaisuuksia. Dokumentteja, eli melkein mitä tahansa kirjalliseen muotoon vietyjä materiaaleja, voidaan analysoida sisällönanalyysin menetelmällä järjestelmällisesti ja objektiivisesti. Sen avulla voidaan tuottaa kuvaus tutkittavasta ilmiöstä tiivistetyssä ja yleisessä muodossa. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 103, 117.)

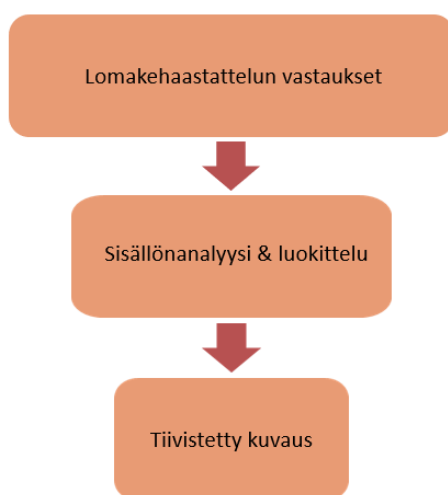
Sisällönanalyysi perustuu sisällön luokitteluun, joka on keino katsoa aineiston sisältöä (kuvio 6). Se voi olla joko aineisto- tai teorialähtöistä. (Kananen, 2012, 117). Luokittelulla tarkoitetaan samaa tarkoittavien käsitteiden ja sanojen yhdistämistä yhden käsitteen alle, jolloin ne muodostavat loogisen kokonaisuuden. Tarkoituksena on siis aineiston tiivistäminen. Lopputuloksen tulisi olla käsite, joka kuvaa luokiteltua ilmiötä. (Kananen 2014, 113). Aineistolähtöisessä sisällönanalyysissä yhdistellään käsitteitä, jolloin saadaan vastaus tutkimuskysymykseen. Analyysi pohjautuu päättelyyn ja tulkintaan, jolloin empiirisestä aineistosta edetään kohti käsitteellisempää näkemystä tutkittavasta ilmiöstä. Teorialähtöisessä sisällönanalyysissä luokittelu nojaa aiempaan käsitejärjestelmään, joka voi olla esimerkiksi jokin malli tai teoria. (Tuomi & Sarajärvi 2018, 127.)



KUVIO 6. Luokittelun perusidea (Kananen 2014, 113, muokattu)



Tämän tutkimuksen tuloksia analysoitiin sisällönanalyysin ja luokittelun avulla. Tarkoituksena oli tiivistää tutkimusaineistosta, eli lomakehaastattelun tuloksista, kuvaus tutkimuksen onnistumisesta ja saada vastaukset tutkimuskysymyksiin (kuvio 7). Lomakehaastattelun analyysi aloitettiin perehtymällä kerättyyn aineistoon ja käymällä kaikki haastattelulomakkeet vaihe vaiheelta läpi. Tämän jälkeen tuloksia alettiin tiivistää käymällä vastauksia läpi kysymys kerrallaan ja luokittelemalla aineiston sisältö. Vastauksista etsittiin samankaltaisuuksia, joiden perusteella muodostettiin käsitteitä. Aineistosta kerättiin tutkimuksen kannalta oleellimmat yksityiskohdat, joiden pohjalta saatiin koostettua yleisnäkemyks kehittämissuunnan onnistumisesta. Näillä keinoin muodostettiin tiivistetty, analysoitu kuvaus tutkimuksen tuloksista.



KUVIO 7. Tämän tutkimuksen tulosten analysointi

## 6 TUTKIMUSTULOKSET

Lomakehaastattelun (liite 4) analysoituja tuloksia käsitellään tässä luvussa. Aperitiivi, eli Usva-cocktail (kuva 1), sai kaikilta vastaajilta positiivista palautetta. Pääasiassa juomaa kuvattiin sanalla ”raikas”. Suurimman osan mielestä juoma sopi erinomaisesti aterian alkuun. Jotkut kirjoittivat, että tilaisivat juoman uudelleen ja suosittelisivat sitä muillekin.



KUVA 1. Usva-cocktail

*”Annosmäärä oli sopiva ja viileänä raikas. Maku oli sopivan vahva, ei liian väkevä. Tilaisin!”*

*”Alkumaku hieman kirpeä, mutta siihen tottuu nopeasti. Tyrnimehu ja Jaloviina sopivat hyvin yhteen, sokeri loppumakuna on sokeri. Tykkäsin, voisin tilata toisenkin.”*

Menukokonaisuuden (kuva 2) toimivuus sekä paras ja huonoin ruokalaji tuottivat monipuolisia vastauksia. Ruoka sai yleisesti ottaen hyvää palautetta, varsinkin alkuruokia keuhuttiin. Negatiivista palautetta tuli paahtopaistista sekä graavilohdesta. Lihan sanottiin olevan liian raakaa ja sitä kuvailtiin sitkeäksi ja vaikeaksi

leikata. Toisaalta yhden asiakkaan mielestä liha oli juuri sopivan kypsää. Joidenkin vastaajien mielestä graavilohi oli vähäsuolaista ja mautonta, mutta toisten mielestä lohi oli hyvää ja jopa yksi parhaimmista ruokalajeista.



