

KULUTTAJALÄHTÖINEN TUOTEKEHITYSPROSESSI

Anu Hopia
Nanna Rintala, Nora Logrén
Turun yliopisto
Kalainnovaatiot.blogspot.com





Mitä kuluttajat odottavat? - **Kyselytutkimus suomalaisten kuluttajien kalankäytöstä keskittyen alihyödynnettyihin kalalajeihin**

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää suomalaisten kuluttajien kalankäyttöä ja erityisesti alihyödynnettyjen kalalajien käytön syitä ja esteitä.

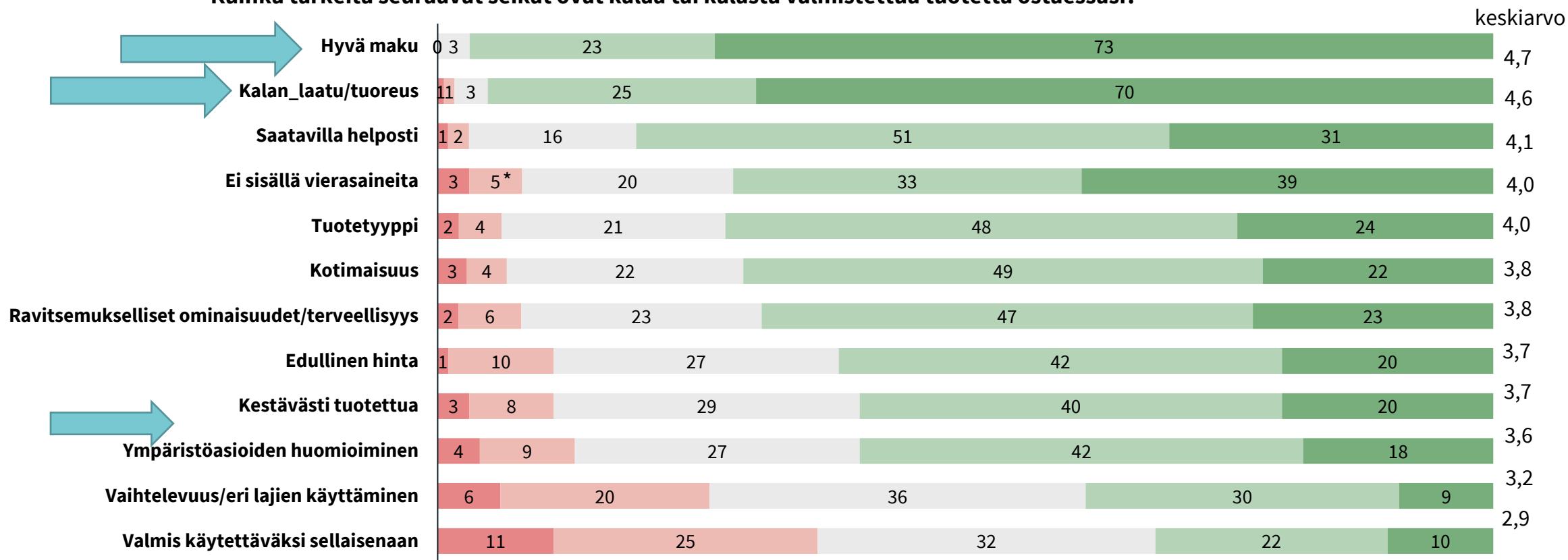
Tutkimuksen toteutti Turun yliopiston Funktionaalisten elintarvikkeiden kehittämiskeskukselle Aistila Oy.

Ks.Hopia ja Lundén, 2021, Suomalaisten kaupunkilaisten lautaselle ui harvemmin silakkaa tai särkeä

<https://kehittyvaelintarvike.fi/artikkelit/toimialat/kalateollisuus/suomalaisten-kaupunkilaisten-lautaselle-ui-harvemmin-silakkaa-tai-sarkea/>

Kalatuotteiden valinnassa tärkeintä on hyvä maku sekä kalan laatu ja tuoreus – kalan pitää olla myös helposti saatavilla

Kuinka tärkeitä seuraavat seikat ovat kalaa tai kalasta valmistettua tuotetta ostaessasi?



