



RUOKATUOTTEEN KANNATTA- VUUS RAVINTOLASSA

Ravinteli Bertha

Miia Juhala

Opinnäytetyö
Joulukuu 2015
Hotelli- ja ravintola-alan ko.

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

JUHALA, MIIA:
Ruokatuotteen kannattavuus ravintolassa
Ravinteli Bertha

Opinnäytetyö 35 sivua, joista liitteitä 9 sivua
Joulukuu 2015

Tässä työssä tutkitaan Ravinteli Berthan ruokatuotteen kannattavuutta. Tavoitteena on saada vastaus kysymykseen – Kuinka kannattavat, ovat ravintolan ruokatuotteet? Mikä on ruoan myyntikate? Tarkoituksena on vakioida ruokalistan tuotteet kahdeksi viikoksi, seurata ruokalajien menekkiä ja sen perusteella tehdä menuanalyysi, jolla selvitetään ruokatuotteiden kannattavuudet. Ravintolassa ei ole tehty aikaisemmin näin tarkkoja laskelmia. Bertha on yksityinen ravintola ja sijaitsee Tampereen keskustassa. Ruokalistalta löytyy kahdeksan (8) ruokalajia, jotka vaihtelevat sesonkien mukaan. Tutkimus aloitettiin tekemällä alkuinventaarior. Sen jälkeen laadittiin annoskortit kaikista ruokalajeista ja seurattiin kaikkien ruokalajien myyntiä kappaleittain sekä ravintolan raaka-aineostoja. Kahden viikon seurantajakson jälkeen laskettiin raaka-ainekäyttö ja ruoan myyntikateprosentti. Tämän jälkeen laadittiin menuanalyysi.

Menuanalyysi – taulukosta tehtiin pistekaavio ja kuvio havainnointia helpottamaan. Pistekaaviossa otettiin huomioon annoskohtaisesti palkkakate ja myyty kappalemäärä, kuvio auttaa huomioimaan annosten palkkakatteen rahamääräisesti ja niiden myyntikateprosentit. Näitä analysoimalla huomataan mitkä tuotteet ovat sellaisenaan kannattavia ja mitä tuotteita kehitellään lisää. Kuvio näyttää konkreettisesti, että vaikka myyntikateprosentti on korkea, ei sen palkkakate välttämättä kuitenkaan ole hyvä. Annoskorteista huomaa myyntikatteiden olevan hyviä. Jokaisen ruokalajin myyntikate on yli 75 %.

Seurannan ja laskennan lisääminen tai tarkentaminen edistää ravintolan ruokatuotteiden kannattavuutta entisestään. Ruokatuotteita, joiden kysyntä ei ole suuri, voisi suositella esimerkiksi suuremmille ryhmille, joille lähetetään menukokonaisuus vaihtoehtoja.

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

JUHALA, MIIA:
The Profitability of a Food Product in a Restaurant
Ravinteli Bertha

Bachelor's thesis 35 pages, appendices 9 pages
December 2015

In this thesis the profitability of food products will be calculated for the restaurant Bertha. The goal is to find answers to following questions: How profitable are the restaurant's food products? What is the restaurant's food's real sales coverage? The purpose is to standardize the courses of the menu for a two week period and at the same time to follow the sales of these courses, and based on that to make a menu analysis from which it is possible to get a perception of the profitability of food product. The restaurant has not done this kind of calculating before. Bertha is a private restaurant and it is located in the Tampere city centre. The menu includes eight (8) courses which change by season. The investigation started with the inventory and standardizing of the courses. Then the sales of all the courses were followed, as well as the restaurant's raw material purchases. After a two week period, the final inventory was made. Based on these statistics, the menu analysis was compiled.

To ease the observation, one chart and one figure were made of the menu analysis form. The chart first compares the sales and sales coverage in euros and the figure helps the observation to recognize the sales coverage of the portions in euros and their sales margin ratio. By analyzing these diagrams, the profitability of the products can be seen and also which products need some changes. The figure indicates that even if the sales margin ratio is high, the product does not necessarily have good sales coverage. By studying the portion cards of this thesis, it can be noticed that the sales margins are good. Every product has over 75 % sales margin.