KUVA 2. S/S Boren voileipäpöytä

*”Kaiken kaikkiaan todella hyvä kokonaisuus.”*

*”Lajivalikoima oli suuri ja oli toimiva.”*

*”Asia todella mietitty ja toteutettu hyvin.”*

*”Kokonaisuus toimi hyvin, oli riittävän runsas.”*

*”Tasapainoinen kokonaisuus.”*

Haluttiin myös tietää, kuinka menu kuvastaa S/S Boren historiaa. Yleinen mielipide oli, että menu kuvastaa laivan historiaa hyvin. Asiakkaiden mielestä ruoka ja illallisen alussa kerrottu tarina vastasivat hyvin toisiaan.

*”Todella oikein tehtyä eikä vaan jotain tarjolla.”*

*”Vaikka en ole Borella risteillyt, niin kokonaisuus vaikutti historialliselta 1960-luvulta.”*

*”Olen kerran tehnyt matkan Tukholmaan ja takaisin. Tämä kerta oli erikoinen ja oli historian korvaava.”*

Kun kysyttiin, mitä asiakkaat haluaisivat illallisessa muuttaa tai mitä lisätä siihen, asiakkaiden mielipiteet jakoutuivat kaikkein eniten. Puolet sanoivat, että menuun ei tarvitse tehdä muutoksia ja se on hyvä näin. Toiset taas toivoivat erilaisia pieniä muutoksia, esimerkiksi:

*”Nooh, kylmä snapsi puuttui.”*

*”Lisää vihreyttä, lämpimiä vihanneksia.”*

*”Gluteenittomat voitaisiin merkitä.”*

*”Perunasalaatista jättäisin pois kaprikset tai sitten erikseen lisättävissä. Liha liian raaka/sitkeä. Kunnan lihaveitsi ainakin tarvittaisiin leikkaamiseen.”*

Viinien sopivuutta ruokaan sekä sopivinta puna- ja valkoviiniä pohdittiin myös. Joidenkin vastaajien mielestä kaikki tarjotut viinit olivat hyviä ja sopivat ruoan kanssa. Mielipiteet eri viinien suhteen olivat todella jakautuneita. Valkoviini 3 sai eniten mainintoja ja oli monen vastaajan mielestä paras. Punaviineistä taas 5 oli monen vastaajan mielestä ruoalle sopivin. Useampi vastaaja ei osannut nimetä vain yhtä parasta puna- ja valkoviiniä, vaan mielipide jakautui tasan kahden viinin välillä. Yksi asiakas vastasi, että hän ei juo lainkaan viinejä. Kokonaisuudessaan parhaiksi viineiksi valittiin valkoviini 3 sekä punaviini 6.

Tarinallistaminen illalliselle tuottama lisäarvo oli tärkeä kysymys. Melkein kaikki asiakkaat vastasivat suoraan, että tarina toi lisäarvoa tilaisuuteen. Tarinaa kuvattiin hyväksi, hienoksi ja mielenkiintoiseksi. Viiniesittelyä olisi myös toivottu illallisen alkuun.

*”Tykkään. Asiakkaat tulee samalla hyvin huomioituiksi.”*

*”Tarina toi lisäarvoa ja toi osalle mieleen oman nuoruuden ja kokemuksen vastaavanlaisista tarjoiluista.”*

*”Tarinat sopivat aina. Parhaiten kuten nyt, juuri ympäristöön, aiheeseen ja historiaan liittyvät.”*

Asiakkailta haluttiin myös mielipide itse tarinasta sekä siitä, mitä muuta he olisivat toivoneet kerrottavan. Moni asiakas sanoi suoraan tarinan olleen hyvä. Seuraavia asioita olisi haluttu lisäksi kuulla:

*”Jonkinlainen hauska sattumus joltain matkalta lisäyksenä loppuun keventäisi ja kirvoittaisi naurun.”*

*”Olisi ollut mielenkiintoista saada selvitystä, miten arvokas tällainen pöytä oli sen ajan normaaliin ruoan hinnoitteluun.”*

