

KULUTTAJALÄHTÖINEN TUOTEKEHITYSPROSESSI – CASE LAHNAMAKKARA

Anu Hopia, professori/TY
Jorma Pesämaa, yrittäjä, Pesma Ky
Kalatalouden Innovaatiopäivät 7.11.2019
Kalainnovaatiot.blogspot.com



TAUSTAA - YHTEISKEHITTÄMINEN

- Lähtökohtana on arvon tuottaminen yrityksen ja asiakkaan välisessä vuorovaikutuksessa.
- Yhteiskehittäminen =
 - yhteistä, yhteisöllistä, samanaikaista, yhdenvertaista prosessia, jolla tuotetaan uutta, joko konkreettista tai symbolista arvoa.
- Dialogin vahvistamista yrittäjän ja kuluttajan välille alan tutkimustiedon sisältävässä ympäristössä.
- Tasavertainen osallistuminen
- Erilaisten tavoitteiden ja näkökulmien tunnistaminen



TURUN
YLIOPISTO

Kuluttajänäkökulma
osaksi koko
tuotekehitysprosessia
Tutkimustieto
hyödyttämään PK-
yritysten
ongelmanratkaisua



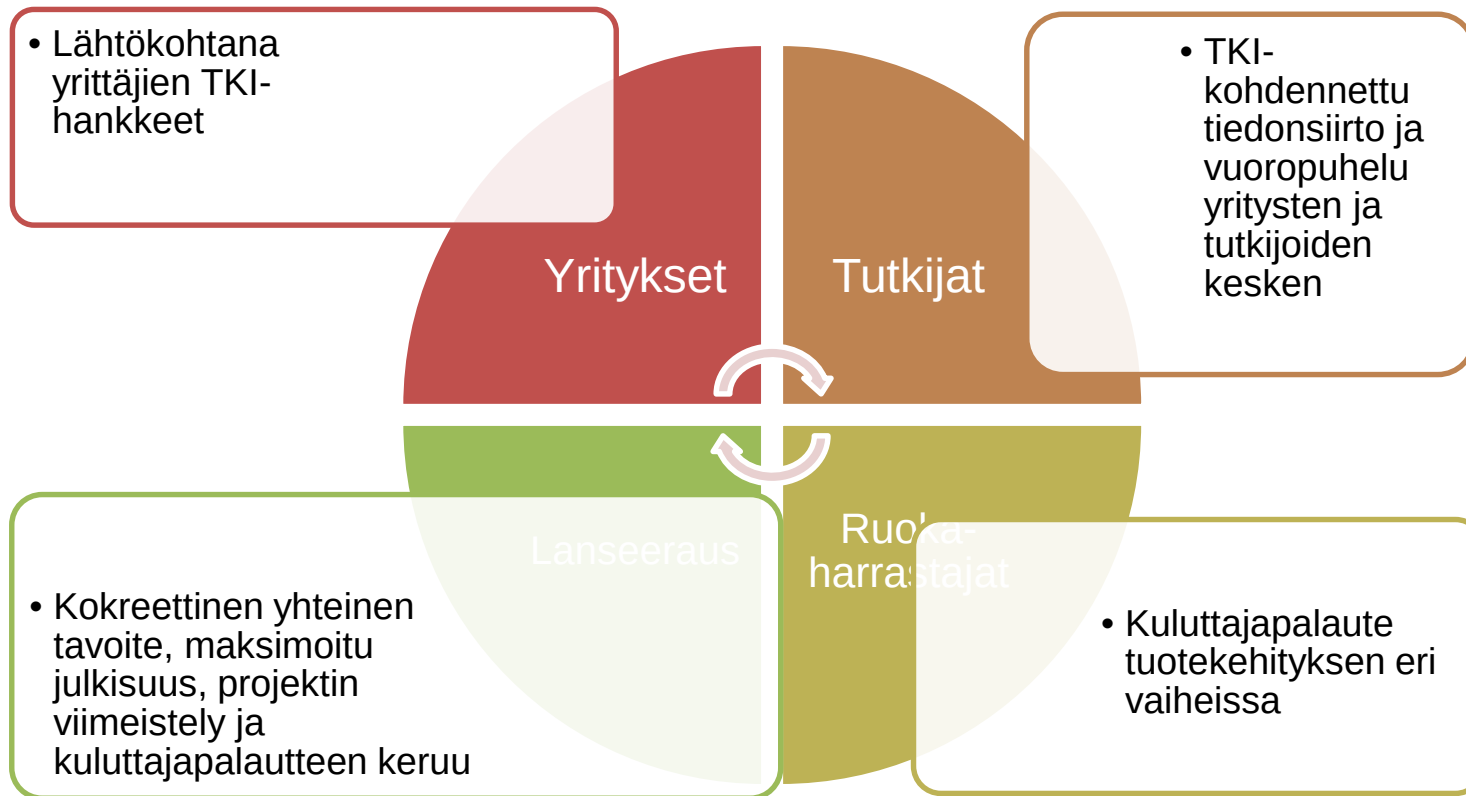
Toimintamalli: YHTEISKEHITTÄMISEN TUOTEKEHITYSTYÖPAJAT