* Kuten dioksiineja tai PCB-yhdisteitä

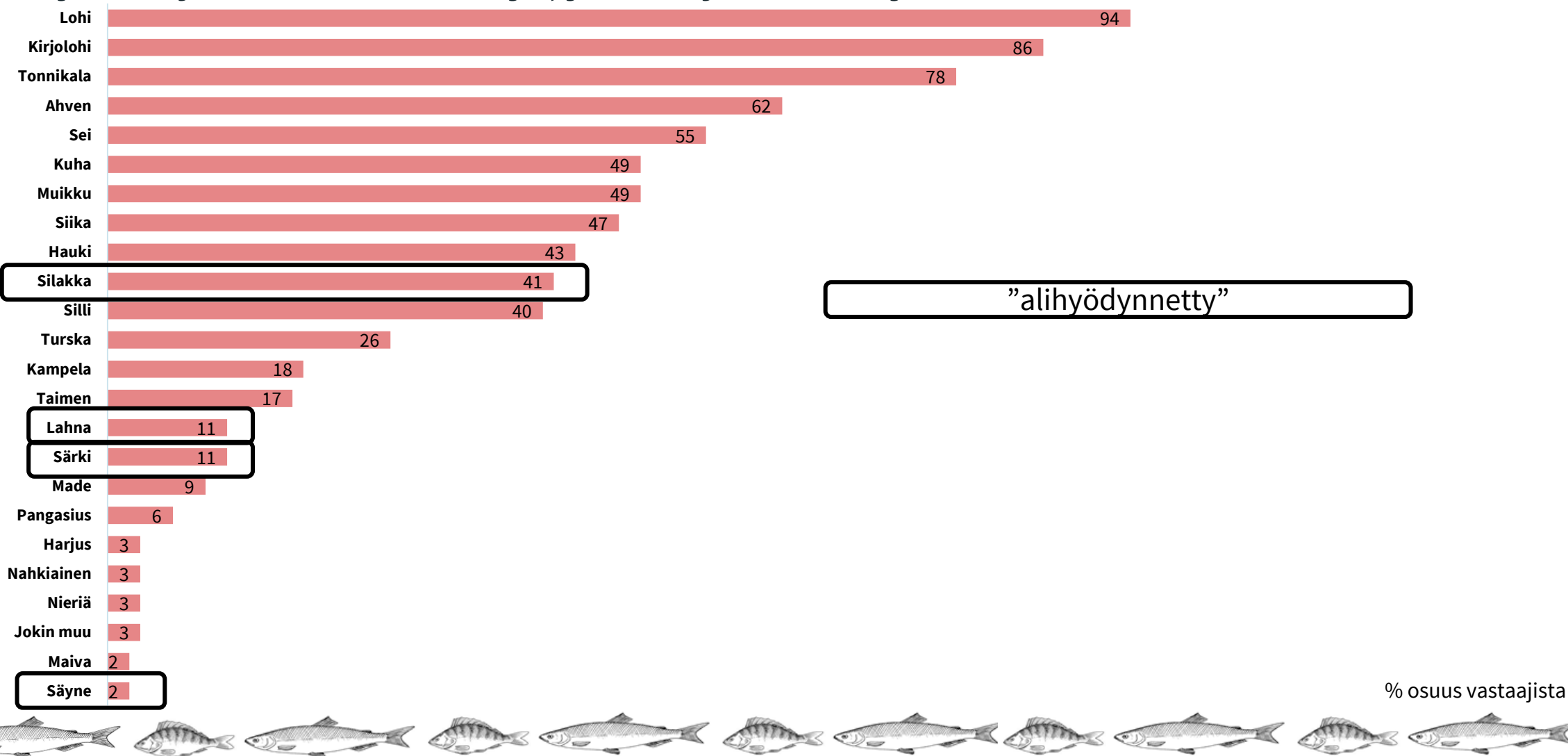
■ täysin merkityksetön ■ melko merkityksetön ■ ei tärkeä eikä merkityksetön ■ melko tärkeä ■ erittäin tärkeä