*”Vaihteleeko menu eri matkoilla esim. Välimerellä?”*

*”Mikä oli enemmän käytetty satama tai risteilykohde?”*

Lomakehaastattelun tuloksia täydennettiin **havainnoinnin** avulla. Sen perusteella asiakkaat nauttivat tällaisesta eri tavalla toteutetusta illallisesta. Tarinallistamisesta pidettiin ja sen koettiin sopivan laivan tunnelmaan. Havaintojen perusteella illallisen alussa kerrottu tarina oli sopivan mittainen, koska kaikki asiakkaat hiljentyivät sen ajaksi ja jaksoivat kuunnella tarinan alusta loppuun. Yleinen ilmapiiiri oli rento ja asiakkaat viihtyivät. Salin täytti iloinen puheensorina, kun asiakkaat analysoivat ruokia ja viinejä keskenään. Tietenkin illallisen yhteydessä pidetty yhdistyksen kokous hieman häiritsi illallisesta nauttimista. Viininmaistelu (kuva 3) oli asiakkaiden mielestä hieno lisä illallisen yhteyteen ja sellaista toivottiin järjestettävän uudelleen. Tehtyjen havaintojen myötä voitiin myös todeta, että asiakkaat olivat positiivisesti yllättyneitä illallisen toteutuksesta ja heidän lähtiesseen saatiin tilaisuudesta vielä paljon kiitosta.



KUVA 3. Tasting-kattaus

## 7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda S/S Borelle historiaan pohjautuva ruoka- ja juomalista. Tutkimuskysymyksinä olivat: Kuinka Boren ruoka- ja juomalistaan saadaan näkyviin aluksen historia? Kuinka tarinallistamista voidaan hyödyntää palvelun kehittämisessä? Historia saatiin näkyväksi ruoka- ja juomalistaan tutustumalla menneiden aikojen menuihin (kuva 4) ja tuomalla niistä mukautettuja elementtejä uusiin listoihin. Tarinallistamista voitiin hyödyntää palvelun kehittämisessä tuottamalla asiakkaalle ravintolakokemuksesta kokonaisvaltainen elämys. Sen kautta saatiin tuotettua palvelulle lisäarvoa.



KUVA 4. S/S Boren vanha menu

Työlle saatiin luotua hyvä pohja tutustumalla gastronomian historiaan, suomalaiseen ruoka- ja ravintolakulttuuriin sekä risteilyalusten ravintolakulttuuriin. Myös suomalainen ravintolaruoanvalmistus pohjautuu ranskalaiseen gastronomiaan, joten on hyvä tietää, mistä kaikki on saanut alkunsa. Juomakulttuuriin perehty-

mällä saatiin selville, minkälaiset juomasekoitukset ovat olleet suosittuja eri vuosikymmenillä. Varsinkin risteilyalusten ravintolahistoriaan perehtyminen oli kehittämistyön kannalta hyödyllistä, koska sitä kautta saatiin idea buffetmenuun eli Boren voileipäpöytään.

Tutkimustulosten perusteella voidaan todeta, että kehittämistyön lopputulos on kokonaisuudessaan onnistunut, vaikka pieniä parannuksia esimerkiksi ruokaresepteihin, tarinaan ja tunnelmaan pitääkin vielä tehdä. Menukokonaisuus oli toimiva ja ruoka toi hyvin esiin laivan historiaa. Aperitiivi sai parempaa palautetta kuin kukaan osasi odottaa. Paahtopaistin ja graavilohen reseptejä täytyy hieman muokata, jotta ne saadaan toimiviksi. Paahtopaistin vaihtamista ulkofileeseen pohdittiin myös, mutta se taas nostaisi menun hintaa, koska lihan hinta olisi melkein kaksinkertainen. Lisäksi koeillallisen alkuun toivottiin viiniesittelyä. Salihenkilökunnan oli tarkoitus esitellä tastingin viinit asiakkaille, mutta esittely jäi pois unohduksen vuoksi.

Tarinallistamisen koettiin tuovan illalliselle lisäarvoa, mikä olikin kehittämistyön tarkoituksena. Kokonaisvaltaisen palveluelämyksen aikaansaamiseksi konseptia tulisi vielä parannella. Elämyksellisyyttä voitaisiin lisätä esimerkiksi valitsemalla illallisen yhteyteen sopivaa musiikkia, muuttamalla tilan valaistusta ja kehittämällä tarinallisuutta. Illallisen yhteyteen voitaisiin esimerkiksi kehittää pienimuotoinen näytelmä, jolloin ravintolan henkilökunta esittäisi 1960-luvun höyrylaivan henkilökuntaa ja illallista johtaisi risteilyemäntä tai -isäntä. Lisäksi illallisen alussa voitaisiin kertoa jokin pieni tositarina tai hauska sattumus laivan historiasta.