- Sarja ruokainnovaatioiden kehitystyöpajoja pk-yrityksille, jotka tähtäävät yhteiseen tuotelanseeraukseen.
- Aktiivinen vuoropuhelu yritysten, tutkijoiden ja kehittäjien sekä aktiivisten ruokaharrastajien välillä
 - Suora yhteys tutkimukseen
 - Suora yhteys kuluttajiin
- Yhteistyö EU/BA-rahoitteisen Food Bait –hankkeen kanssa, jonka tavoitteena kehittää ruokaan liittyviä tuotteita, palveluita tai ratkaisuja Merenkurkun markkinoille
 - Suuremmat resurssit molemmille hankkeille



**TURUN
YLIOPISTO**

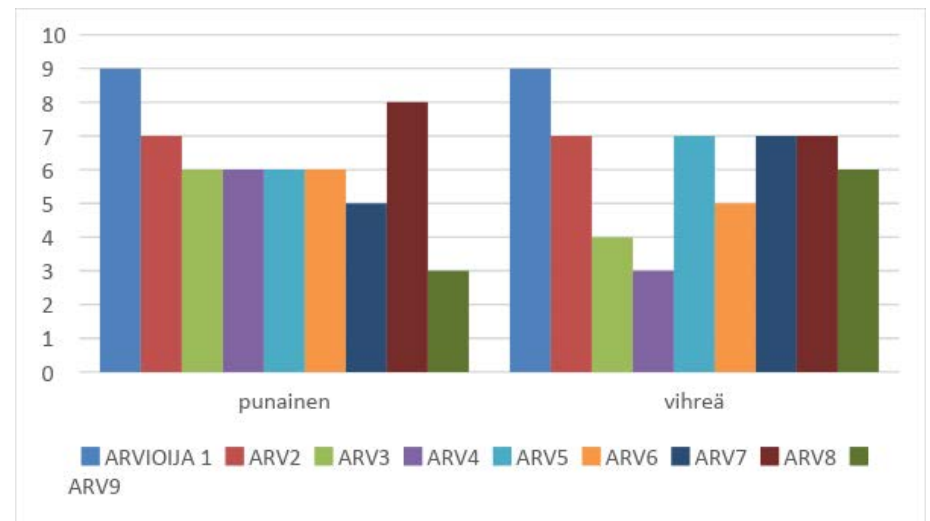
Kohti yhteistä tavoitetta



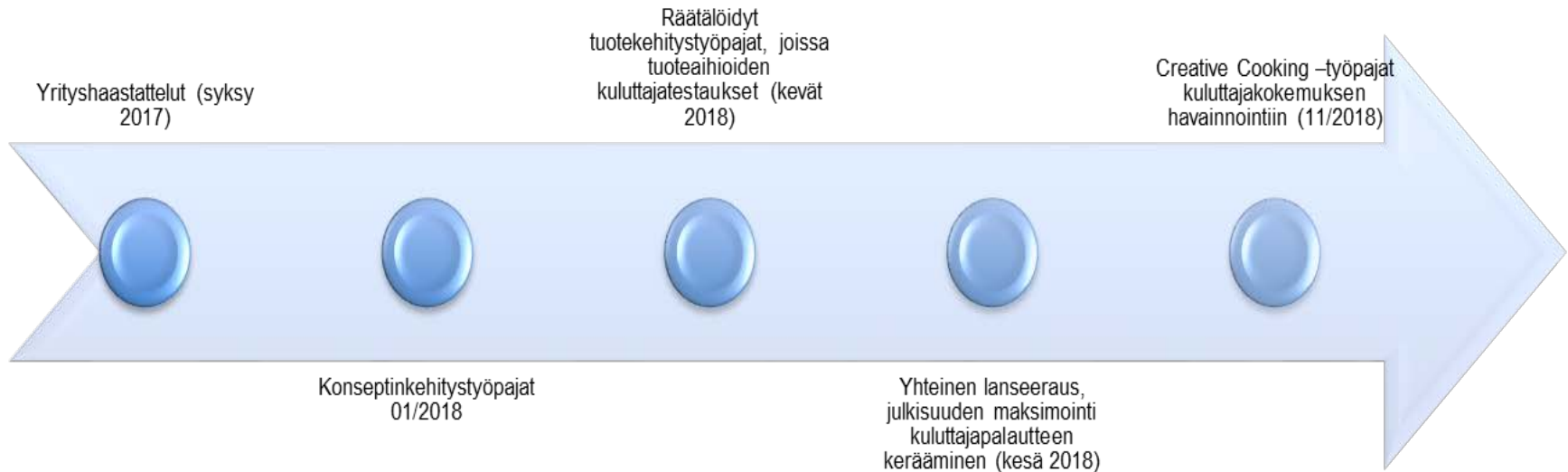
TURUN
YLIOPISTO

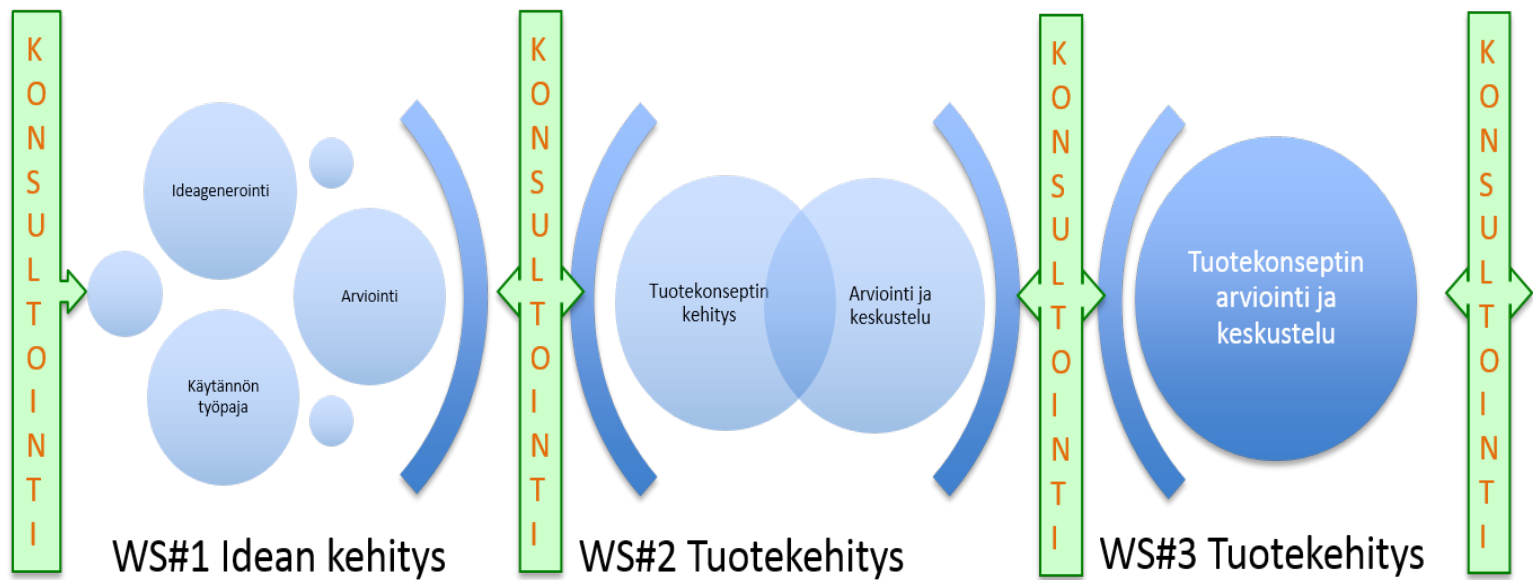
Tutkimuksen rooli ja projektin tuki

- Teoriaa
 - Tuotekehitys
 - Aistinvarainen arviointi
 - Kuluttaja-arviointi
- Käytäntöä
 - Kuluttaja-arviointien toteutus ja tulosten tulkintatuki
 - Lanseeraus



12 kuukauden yhteinen tuotekehitysprosessi





02/2018

03/2018

04/2018

05/2018



EUROOPAN MERI- JA KALATALOUSRAHASTO
SUOMEN TOIMINTAOHJELMA
2014-2020



Rakenne:

Työpajat 1-3 sisältävät

- Teoriaosuus (yleisiä teemoja, kuten tuotteiden makuun ja aistinvaraisiin ominaisuuksiin liittyvät haasteet tuotekehityksessä, aistinvaraisen arvioinnin sekä kuluttajatutkimuksen perusteet)
- Käytännön työskentelyosuus eli tuotteiden aistinvarainen arviointi
- Tulokset ja niistä keskustelu yhdessä yrittäjän kanssa
- Creative Cooking –osiossa tuotteiden käyttö annosten valmistuksessa



Työpajojen tuloksia:



- kuluttaja-arviointeja
tuotteiden miellyttävyyde
pakkauksista,
käyttötarkoituksista
- Lanseeraukset tapahtumissa
- Yrityskontakteja
- Tutkimustietoa

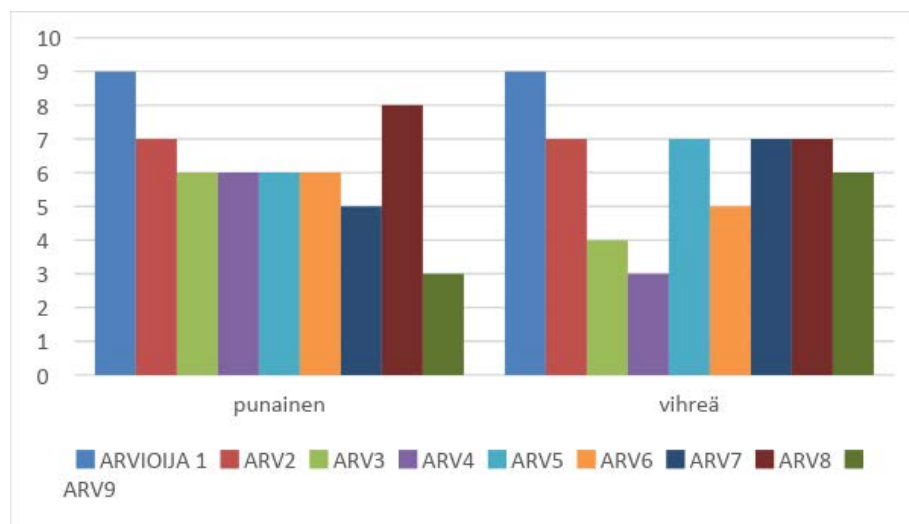


Kuluttajanäkökulma

Sanapilvissä kuvaus kuluttajien havainnoimista ominaisuuksista



Miellyttävyydestuloksissa kuvaus keskiarvioista, hajonnasta ja kuluttajaryhmistä



Yritys X

- Osallistui 3-4 työpajaan
- Sai 3 väliarviota kehitteillä olevasta tuotekonseptistaan
- Osallistui 3-4 lanseeraustilaisuuteen Suomessa ja Ruotsissa
- Sai 6-henkisen ammattilaisraadin palautteen tuotteestaan
- Sai noin 200 kuluttajapalautetta tuotteestaan
- Sai merkittävän määrän julkisuutta tuotteelleen
- Vaikutti tulevien työpajojen sisältöön
- Laajensi verkostoaan tutkijoiden, yrittäjien ja ruokaharrastajien suuntaan



Toteutetut työpajat

Työpaja	Päivämäärä	Paikka	Kieli	Teema	Asiantuntija	Osallistujia	Aikaisempia osallistujia		Arvioituja tuotteita	Yrittäjiä
							lkm	%		
1	29-30.1.2018	Vaasa	ruotsi/suomi	Konseptinkehitys	Julia Berggren ja Björn Norén ¹	28	0	0	-	7 (Snickars Deli 1 hlö, Oles Fisk 1 hlö, Strandis 2 hlö, Sonnfish 1 hlö, Brännskata fiskare 2 hlö)
2	8.3.2018	Vaasa	ruotsi/suomi	Aistit ruuan kokemisessa	Saara Lundén ²	14	7	50	9 (3 röraa, 3 kalapihviä, 3 silakkatuotetta)	5 (Snickars Deli 1 hlö, Strandis 2 hlö, Tom Blom 1 hlö, Brännskata 1 hlö)
3	12.4.2018	Vaasa	ruotsi/suomi	Kestävä kehitys ja kuluttajatrendit	Laura Forsman ²	15	4	27	8 (3 röraa, 2 kalapihviä, 3 lahnammakkaraa)	5 (Snickars Deli 1 hlö, Strandis 2 hlö, Pesma 2 hlö)
4	17.5.2018	Vaasa	ruotsi/suomi	Kuluttajatutkimukset ja tulosten käsittely	Saara Lundén ²	13	4	31	3 (2 röraa, 1 lahnammakkara)	3 (Snickars Deli 1 hlö, Pesma 2 hlö)
5	24.10.2018	Turku	suomi	Moniaistinen ruokailu ja kuluttajatutkimukset	Sari Puputti ²	12	0	0	7 (3 kalapasteijaa, 3 kalapihviä, 1 silakkalaatikko)	1 (Laxtomten 1 hlö)
6	21.11.2018	Vaasa	ruotsi/suomi	Creative cooking	Anu Hopia ²	13	3	23	-	1 (Snickars Deli 1 hlö)
7	28.11.2018	Turku	suomi	Kestävä kehitys ja kuluttajatrendit	Laura Forsman ²	10	5	50	4 (2 silakkalaatikkoa, 2 kalapihviä)	1 (Laxtomten 1 hlö)