It is good to increase or specify the methods of controlling and calculations as these will increase the profitability of a food product in this restaurant. Food products that do not have a high sale, could be recommended for example to bigger groups, to whom the menu options will be sent beforehand.

Key words: menu analysis, profitability, portion card

SISÄLLYSLUETTELO

1	JOHDANTO.....	6
2	RAVINTOLA TOIMIALANA	7
3	KANNATTAVA RUOKATUOTE.....	9
3.1	Ulkoinen laskentatoimi	9
3.2	Sisäinen laskentatoimi	10
3.3	Hankinta- ja ostotoiminnat.....	11
3.4	Vakiointi	11
3.5	Hinnoittelu	12
3.6	Tuotanto	13
3.7	Seuranta ja analyysit	14
4	RAVINTELI BERTHAN TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN	17
5	RAVINTELI BERTHAN RUOKATUOTTEEN KANNATTAVUUS.....	18
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	23
	LÄHTEET	25
	LIITTEET	27
	Liite 1. Vakiointi, Annoskortti alakortti vinegrette.....	27
	Liite 3. Vakiointi, Annoskortti alakortti häntäliemi.....	29
	Liite 4. Vakiointi, Annoskortti alakortti metsäliemi.....	30
	Liite 5. Vakiointi, Annoskortti alakortti tattipyre.	31
	Liite 6. Vakiointi, Annoskortti alakortti ruusukaali.....	32
	Liite 7. Vakiointi, Annoskortti yläkortti etana.	33
	Liite 8. Menuanalyysi-taulukko.	34
	Liite 9. Ruokalista.....	35

ERITYISSANASTO

Annoskortti

Puolivalmiste

Rôtisseurs

Sirkulaattori

Sous Vide

Vakuumi

Ruokaohjekortti

Puolijaloste

Paistinkääntäjien järjestö

Vesihaudekypsennin

Vakuumikypsennys

Tyhjiö

1 JOHDANTO

Työ tehtiin Ravinteli Berthalle, joka on ruokapalveluita tuottava ravintola Tampereen keskustassa. Berthan perustajat omistavat myös kaksi muuta ravintolaa Tampereen keskustan alueella Ravinteli Huber sekä Ravinteli Pork and More. Bertha on aloittanut toimintansa 2010. Toiminta-ajatuksena on tehdä hyvää ruokaa hyvistä raaka-aineista sekä nauttia ruoan ja juoman hyvin harkitusta yhdistelmästä. Tarjonta vaihtelee sesonkien ja raaka-aineiden saatavuuden mukaan, pääsääntöisesti tarjolla on sesonkiin sopivia ja ajan-kohtaisia raaka-aineita. Berthalle on myös myönnetty Rôtisseurs-kilpi.(Bertha 2015.)

Työn aihe valittiin yhdessä ravintolan omistajien kanssa ja sitä muokattiin opinnäytetyöhön sopivaksi Tampereen ammattikorkeakoulun opettajien kanssa. Ravintolassa ei ole aikaisemmin laadittu annoskortteja, ruokalistan nopean vaihtuvuuden takia. Menuanalyysiä, josta näkisi annosten kannattavuuden, yrityksessä ei ole ennen tehty. Menuanalyysin tekeminen ja kannattavuuslaskenta vaikuttivat mielenkiintoiselta siksi, että ravintola on kuitenkin erittäin menestyvä. Tavoitteena oli saada vastaus seuraaviin kysymyksiin: Kuinka kannattavat ruokatuotteet ovat? ja Mikä on ravintolan ruoan myyntikate?