Tutkimusprosessin aikana todettiin, että koeillalliselle valittu asiakassegmentti oli tarkoitukseen sopiva. Valittu asiakasryhmä koostui vanhemmista mieshenkilöistä, jotka luultavammin osasivat arvostaa tällaista nostalgista tilaisuutta enemmän kuin henkilöt, jotka eivät ole eläneet 1960-1980-luvuilla. Osa asiakkaista oli jopa risteillyt S/S Boren matkassa nuoruudessaan. Heille tämä illallinen toi nuoruusajat mieleen, joka oli ilahduttavaa kuulla. Harmillisesti tämä tieto saatiin vasta jälkeinpäin, koska tässä olisi ollut ainesta haastatteluihin. Haastattelut eivät valitettavasti olleet mahdollisia illallisen aikataulun puitteissa.

Tutkimuksen perusteella voidaan olettaa, että tällaiselle palvelukonseptille olisi tilaa Turun ravintolamarkkinoilla. Ravintolakokemukselta halutaan elämyksellisyyttä ja erilaisuutta, joten tällaisella konseptilla voitaisiin vastata kysyntään. Täysin vastaavanlaista kokonaisuutta ei Turusta löydy, vaikka ravintolalaivoja onkin useita ja kesäaikaan järjestetään erilaisia illallisristeilyjä. Lähinnä, vaikkakin suuremmissa mittakaavassa, taitavat olla Turun linnassa järjestettävät Keskiaikaiset pidot ja Renesanssijuhlat. Miljö ja aikakausi ovat kuitenkin hieman toisenlaisia.

Vaikka konseptia saatiinkin markkinoitua koeillallisen avulla, se ei kuitenkaan riitä, jos palvelua halutaan saada myydyksi muillekin. Suhdetoiminta on tärkeä markkinointikeino, joka voi saada aikaan huhumarkkinointia ja nostaa positiivista mielikuvaa yrityksestä, mutta se ei näin pienelle asiakasryhmälle ole yksinään tarpeeksi tehokasta. Markkinointiin ja mainontaan tulisi panostaa, jotta konsepti saataisiin suuremman yleisön tietoon.

Jälkeenpäin pohdittuna tutkimuksen olisi voinut toteuttaa hieman eri tavoin. Tutkimusmenetelmäksi olisi ehdottomasti pitänyt lisätä haastattelu, jonka avulla oltaisiin saavutettu kattavampi tutkimusaineisto. Tähän tutkimukseen suunnitellut haastattelut kuitenkin peruuntuivat ajankohdan ja haastavien aikataulujen vuoksi. Haastattelujen avulla oltaisiin saatu kerättyä aineistoa sekä teoriaviitekehystä että tutkimusta varten. Haastattelemalla esimerkiksi S/S Boren entisiä työntekijöitä oltaisiin voitu saada kerättyä mielenkiintoista tietoa laivaan ja entisaikojen ravintola- ja -risteilykulttuuriin liittyen. Lisäksi illallisen yhteydessä toteutetulla haastattelulla oltaisiin mahdollisesti saatu kattavampia vastauksia asiakkailta, kuin kyselyn avulla. Havainnointiin olisi myös pitänyt panostaa enemmän. Kyselylomakkeen kysymykset olisi pitänyt suunnitella paremmin, jotta kysymyksiin oltaisiin saatu laajempia vastauksia. Tähän pyrittiin käyttämällä ainoastaan avoimia kysymyksiä, mutta se ei täysin riittänyt.

Tutkimuksen laatua ja luotettavuutta on hankala todentaa, koska kvalitatiivisen tutkimuksen reliabiliteettia ja validiteettia varten ei ole kehitetty varsinaisia mittareita, eikä tuloksia voi laskea kuten kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tämän tutkimuksen ulkoista validiteettia sekä reliabiliteettia on vaikea todistaa, koska tutkimus on tehty oikeille asiakkaille luonnollisessa toimintaympäristössä. Tulokset perustuvat asiakkaiden mielipiteisiin ja mielipiteet voivat luonnollisesti muuttua.



Tässä työssä tutkimuksen ja kehittämistyön prosessit on kuitenkin kuvattu vaihe vaiheelta. Lisäksi valitut menetelmät ja tehdyt ratkaisut on perusteltu, joten tämän tulisi lisätä työn luotettavuutta.

Vaikka tämä tutkimus on laadullinen, toisena tutkimusmenetelmänä käytettiin kyselyä (lomakehaastattelu), joka mielletään määrälliseksi menetelmäksi. Kysymykset olivat kuitenkin avoimia ja niiden avulla kerättiin laadullista tietoa. Tutkimus voidaan todeta validiksi, koska valituilla menetelmillä saatiin mitattua juuri sitä, mitä pitikin. Tulosten analysointimenetelminä käytettiin sisällönanalyysiä ja luokittelua, jotka on tarkoitettu laadullisen tutkimuksen analysointiin. Tutkimuskysymyksiin saatiin siis vastaukset käytettyjen menetelmien avulla ja kehittämistyön onnistumisesta saatiin hyvä kokonaiskuva.