% osuus vastaajista



Silakka on alihyödynnetyistä kalalajeista käytetyin – säynettä käyttävät vain harvat

Kalalajien käyttö – kaikki kalalajit, joita käyttää edes joskus



Summa summarum – silakka ja särki

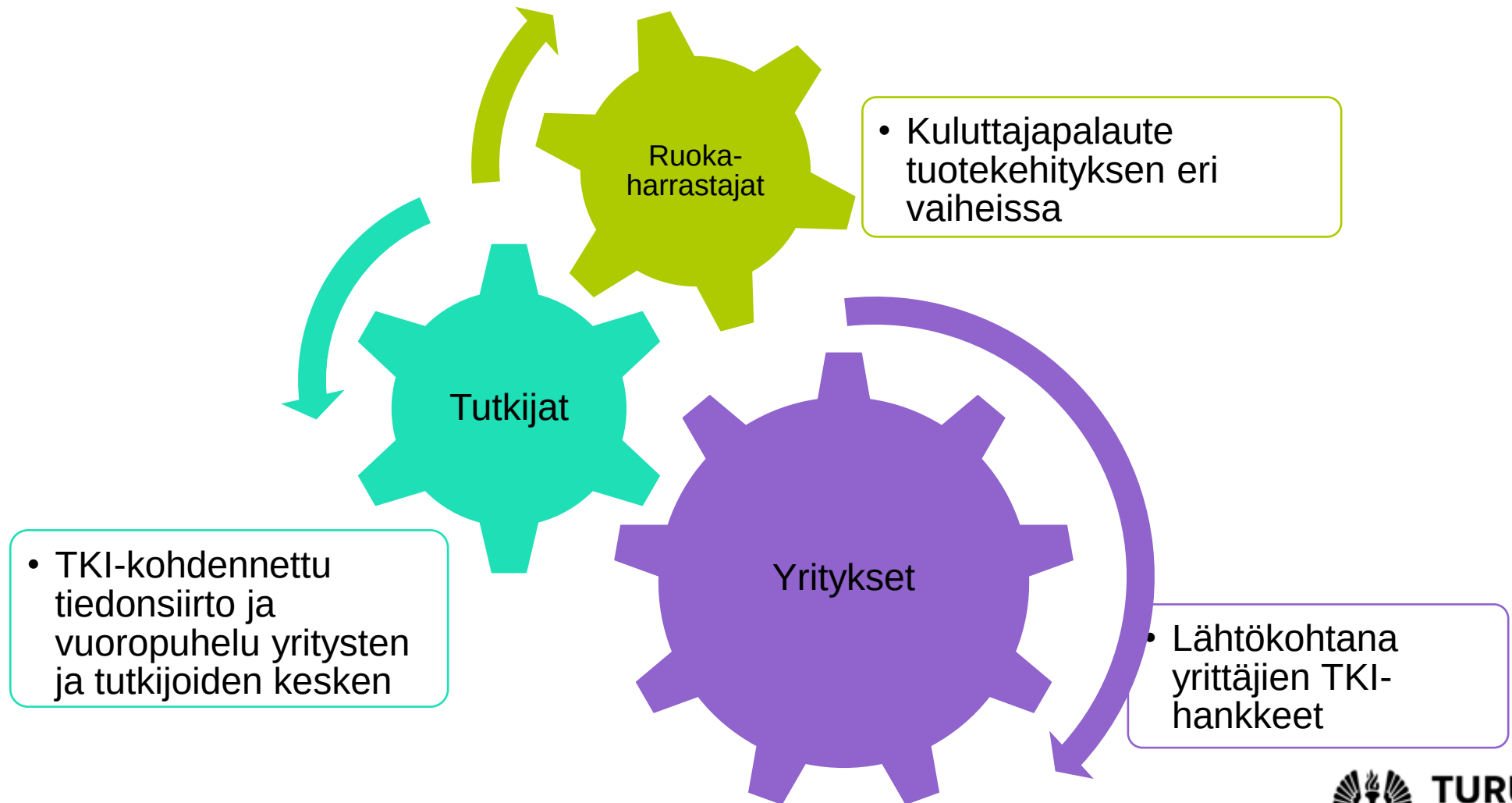
- Mikään alihyödynnetyistä kalalajeista ei noussut säännöllisesti käytettävien kalojen joukkoon
 - Onko syynä saatavuus, maku, käyttömukavuus, tuttuus vai mikä?
 - Esimerkiksi
 - MAKU: Silakan kohdalla maku jakoi vastaajia käyttäjiin ja ei-käyttäjiin
 - SAATAVUUS: Särjen käyttömuotoja kysyttäessä Järkisärki-brändi mainittiin useissa vastauksissa
- Valitussa ryhmässä (**18-50-vuotiaat kaupunkilaiset Etelä-Suomesta**) sekä silakan että särjen käyttäjäprofiileissa painottui
 - Miehet
 - Korkea koulutus
 - Kasvispainotteinen sekaruokavalio (joita vain 17 % vastaajista)
 - Monipuolinen kalankäyttö ja kalastusharrastus
- Tärkeitä motiiveja olivat kotimaisuus ja vaihtelunhalu
- Ympäristöystävällisyys motivoi särjen, ei niinkään silakan käyttäjiä
- Särjen kohdalla käytön esteenä tottumattomuus (ja ruodot), silakan kohdalla makumieltymykset