Työssä perehdyttiin yksityiskohtaisesti kahden viikon ajan ravintolan ruokalajeihin, inventaareihin ja myynteihin. Teoriaosuudessa pääpainoina olivat myös yleisesti kannattavuus, ruokatuotteen vakiointi sekä menuanalyysi. Menuanalyysin pohjalta tehtiin kaksi kaaviota, joista pystyi analysoimaan helposti ruokatuotteiden kannattavuutta. Työssä on myös laskettu sirkulaattorin sähkönkulutus.

2 RAVINTOLA TOIMIALANA

Ravitsemistoiminnan ensimmäiseen kokonaisuuteen, eli toimialaryhmään, sisältyvät erilaiset liikeideat, kuten esimerkiksi ruokaravintolat ja keskiolutpubit. Toinen kokonaisuus perustuu henkilöstöravintoloista ja ateriapalveluista. Ravitsemistoiminta ja matkailupalvelut yhdistetään helposti toisiinsa, sillä ravitsemistoiminnan katsotaan olevan tärkeä matkailualan osatekijä. (Harju-Autti 2006, 9.)

Ravintola-ala on kansainvälistynyt huomasti viime vuosina ja tämän myötä ravintolat ovat muuttuneet korkeatasoisemmiksi ja erilaisia segmenttejä on tullut lisää. Luodaan siis persoonallisia ravintoloita, kuten esimerkiksi aasialainenravintola. Kansainvälistymisen huomaa myös siinä, että esimerkiksi Helsingin seudulla englanti muutetaan työkieleksi. Suomen kielen osaaminen ei ole nykypäivänä vaadittua. Myös maahanmuuttajataustaisia työntekijöitä on runsaasti. (Liinamo 2014; Lampén 2015a.) Ravintola-ala on lähtökohtaisesti kansainvälistä, koska alalla on helppo pärjätä hieman tiiviimmälläkin sanavalikoimalla. Monet nuoret ravintola-alan työntekijät työskentelevätkin jossain vaiheessa ulkomailla. (Lampén 2015a.)

Ravintolakulttuuri on muuttunut 2000-luvulta nykypäivään asti huomattavasti ja ravintolat ovat helpommin lähestyttävissä (Terävä 2014). Ravintola-ala on kasvava toimiala, se työllistää ympäri Suomea joka vuosi enemmän ihmisiä (Mara 2015a). Jotta Suomen ravintola-alan kasvu olisi parempaa, tulisi verotusta alentaa entisestä. Hyvänä esimerkkinä toimii vuonna 2010 tehty verotuksen alentaminen joka nosti ravintoloiden ruokamyyntiä. (Terävä 2014.) Verotuksen lisäksi kannattavuutta lisäisi lainsäädännön pieni kevennys sekä Suomen saavutettavuuden parantaminen esimerkiksi viisumivapaudella. Matkailun markkinointiin täytyy keskittyä paremmin. Muut Pohjoismaiden maat käyttävät puolet enemmän rahaa maansa mainontaan, kuin Suomi. Markkinointiin sijoitettu raha maksaisi itsensä takaisin monin kertaisesti. Strategia ravintola- ja matkailualalle, eli suunnitelma kuinka valtion tulisi kehittää näitä osa-alueita. (Mara 2015b.)

Ravintola-alalle yrityksen perustaminen käy helposti, sillä vaatimukset sekä pätevyiden tarve eivät ole kovinkaan suuria ja alalla on suhteellisen pieni pääoman tarve. Kilpailu alalla on kuitenkin kovaa, erilaisia ravintoloita on paljon ja kysyntä ei riitä tasaisesti kaikille. (Ahonen, Koskinen & Romero 2009, 20.) Tuotteet tai tuote suunnitellaan helposti asiakkaan saavutettavaksi ja niille täytyy olla kysyntää. Tuotteet tulee kehittää siis niin,

että ne poikkeavat edukseen kilpailevien yritysten tuotteista. Mitä enemmän on kysyntää, sitä suurempi todennäköisyys on menestyä. (Lehtinen, Peltonen & Taurén 2011, 45.)