Tämä opinnäytetyö oli prosessina melko pitkä ja haastava. Prosessi alkoi syyskuussa 2018, kun työlle saatiin toimeksianto. Aiheen rajaaminen ja tiedonhaku alkoi jo tuolloin, mutta varsinainen työstäminen aloitettiin kuitenkin vasta toukuussa 2019. Ajan varaaminen opinnäytetyön tekemiselle oli hankalaa koko-aikatyön ja kolmannen vuoden opintojaksojen vuoksi. Tiedonhaun kanssa oli välillä haasteita ja aiheesta tietäviä henkilöitä ei saatu tavoitettua, jonka takia haastattelut jäivät tekemättä. Prosessi oli kuitenkin kokonaisuudessaan opettavainen. Gastronomian sekä suomalaisen ravintolakulttuurin historiaan perehtyminen oli antoisaa ja oman ammatinkin kannalta hyödyllistä.

Jälkeenpäin mietittynä monen asian olisi kuitenkin voinut tehdä toisella tapaa. Tutkimuksen toteutukseen ja tutkimusprosessiin olisi pitänyt tutustua tarkemmin, jotta tutkimuksen tekeminen olisi ollut sujuvampaa. Tutkimuksen toteutuksen suunnitteluun olisi pitänyt panostaa vieläkin enemmän ja käytetyt menetelmät valita harkiten. Jotkin asiat tulivat mieleen vasta jälkeenpäin, mutta niitä ei voinut tai ehtinyt enää muuttaa. Koko opinnäytetyöprosessi ja työn toteutus olisi myös pitänyt alun alkaen suunnitella ja aikatauluttaa paremmin, jotta työstä oltaisiin saatu parempi kokonaisuus.

## LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Brillat-Savarin, J. A. 1996. Maun fysiologia: Suuri ranskalainen gastronomian klassikko. Suom. Mannerkorpi, J. Jyväskylä: Gummerus.

Civitello, L. 2008. Cuisine and culture. A history of food and people. 2. edition. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.

Dominé, A. 2009. Suuri baarikirja. Alkoholin ja cocktailien maailma. Suom. Mustonen, M. Marvegraf Oy.

Finfood – Suomen ruokatieto ry. 2009. Suomalaisen ruokakulttuurin ulottuvuuksia. Tulostettu 26.5.2019.

Grönfors, M., Karttunen, M., Lindström, T. & Nikkanen, J. 2016. Kotimainen cocktail. Juomasekoitusten historiaa ja nykypäivää Suomessa. Porvoo: Bookwell Oy.

Grönroos, C. 2015. Service management and marketing. Managing the service profit logic. 4. edition. Chichester: John Wiley and Sons, Ltd.

Harjula, E. & Koskinen, P. 2007. Tuotekehitysprosessi. Opetusohjelma. Liiketalouden koulutusohjelma. Lahden ammattikorkeakoulu. Opinnäytetyö.

Hietikko, E. 2015. Tuotekehitystoiminta. 3. painos. Helsinki: Books on Demand.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. 20. painos. Helsinki: Tammi.

Jaakkola, E., Orava, M. & Varjonen, V. 2009. Palvelujen tuotteistamisesta kilpailuetua. Opas yrityksille. Teknologian ja innovaatioiden kehittämiskeskus Tekes. 4. painos. Helsinki: Libris Oy.

Kalliomäki, A. 2014. Tarinallistaminen – palvelukokemuksen punainen lanka. Helsinki: Talentum Media Oy.

Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. Principles of Marketing. 17. edition. London: Pearson.

Lauttamus, S. & Siljan keittiömestarit. 1995. Silja Buffet – makumatka merellä. Porvoo: Uusimaa Oy.

Martiala, K. & Lylyharju, H. 2017. Parasta pöytään. Suomalaisen gastronomian historia. Helsinki: Gummerus Oy.

Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää, T. 2008. Juhlal palvelu – Suunnittele ja toteuta. 2. uudistettu painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3.–4. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Open Solutions. 2019. Koemarkkinointi. Luettu 5.9.2019. <http://opensolutions.fi/tuotekehitys-koemarkkinointi/>

Ruokalista ryhmille vuodelta 1989. N.d. Hotelli- ja ravintolamuseon tietopalvelun arkisto ja kokoelmat.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Haastattelu. Luettu 1.11.2019. [https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6\\_3.html](https://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L6_3.html)

Tilastokeskus. N.d. Käsitteet. Palvelut. Luettu 1.9.2019. <http://www.stat.fi/meta/kas/palvelut.html>

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi. Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Turun ammatti-instituutti TAI. 2018. Boren värikäs historia. Julkaistu 20.4.2018. Luettu 25.5.2019. [http://www.turkuai.fi/uutinen/2018-04-20\\_boren-varikas-historia](http://www.turkuai.fi/uutinen/2018-04-20_boren-varikas-historia)

Turun ammatti-instituutti TAI. N.d. S/S Bore. Luettu 25.5.2019. <https://www.turkuai.fi/turun-ammatti-instituutti/asiakastyot-ja-palvelut/ss-bore>

Vanha Finnjetin À la carte-lista. N.d. Hotelli- ja ravintolamuseon tietopalvelun arkisto ja kokoelmat.