¹ Uumajan yliopisto

² Turun yliopisto (FFF)



2018 mukaan lähti 9 yritystä

- Tuotelanseeraukset
 - Pesma ky
 - Lahnamakkara
 - Snickars Deli
 - Säynäväpohjainen röra
- Lisäksi työpajojen eri vaiheisiin osallistuneita yrityksiä 7 kpl



Yhteisöllisen kehitysprosessin hyödyt ja haasteet

- Yritykselle

- Parempi ymmärrys kuluttajien tarpeista
- Uusi marketointialusta
- Tuotteet nopeammin markkinoille
- Pienemmät kustannukset tutkimuksessa ja tuotekehityksessä, parempi voitto
- Ajan puute – Jokapäiväisten tarpeiden täyttäminen
- Virallisen prosessin puuttuminen
- Taitojen ja resurssien puute yrityksessä
- Vaikeuksia kommunikoida lopputuottajan kanssa

- Ruokaharrastajalle

- Suora ja epäsuora taloudellinen hyöty
- Sosiaaliset hyödyt
- Kuluttaja saa lisää tietoa
- Psykologiset hyödyt
- Tiedon puute
- Ajan puute
- Kiinnostuksen puute
- Epäsopiva profiili yrityksen kannalta



Työpajojen henkilöresurssit

- **Toteutus**
- Katja Marttunen (koordinointi, yrityshaastattelut, työpajojen toteutus)
- Sandra Mellberg (ruotsinkieliset työpajat)
- Susanna Ihanus (viestintä, Food Bait -hanke)
- Nann Rintala (Food Bait –hanke)
- **Asiantuntijat**
- Anu Hopia (elintarvikekehitys, creative cooking)
- Saara Lunden (aistinvarainen arviointi)
- Laura Forsman (kuluttajanäkökulma, kestävä kehitys)
- Sari Puputti (moniaistinen ruokailu, kuluttajatutkimukset)
- Björn Norén ja Julia Bergren (Uumajan yliopisto, konseptinkehitys)



The image shows a screenshot of the Blue Products website. The header is teal with the title 'Blue Products' in white. Below the title is a subtitle in Finnish: 'Kalastuksen innovaatio-ohjelman ajankohtaisia kuulumisia ja kokemuksia Turun yliopiston osa-projektin toteutuksista.' A navigation bar contains links: 'Etusivu', 'Info', 'Tuotekehitys / Produktutveckling', 'Ajankohtaista', 'Nyhet', 'Yhteystiedot / Kontakt', and 'Meri- ja kalatalous'. The main content area has a date '27.11.2018' and a title 'Säynävästä on moneksi: Creative Cooking -työpajassa kehitettiin uusia herkkuja'. The text describes a workshop where participants developed new recipes for Snickers Delin using fish. It mentions that the workshop was part of the Blue Products innovation program. There are two photos: one showing people in a kitchen setting and another showing a close-up of food. On the right side, there is a 'Blogiarkisto' (Blog archive) section with a list of posts for the year 2018, including 'marraskuuta (3)', 'lokakuuta (4)', 'syyskuuta (3)', 'elokuuta (1)', 'kesäkuuta (1)', 'huhtikuuta (2)', and 'maaliskuuta (2)'. At the bottom left, there is a logo for 'EUROOPAN MERI- JA KALATALOUSRAHASTO SUOMEN TOIMINTAOHJELMA 2014-2020'.



Työpajojen jatkuminen 2020-

- Uudet Blue Products -työpajasarjat suunnitteilla vuosille 2020-2022
- Ota yhteyttä:

Anu Hopia

Anu.hopia@utu.fi

050 378 9919





Turun yliopisto
University of Turku



Österbottens
Fiskarförbund



AKTION ÖSTERBOTTEN