Tämän hetkinen markkinatilanne on huono, joka vaikuttaa myös oleellisesti ravintolalaan. Tästä johtuen yhä useamman ravintolan täytyisi omata ominaisuus sopeutua tai muuntautua markkinoiden mukaisesti, kuten esimerkiksi seuraamalla tämän hetkisiä trendejä sekä ravintolamuotoja. (Lampén 2015b.) Tämän hetken ravintola-alan markkinoilla niin sanotut lapsiystävälliset paikat ovat vähissä. Tällaiset lapsi ystävälliset ravintolat, jotka omistavat lasten leikkinurkkauksen ja joiden listalta löytyy lapsille mieleistä syötävää, on näissä paikoissa aikuisten ruokalista keskinkertainen. Tasokkaammissa ravintoloissa, joissa ruokalista on erinomainen, ei lapsille löydy mieleistä ruokaa tai tekemistä ruoan odottamisen ajaksi. Löytyy niitä poikkeustapauksiakin myös Suomesta. Pieni investointi esimerkiksi värikyniin ja piirustuspaperiin niin asiakaskuntakin laajenisi huomattavasti. (Forsman-Härkönen 2015.)

3 KANNATTAVA RUOKATUOTE

3.1 Ulkoinen laskentatoimi

Myyntikatetta tuottava tuote on kannattava. Korkea myyntikateprosentti tarkoittaa korkeaa kannattavuutta. Kannattavuuden selvittämiseksi tehdään annos- ja hinnoittelulaskelmia. Todellinen myyntikate on yleisimmin suunniteltua pienempi, jos muuttuvat kustannukset esimerkiksi raaka-aineostot eivät vastaakaan ennustettua. Tuotekohtaista kannattavuutta tutkitaan usein pistokokeilla ja laskelmista saadaan tarkempia, jos lasketaan jo etukäteen mahdolliset muuttuvat tekijät. (Miettinen & Santala 2003, 219–220.)

Ulkoinen laskentatoimi, eli kirjanpito ilmoittaa ulkopuoliselle taholle (verottaja) tietoa ravintolan liiketoiminnasta. Kirjanpito kertoo verottajalle, kuinka paljon yrityksen tulee maksaa veroja kuluneelta tilikaudelta. Kirjanpidolle on erilaisia sääntöjä ja asetuksia, joita yritysten tulee noudattaa. Ulkoinen laskentatoimi on siis lakisääteistä eli kaikille yrityksille pakollista. Se on myös jossain määrin kaikkien luettavissa olevaa informaatiota. Näitä ovat esimerkiksi osakeyhtiöiden ja osuuskuntien tilinpäätös- ja verotustiedot. Koska ulkoinen laskentatoimi on pakollista, voidaan yritysten tilinpäätöksiä vertailla keskenään. (Selander & Valli 2007, 22.)

Kirjanpidosta täytyy löytyä yrityksen tilikauden tulot sekä menot. Tilinpäätöksestä huomaa onko yrityksen toiminta kannattavaa vai ei, tuottaako yritys tulosta vai jääkö se tappiolle. Tilinpäätöksen tiedot ovat laskelmia menneestä tilikaudesta, niistä ei siis saa selville yrityksen tulevia muutoksia ja asioita. Koska ulkoinen laskentatoimi ei kerro tulevasta, ei sitä voida hyödyntää omassa liiketoiminnan suunnittelulaskelmissa. (Selander & Valli 2007, 22–23.)

Joka kuukausi tehdään niin sanottu kuukausi-inventaario, eli laskelmat varaston arvosta. Inventaario kertoo varaston tämän hetkisen arvon. Edellisen kuukauden inventaariolla, kuukauden raaka-aineostoilla ja uudella inventaariolla saadaan selville toteutunut ainekäyttö, kuukauden aikana käytettyjen raaka-aineiden kilo- tai litramäärät ja niiden rahallinen arvo. Alkuvarastoon lisätään kuukauden aikana tapahtuneet ostot ja loppusummasta vähennetään loppuvarasto, näin saadaan ainekäyttö. Ainekäytön rahallinen arvo saadaan kertomalla raaka-aineiden määrät niiden omilla kilo- tai litrahinnoilla. (Miettinen & Santala 2003, 103.)