Vanha Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiön cocktaillista. N.d. Hotelli- ja ravintolamuseon tietopalvelun arkisto ja kokoelmat.

Viitasaari, A. 2006. Ravintolaruokien historiaa. 1. painos. Helsinki: WSOY oppimateriaalit Oy.

## LIITTEET

## Liite 1. S/S Boren annosruokamenu

Boren annosruokamenu

Maa-artisokkakeittoa & yrstiöljyä

Paistettua lohta & rapukastiketta

Tilli-perunakakkua

Paistettuja sieniä

Tyrnipannacottaa



CAFÉ. HOSTEL. EVENTS.  
SERVICE BY STUDENTS. WELCOME.

## Liite 2. S/S Boren voileipäpöytä



Turun ammatti-instituutti

Boren voileipäpöytä

Länsirannikon salaattia

Perunasalaattia ja kaprista

Konjakkigraavattua lohta

Katajanmarjasilakkaa

Toast Skagen &amp; mätiä

Savuporomoussea ruisnapilla

Maalaispateeta &amp; karpalohilloa

Suolapossua

Paahtopaistia &amp; Cafe de Paris-kastiketta

Paahdettuja perunoita

Juustovalikoima &amp; marinoituja viikunoita

Tuoreita hedelmiä

Suklaakakkua



CAFÉ. HOSTEL. EVENTS.  
SERVICE BY STUDENTS. WELCOME.

## Liite 3. S/S Boren cocktaillista



Turun ammatti-instituutti

## Cocktaillista

### USVA

Jaloviina \*  
 tyrnimehu  
 sitruunamehu  
 sokerisiirappi  
 jäämurska  
 rosmariini

### AAVA

DeKuyper Blueberry  
 Koskenkorva Blueberry-juniper  
 mustikkamehu  
 sitruunamehu  
 Fever-Tree Elderflower  
 jäämurska  
 pensasmustikka  
 timjami



CAFÉ. HOSTEL. EVENTS.  
 SERVICE BY STUDENTS. WELCOME.

## Liite 4. Haastattelulomake

Haastattelulomake

Boren voileipäpöytä

18.9.2019

Tämän lomakehaastattelun tarkoituksena on tuottaa tutkimusaineistoa opinnäytetyötä varten. Toivoisin kaikkien vastaavan kysymyksiin, jotta saataisiin aikaan mahdollisimman laaja tutkimusaineisto. Toiveena on, että kysymyksiin vastattaisiin enemmän kuin yhdellä sanalla, jotta vastauksista olisi tutkimukselle hyötyä ja saataisiin muodostettua mahdollisimman laaja kuva asiakkaiden mielipiteistä. Jos vastauksesi ei mahdu annettuun tilaan, voit jatkaa sitä paperin tyhjälle puolelle.

1. Mitä mieltä olit aperitiivista? Sopiko se aterian alkuun?
2. Oliko menukokonaisuus mielestäsi toimiva? Mikä ruokalaji oli paras & mikä huonoin?
3. Kuinka hyvin menu mielestäsi kuvastaa S/S Boren historiaa?
4. Mitä muuttaisit tai mitä lisäisit?
5. Kuinka valitut viinit sopivat ruoan kanssa? Mitkä olivat mielestäsi sopivimmat valkoviini ja punaviini?
6. Mitä mieltä olit illallisen tarinallistamisesta? Toiko se illalliselle lisäarvoa?
7. Oliko tarina mielestäsi hyvä? Mitä muuttaisit tai mitä olisit toivonut kerrottavan?

## Liite 5. Tarina

1(2)

Tervetuloa S/S Boren illallisristeilylle!

Tämän illan aikana voitte kokea palan S/S Boren historiaa tässä nostalgisessa ympäristössä. Vaikka tämä laiva pysyykin nykyisin vain paikallaan, voitte hetken kuvitella olevanne entisaikojen höyrylaivaristeilyllä.

Bore on seilannut rakentamisvuodestaan 1960 saakka eri varustamojen alaisuudessa. Se on risteillyt muun muassa Itämerellä, Välimerellä ja jopa Punaisella-merellä ja Huippuvuorilla asti. Vuoden 2010 loppuun mennessä S/S Bore oli vierailut Kristina Cruisesin väreissä kaikkiaan 40 maassa ja 216 eri satamassa, kunnes se vuonna 2010 sai alkuperäisen nimensä ja värinsä takaisin ja asettui nykyiselle paikalleen Aurajokeen vuonna 2011.