TAUSTAA - YHTEISKEHITTÄMINEN

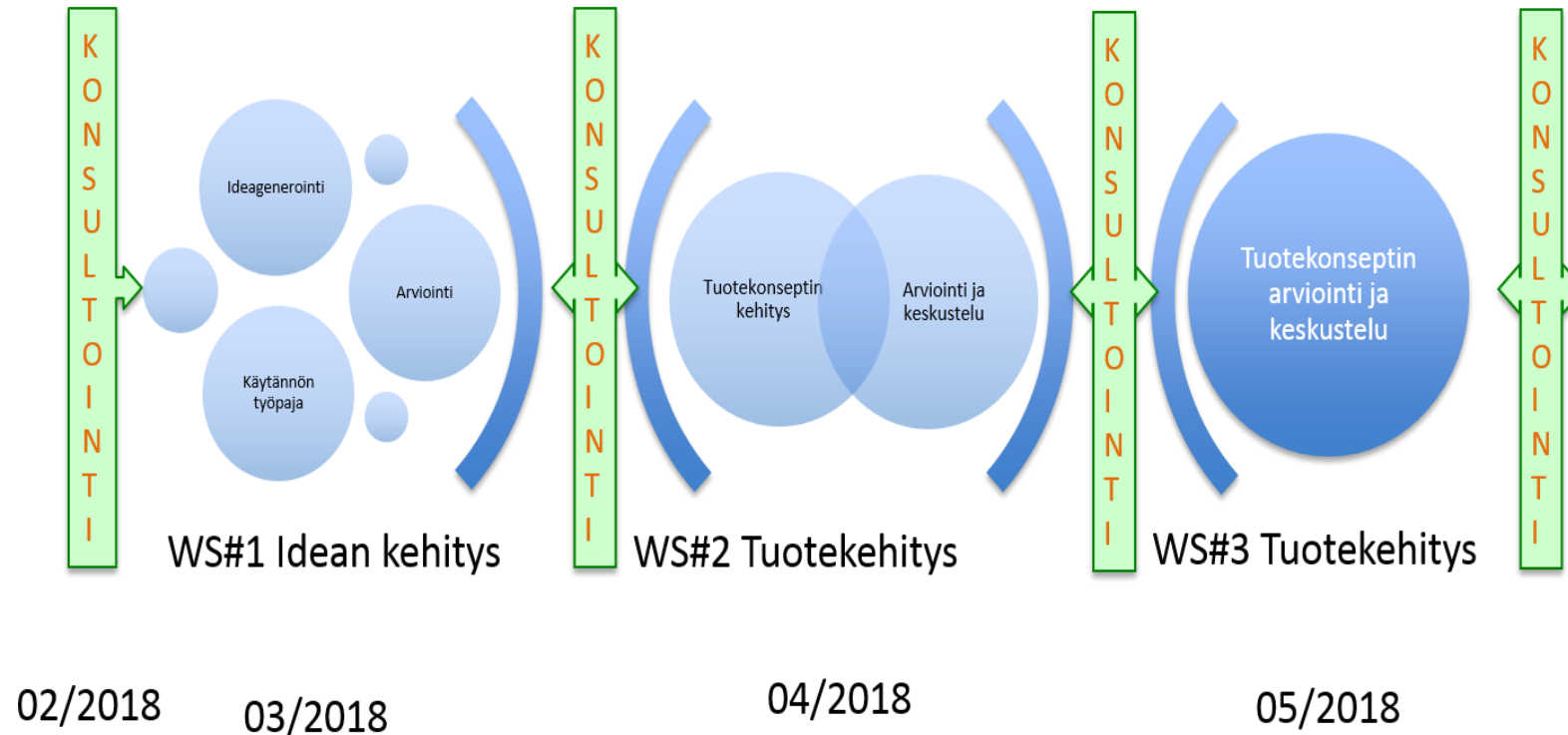
- Lähtökohtana arvon tuottaminen yrityksen/yrittäjän ja tutkijan välisessä vuorovaikutuksessa.
- Kuluttajälähtöisyys
- Yhteistä, yhteisöllistä, samanaikaista, yhdenvertaista prosessia, jolla tuotetaan uutta, joko konkreettista tai symbolista arvoa