3.2 Sisäinen laskentatoimi

Sisäinen laskentatoimi on ulkoista laskentatoimea yksityiskohtaisempaa ja se on jokaiselle yritykselle vapaaehtoista. Sisäinen laskentatoimi on hyödyllistä ja yrityksen käyttävät sitä liiketoiminnan suunnittelussa toiminnan ohjaamiseen, johtamiseen ja tarkkailuun. Laskelmat on tarkoitettu johtoryhmälle avuksi, helpottamaan päätöksen tekoa. Laskelmat käyvät pohjana ulkoiselle laskennalle, mutta tarkkoja sisäisiä laskelmia ei tarvitse eikä luovuteta yleensä ulkopuolisille. (Selander & Valli 2007, 23.)

Koska sisäinen laskentatoimi on vapaaehtoista, ei sillä ole mitään säädöksiä, vaan se on täysin yrityksen oma laskelma ja voi olla jokaisessa yrityksessä erinäköinen. Pohjana kuitenkin käytetään yleisesti myyntimääriä, henkilöstön määrää sekä asiakastilastoja. (Selander & Valli 2007, 23.) Käytännössä sisäiseen laskentatoimeen kerätään siis hintojen lisäksi myös muuta informaatiota. Laskentakausi voi olla minkä mittainen tahansa, vaikka tunti. Kun taas kirjanpidossa se on vähintään kuukauden. Sisäisessä laskennassa saatetaan haluta informaatio mahdollisimman nopeasti ja laskelmat on suunniteltu tietyille tilanteelle ja tietyille yritykselle. Tavoite-, vaihtoehto- ja tarkkailulaskelmat ovat osa sisäistä laskentaa. Tavoitelaskelmia ovat budjetit ja tuotelaskelmat. Vaihtoehtolaskelmia ovat hinnoittelulaskelmat ja raaka-aine tai investointi laskelmat. Tarkkailulaskelmia ovat mitkä tahansa laskelmat, jotka liittyvät suunnitelmaan tai tavoitteeseen. (Miettinen & Santala 2003, 119–120.)

Koko yrityksen henkilöstö vaikuttavaa työllään siihen, minkälaista tietoa saadaan. Työntekijät osallistuvat myös informaation keräämiseen ja käsittelyyn. Tämän takia on hyvä kaikille tehdä selväksi yrityksen sisäisen seurannan tavat. Monipuolinen laskentainformaatio on ensisijaisesti tarkoitettu johdon työkaluksi. Hyvä laskentamenetelmä saattaa saada myös henkilöstön kiinnostumaan yrityksen toiminnasta ja taloudesta. Kun informaatio toimii henkilöstön välillä, on henkilökunnan toiminta motivoituneempaa. Ravintola-alalla sisäiset laskennat pohjautuvat suunnitteluun, seurantaan, raaka-aine tarpeisiin ja hinnoitteluun. (Miettinen & Santala 2003, 120–121.)

3.3 Hankinta- ja ostotoiminnat

Hankittavat raaka-aineet pystytään laskemaan helposti annoskorteista (liitteet 1-7), mikäli niitä on tehty, myös tiedetyistä pöytävarauksista tai ennustetusta asiakasmäärästä voidaan arvioida raaka-aineiden tarvittava määrä. Tilausta tehtäessä tulee ottaa huomioon, kannattaako tuote tilata puolivalmiina tai jopa valmiina, täytyy myös muistaa yrityksen varastointilimitit. Tilattujen raaka-aineiden täytyy mahtua hyllyihin, kylmiöön tai pakastimeen. (Määttälä, Nuutila & Saranpää 2008, 84.)