Tänä iltana tarjoilemme teille perinteisen voileipäpöydän, joka on koostettu tutustumalla risteilyalusten ruokalistoihin aina 1920-luvulta alkaen. S/S Bore oli viimeinen risteilyalus, jolla oli tarjolla niin sanottu puhdasoppinen voileipäpöytä. Vaikka nykyisin kattaus voi sisältää jopa sata erilaista ruokalajia, voileipäpöytä on saanut alkunsa viinapöydästä ja vaatimattomista tarjottavista, jolloin pöytään katettiin viinan lisäksi vain voita, leipää ja juustoa.

Nykyajan buffetpöytä on ollut olemassa voileipäpöytänä jo höyrylaivojen aikakaudella ja siirtynyt perintönä uusille aluksille. Risteilijöiden buffetpöydät ovat säilyttäneet suosionsa 1950-luvulta nykypäivään saakka. Ruotsinristeilyjen alkuaikoina laivoille tultiin nauttimaan juuri voileipäpöydän antimista.



Perinteisesti voileipäpöytä eli smörgåsbord oli kalavoittoinen ja tarjoilu koostui sillistä, silakasta ja mädistä. Lisäksi valikoimaan sisältyi itse valmistettuja leikkeitä, pasteijoita ja salaatteja sekä pikkulämpimiksi kutsuttuja lihapullia, kreppejä, täytettyjä voitaikinaleivoksia ja munakkaita. Valikoiman laajuus ei ollut voileipäpöydän tärkein asia, vaan että ruoka oli itse tehtyä ja mukana olivat edellä luetellut elementit. Valikoima saattoi kuitenkin hieman vaihdella ja mukana ei aina ollut täysin samoja tuotteita.

Tämän uuden Boren voileipäpöydän tarkoituksena on tuoda ravintola-asiakkaille esiin osa Boren historiaa. Menun ruokalajit ja raaka-aineet piti kuitenkin muokata nykypäivän mieltymyksiin ja vaatimukseen sopiviksi. Tavoitteena on luoda kokonaisvaltainen elämys yhdistämällä ruoka ja tarina. Tämä koeillallinen on osa opinäytetyötäni, jonka takia teille järjestetään pieni lomakekysely illallisen yhteydessä. Haluaisin mielelläni kuulla myös suullista palautetta. Lisäksi halusimme osallistaa asiakkaat, eli teidät, tähän tutkimukseen, jonka vuoksi illallisen yhteydessä on myös viininmaistelutilaisuus.

## Liite 6. Viinitasting

1(2)

Viinitasting  
18.9.2019

**3**

Care Trio White Blend

**4**

Vigneti del Sole Nero d'Avola

**2**

Parlemont Les Maries

**5**

Rare Carignan Old Vines

**1**

Vigneti del Sole Pinot Grigio

**6**

Care Garnacha Syrah

**Viini 1**, eli Vigneti del Sole Pinot Grigio, on italialainen, kuiva ja keskihapokas valkoviini, joka on miellyttävän hedelmäinen. Tuoksusta löytyy sitruunaa, päärynää ja hennosti yrttisyyttä.

**Viini 2**, eli Parlemont Les Maries, on ranskalainen, kuiva, raikas, hedelmäinen ja rapean sitruksinen valkoviini. Tuoksussa on ananasta, litsiä ja greipin aromeja.

**Viini 3**, eli Care Trio White Blend, on espanjalainen, kuiva valkoviini. Siinä on runsaan hedelmäinen maku, josta löytyy trooppista hedelmää ja sitrusta. Tuoksu on puhdas, raikas ja intensiivisen hedelmäinen sekä hennon kukkainen

**Viini 4**, eli Vigneti del Sole Nero d'Avola, on italialainen, keskitäyteläinen punaviini, joka on runsaan marjainen ja hieman mausteinen. Sen suutuntuma on elegantin samettinen.

**Viini 5**, eli Rare Carignan Old Vines, on ranskalainen punaviini, joka on täyteläinen, kypsän marjainen ja samettinen. Tuoksussa on karhunvatukkaa ja vaniljaisuutta.

**Viini 6**, eli Care Garnacha Syrah on espanjalainen punaviini, joka on maultaan runsaan hedelmäinen, kypsän marjainen ja mausteinen. Siitä löytyy myös orvokkia ja kevyttä tammea.