YHTEISKEHITTÄMINEN 3 TOIMIJATAHON KESKEN



ESIMERKIKSI KULUTTAJALÄHTÖISTEN TYÖPAJOJEN SARJA





**PYRITÄÄN
TUNNISTAMAAN
KRIITTISET
KEHITYSKOhteet:
Esim. Mikä on
tuntoaistin merkitys
kalatuotteissa?**



Aistinvarainen arviointi vs. miellyttävyyden arviointi



- **Aistinvarainen arviointi**
 - Aktiivinen havainnointi
 - Analyyttistä
 - Ei "maistelua"
 - Sovellusalueet
 - Laaduntarkkailu
 - Tuotekehitys
 - Laatuluokituksen ja –
spesifikaatiot
 - Tuotteiden kelpoisuus,
virheiden arviointi
 - Harjaantunut raati
- **Miellyttävyyden/mieltymysten tutkimus**
 - Hyväksyttävyyden ja
miellyttävyyden tutkiminen
 - Erilaiset kuluttajaryhmät

Työkaluja kuluttajapalautteen keräämiseen

- Tuotteen aistinvaraisen laadun ja miellyttävyyden arviointi kyselylomakkeen avulla
- Systemaattisesti kerätty tieto auttaa oman tuotteen objektiivisessa arvioinnissa

Hei ja tervetuloa tuotearviointiin!

Edessäsi on ruokanäytteitä. **Tarkastele niitä yksi kerrallaan**, järjestyksellä ei ole merkitystä. Käytä kaikkia aistejasi ja katsele, tunnustele, ravistele, liikuttele, haistele ja maistele niitä. Sen jälkeen **kirjaa ylös muutama ominaisuus (1-5), jotka mielestäsi kuvaavat tuotetta parhaiten**. Voit kuvailla mitä ominaisuutta vain (ulkonäköä, väriä, hajua, makua, rakennetta, suutuntumaa, ...), ja käyttää niitä sanoja, jotka tulevat mieleesi. Täytä joka näytteelle oma arviointiosio ja kirjaa näytteen tunniste sille varattuun kohtaan.