Kuormaa vastaanottaessa tarkistetaan tuotteiden laatu, onko tuotteet kuljetettu oikeassa lämpötilassa ja että kaikki tilatut tuotteet sekä määrät täsmäävät kuormakirjan ja tilauslistan kanssa. Jos tuotteita uupuu, ilmoitetaan siitä asiasta tukulle. Ravintoloissa on hyvä käyttää varastoinnin osalta ”first in first out”-periaatetta, jolloin uudet tuotteet sijoitetaan vanhojen tuotteiden taakse. Näin tuotteet kiertävät, eikä lisähävikkiä synny pilaantuneista tuotteista. (Määttälä ym. 2008, 85.)

3.4 Vakiointi

Paras työväline, minkä työntekijä voi saada, on toimiva resepti. Vakioidun reseptin tavoitteena on saada tasalaatuista ja maukasta ruokaa työntekijästä riippumatta. (Laszka 2015.) Ravintoloissa voidaan vakioda myös valmiiksi suunnitellut menut, eli ruokalajikokonaisuudet. Vakiointi saa alkunsa ruokaohjeista, joita halutaan käyttää ravintolan ruoka-annoksissa. Työntekijä on löytänyt tai keksinyt ruokaohjeen, jonka haluaa vakioda. Tämän jälkeen mietitään mitä laitteita ja astioita on käytettävissä ja kokeillaan ruokaohjeen toimivuus käytännössä. Tarvittaessa ohjeeseen tehdään muutoksia, minkä jälkeen ohjetta on kokeiltava uudestaan. Kokeiluja tehdään niin kauan, kunnes saadaan haluttu määrä ja laatu tuotteelle. Lopullinen hyväksyminen tapahtuu, kun valmistuksessa onnistuu joku muu, kuin kokeiluissa mukana ollut henkilö. Tämän prosessin jälkeen kirjoitetaan ruokaohje puhtaaksi. (Lampi, Laurila & Pekkala 2012, 125–126.)

Annoskortti (liitteet 1-7) on ruokaohjekortti, josta löytyy ruoka-annoksen hintatiedot, raaka-aine määrät, valmistusohje ja parhaimmassa tapauksessa myös kuva annoksesta. Annoskortti on hyvä olla, jotta jokaisella kerralla kuka tahansa pystyy valmistamaan tasalaatuista ja oikean makuista ruokaa. Annoskorteista saadaan selville myös raaka-aine-

kustannukset ja annoskohtainen kateprosentti. Annoskortti toimii hyvin myös apuna tilausten tekemisessä. Jos annoskorttiin on liitetty kuva, saadaan ruoka-annoksesta aina samanlainen. (Määttä ym. 2008, 64.)

3.5 Hinnoittelu

Hotelli- ja ravintola-alalla voidaan hinnoitella tuotteet vapaasti. Alkoholia ei kuitenkaan saa myydä halvemmalla, kuin mikä sen sisäänostohinta on ollut. Hinta vaikuttaa suoraan yrityksen tulokseen. Tuotteilla joilla on korkea hinta, on myös korkea myyntikate. Korkea hinta vähentää usein kuitenkin menekkiä, oletuksena on että alentamalla hintaa myynti lisääntyy. Hinnoittelun lähtökohtana voi olla esimerkiksi yrityksen omat kulut, kilpailijoiden hinnoittelu tai kysyntä. (Miettinen & Santala 2003, 139.)

Hotelli- ja ravintola-alalla kilpailu on kovaa. Tuottajia on enemmän, kuin ostajia. Tämän takia hintaan vaikuttaa suurena tekijänä kysyntä ja tarjonta. Ravintoloiden tulee olla tietoisia lähellä sijaitsevien kilpailijoiden hinnoitteluista ja tuotteista. Uutta hinnoittelua tehtäessä täytyy muistaa oma liikeidea kokonaisuutena ja vertailla jo ruokalistalla olevien tuotteiden hintoihin. Uusien tuotteiden on hyvä olla vanhojen tuotteiden kanssa samankaltaisia. Porrastaminen on yleistynyt ravintola-alalla. Porrastus tapahtuu esimerkiksi asiakasryhmittäin (esimerkiksi kanta-asiakkaat), ajankohtaisesti (esimerkiksi after work), sekä tapahtumien mukaan (esimerkiksi festivaalit). (Miettinen & Santala 2003, 140–141.)