## Liite 7. Ruokalista ryhmille vuodelta 1989

		FIM	SEK
<b>ALKURUOKIA</b>			
		30,-	43,50
9300	1. Graavattua lohta – sinappikastiketta	25,50	37,-
9302	2. Lohipaté – yrtti-creme-fraiche kastiketta	25,50	37,-
9304	3. Kuorrutettua taskurapua – patonkia ja voita	22,-	31,90
9306	4. Savustettua poronpaistia – pihlajanmarjahyytelöä	20,-	29,-
9308	5. Herkkusienikeittoa – patonkia ja voita		
<b>LÄMPIMIÄ RUOKIA</b>			
9316	6. Tiristettyjä katkarapuja – valkosipulimajoneesia – riisiä	50,-	72,50
9318	7. Paistettua lohta – rapukastiketta – tilliperunoita	52,-	75,40
9320	8. Porsaan ulkofilettä – juustokastiketta – ranskalaisia perunoita	50,-	72,50
9322	9. Vasikanleike – herkkusienikastiketta – ranskalaisia perunoita	52,-	75,40
9324	10. Chateaubriand – kanttarellikastiketta – perunakroketteja	60,-	87,-
9326	11. Lampaan karé – minttukastiketta – juustoperunoita	58,-	84,10
9328	12. Paistettua ankanrintaa – konjakkikermakastiketta – perunakroketteja	55,50	80,50
<b>JÄLKIRUOKIA</b>			
9652	13. Jäätelöä – mansikkahilloa	15,50	22,50
9336	14. Omenakakkua – vaniljakastiketta	20,-	29,-
9338	15. Liköörimarinoituja vadelmia – kermavaahtoa	18,-	26,10

KUVA 5. Ruokalista ryhmille vuodelta 1989


Liite 8. Finnjetin Á la carte-lista

<i>Alkuruoat · Vorspeisen</i>		
● Länsirannikon cocktail	Fmk	DM
● Salatcocktail "Westküste"	16,-	7,90
● Savuankeriasta, munakokkeliä		
● Geräucherter Aal, Rührei	16,-	7,90
● Parsakeitto		
● Spargelsuppe	9,-	4,40
<i>Pääruoat · Hauptgerichte</i>		
● Pariloitu vasikanleike, herkkusienikastike, parsaa, ranskalaiset perunat	30,-	14,80
● Gegrilltes Kalbsschnitzel, Champignonsauce, Spargel, Pommes frites		
● Välikyljys, Café de Paris voi, vihreitä papuja, ranskalaiset perunat	34,-	16,80
● Entrecôte, Café de Paris-Butter, grüne Bohnen, Pommes frites		
● Häränseläke, Bearnaise kastike, vihreitä papuja, ranskalaiset perunat	36,-	17,70
● Lendenstück, Sauce Bearnaise, grüne Bohnen, Pommes frites		
● Pariloitu porsaanleike, paprikavoi, parsaa, ranskalaiset perunat	28,-	13,80
● Gegrilltes Schweineschnitzel, Paprika-Butter, Spargel, Pommes frites		
● Puolikas paistettua broileria, mustaviinimarjahyytelöä, ranskalaiset perunat	25,-	12,30
● Halbes Brathähnchen, schwarzer Johannisbeerengelee, Pommes frites		
<i>Jälkiruoat · Desserts</i>		
● Jäätelöä "Romanoff"	12,-	5,90
● Eisbecher "Romanoff"	16,-	7,90
● Suomalaisia marjoja, kermavaahtoa		
● Finnische Waldbeeren, Schlagsahne		

KUVA 6. Vanha Finnjetin Á la carte-lista

## Liite 9. Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiön cocktaillista

FINNISCHE DAMPFSCIFFFAHRTS A. G.

	mk	R-S. Kr	T-D. Kr	DM
34 MEXICO FLIP Bacardi, sugar egg, nutmeg	3.60	4.50	6.55	3.15
				
<i>Sours</i>				
35 WHISKY SOUR Whisky, Lemonjuice, sugar	3.50	4.40	6.40	3.10
36 BRANDY SOUR Cognac, sugar, Lemonjuice	3.50	4.40	6.40	3.10
37 GIN SPECIAL Gin, sugar Lemonjuice	3. —	3.75	5.45	2.65
38 BACARDI SOUR Bacardi, sugar, Lemonjuice	3.50	4.40	6.40	3.10
<i>Fizzes and long drinks</i>				
39 FINLANDIA COOLER Creme de Menthe Vodka, Lemonjuice crushed ice decor	3. —	3.75	5.45	2.65
40 CORPS REVIVER Gin, Pernod, sodawater Grenadine, lemon	3.30	4.15	6. —	2.90
41 CUBA LIBRE Bacardi, lemon Coca Cola	3.80	4.75	6.90	3.35

Tarjoilupalkkio sisältyy hintaan — Serveringsavgift ingår i priset  
Tip is included in the price — Bedienung im Preise eingeschlossen

KUVA 7. Vanha Suomen Höyrylaiva Osakeyhtiön cocktaillista