NÄYTE: _____

Kirjaa ylös yhteensä 1-5 ominaisuutta käyttäen itsellesi sopivia rivejä alla:

ULKONÄKÖ (väri, muoto tms)

HAJU (haistamalla lautaselta nuuhkimalla)

RAKENNE (haarukan, lusikan ja veitsen avulla havaittuna, sormilla painellen koettuna sekä suussa pureskeltuna)

ÄÄNI (lautasella tai suussa havaittuna pureskelun aikana)

MAKU (suussa koetut havainnot)

Kun olet listannut tuotteen mielestäsi tärkeimmät ominaisuudet, **arvioi vielä tuotteen miellyttävyys kokonaisuudessaan** 9-portaisella asteikolla YMPYRÖIMÄLLÄ SINULLE SOPIVA VASTAUS

9=erittäin miellyttävä
8= hyvin miellyttävä
7= melko miellyttävä
6 = hieman miellyttävä
5= ei miellyttävä eikä epämiellyttävä
4 =hieman epämiellyttävä
3 = melko epämiellyttävä
2 = hyvin epämiellyttävä
1 = erittäin epämiellyttävä

CASE - Kalatyöpaja RASEKO Food Laboratory/Blue Products 1.9.2020, Raisio

- Osallistujia 18 henkeä + vetäjät
- Yrityksiä 8 kpl
- Tuotteita kehitettiin 17 erilaista
- Pienimuotoinen kuluttajaraati 5 tuotteelle
- Työpajan tuotoksista kaupallistettiin esim.
 - lahnalohimureke
 - kalasäilyke säyne
-