Ruokien hinnoittelussa apuna voidaan käyttää myös annoskorttia. Tällaisessa hinnoittelussa voidaan ottaa huomioon palkkakustannukset. Tarkkaa laskelmaa niistä ei kuitenkaan pysty tekemään, koska työajat eivät ole vakioita ravintola-alalla. Annokset voidaan jakaa kolmeen päätyöaikaan (esimerkiksi 4, 8 ja 12 minuuttia), jotka voivat sisältää vain valmistuksen tai sitten koko valmistusprosessin ruoanlaitosta ihan asiakkaalle asti. Jokainen voi valita itse parhaimman menetelmän ravintolalleen. (Selander & Valli 2007, 85.)

Yritys perii arvonlisäveroa kuluttajalta, silloin kun kuluttaja ostaa tuotteen tai palvelun, jonka jälkeen yritys tilittää sen valtiolle. Käytännössä kuluttaja maksaa verot. Palvelun ja tavaran käsite on määritelty arvonlisäverolaissa, mutta liiketoimintaa ei ole. Tavaraksi lasketaan kaikki konkreettiset esineet, mutta myös esimerkiksi kiinteistöt, vesi ja sähkö. Verohallinnon sivuilla on kerrottu tarkemmin tavaran määritelmät. Jos tuote ei täytä mitään tavaraa kuvaavia kriteerejä, on se silloin palvelu. Yrityksen ei tarvitse maksaa veroa

silloin jos yritys on tuottanut alle 8 500€liikevaihtoa. Yleinen veroprosentti on 24 % ja elintarvikkeissa 14 %. (Verohallinto 2015a.) Arvonlisäveron rahallisen määrän laskeminen perustuu prosenttilaskuihin (kaava 1.). Arvonlisäveron maksun yleinen eräpäivä on joka kuun 12. päivä, eli Tammikuun verotus maksetaan helmikuun 12. päivä ja helmikuun verotus maksetaan maaliskuun 12. päivä ja niin edelleen. (Verohallinto 2015b.)

$$\text{Arvonlisävero} = \frac{\text{verollinen hinta} * \text{sovellettava verokanta}}{100 + \text{sovellettava verokanta}}$$

KAAVA 1. Arvonlisävero (Selander & Valli 2007, 72.)

3.6 Tuotanto

Ruoanvalmistamisessa tuotanto tarkoittaa kaikkea mikä liittyy valmistukseen, kuten suunnittelut ja hankinnat. Ruokatuotannossa syntyy erilaisia hävikkejä, joista ravintolassa yleisimmät ovat esivalmisteluhävikki ja kypsennyshävikki. Esivalmisteluhävikki on helpoiten seurattavissa ja siihen pystyy myös itse helposti vaikuttamaan käyttämällä tuotteita, joista syntynyttä hävikkiä voidaan jatkossa käyttää hyödyksi muissa ruokaohjeissa. Kalaa fileoidessa hävikkiä on muun muassa ranka, pää ja evät, niitä voi hyödyntää tekemällä niistä kalaliemen, jota voi käyttää esimerkiksi liemissä tai keitoissa antamaan makua. Puolivalmisteet, kuten valmiiksi kuoritut sipulit vähentävät hävikkiä, mutta ovat myös hintavampia. Mikäli raaka-aineen vaatii tiettyjä valmistusmenetelmiä tai pitkiä esivalmisteluita ja ravintolalla tai työntekijällä ei riitä kriteerejä näihin, on silloin parempi käyttää puolivalmisteita.