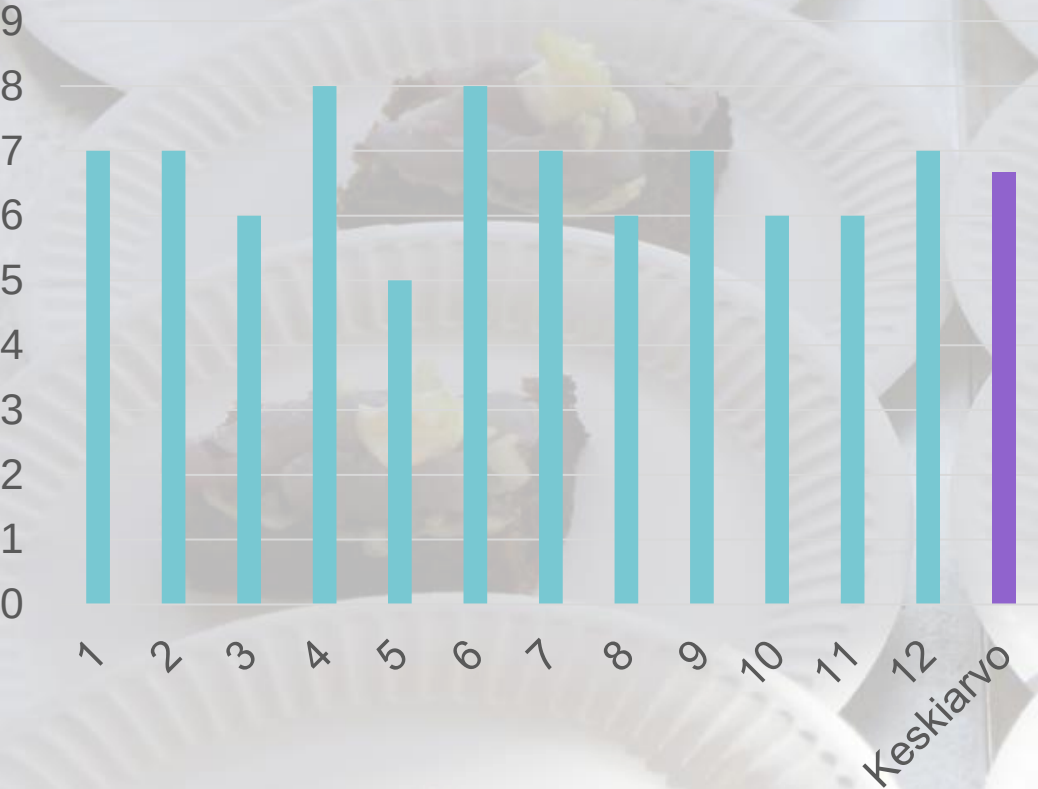
Tuotteet

- Haukihilli
- Lahnalevite
- Lahna-hauki-peruna-pihvi – rosmariini
- Lahnapatee
- Kirjolohenmaksalaatikko
- Hauki-kirjolohensydänmakkara
- Valkoviinissä haudutetut kirjolohen sydämet
- Kermassa haudutetut kirjolohen sydämet
- Lahnatahna
- Särkipitsa
- Lahna-hauki-perunapihvit, 3 kpl eri mausteilla
- Haukigraavi
- Lime-valkosipuli-etikkasilakka
- Lohenmaksapatee
- Särkigraavi
- Kalapuikot ja kastike
- Patee

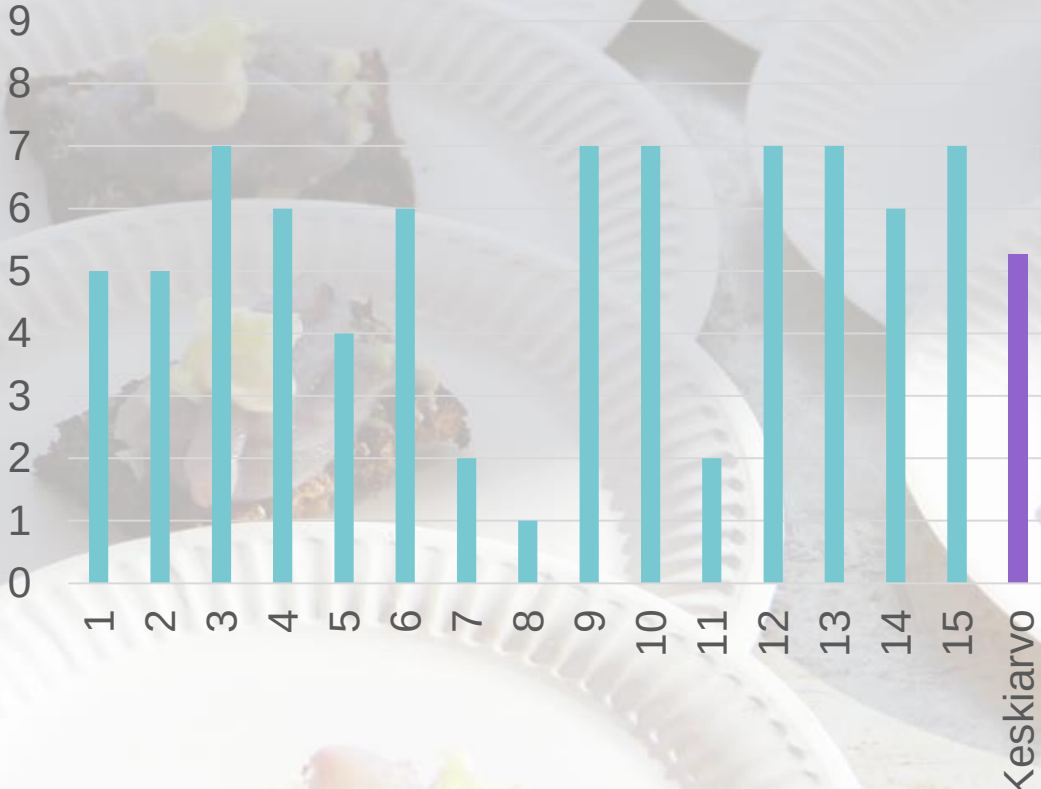


Haukihilli & Kirjoloohenmaksalaatikko

Miellyttävyys



Miellyttävyys



Kiitos!

**Tuotekehityksen Toolbox –
kehittämistyökaluja PK-
yrityksille**

https://issuu.com/turun_yliopisto/docs/food-bait-esite-fi-2020

Valkovärnissä haudutetut
lohen sydämet