Raaka-aineiden oikeilla valmistusmenetelmillä saadaan kypsennyshävikistä mahdollisimman pieni. (Määttä ym. 2003). Kypsennyshävikkiin vaikuttavat raaka-aineen lämpötila, kosteus ja kypsennysaika, myös laitteiden käytöllä voi vaikuttaa hävikkiin. Joissain keittiöissä on nykypäivänä yhdistelmäuuni, mikä vähentää kypsentämishävikkiä. Useat yhdistelmäuunit muuttavat automaattisesti uunin kosteutta, tuotteen kosteuden mukaan. Ravintoloissa käytetään myös paljon sous vide- menetelmää, eli liha kypsennetään vakuumpussissa. Pussiin kertyy lihasnestettä ja siitä voidaan tehdä liemipohja, jota voi käyttää jatkossa keittojen, liemien tai kastikkeiden pohjana antamaan makua. (Lampi ym. 2012, 38–39.)

3.7 Seuranta ja analyysit

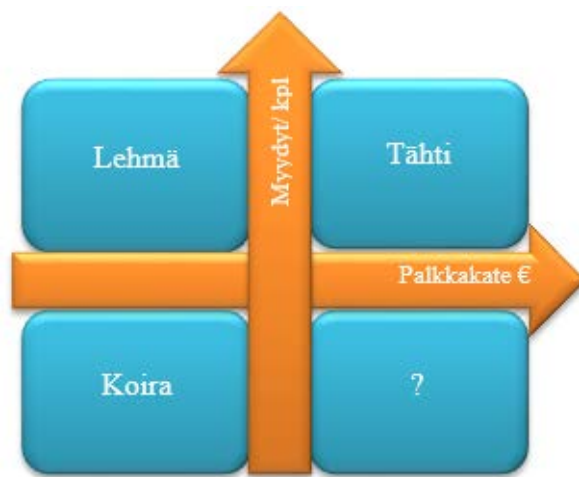
Seuranta on jonkin asian tarkkailua. Seuranta ei siis ole syvällistä tutkimusta, vaan siinä pidetään henkilöstöä ajan tasalla. Seuranta on aika laaja käsite, se voi liittyä johonkin tiettyyn organisaatioon, yhteen tai moneen sidosryhmään ja niin edelleen. Oleellista on selvittää mitä halutaan tietää/seurata ja mikä tieto on tarpeellista. (Juholin 2013, 78.) Sen ei tarvitse olla työlästä tai hintavaa. Yrityksessä mietitään kuka tai ketkä suorittavat seurannan ja miten seuranta suoritetaan. (Karlsson & Marttala 2001, 72.) Seuranta perustuu yleisimmin nykyhetkeen tai äskeiseen ja se voi olla hetkellistä tai jatkuvaa. (Juholin 2013, 77). Tarkoituksena on tarkistaa onko saavutettu ravintolalle asetetut tavoitteet, ollaanko suunnitellussa aikataulussa, onko organisaatiossa jotain muutettavaa ja riittävätkö resurssit. Seurannalle voi suunnitella oman tietokoneohjelman, mikä helpottaa tulosten kirjaamista ja sen jälkeistä analysointia. (Anttila 2001, 135.)

SWOT-analyysi on eräs käytetyimmistä yrityksen analyyyseistä, jota käytetään apuna yrityksen analysoimisessa. Kirjaimet tulevat englanninkielisistä sanoista: strengths (vahvuudet), weaknesses (heikkoudet), opportunities (mahdollisuudet) ja threats (uhat), SWOT-analyysi esimerkki taulukko 1. Analyysiä voidaan käyttää apuna esimerkiksi yrityksen eri organisaatioihin. Analyysi sisältää järjestelmällistä sisäistä- sekä ulkoista analysointia. Usein vahvuudet ja heikkoudet viittaavat yrityksen sisäisiin tekijöihin, kun taas mahdollisuudet ja uhat viittaavat yrityksen ulkoisiin tekijöihin. Esimerkiksi ravintolassa vahvuutena voi olla tuotteen laatu, hyvä ja tasainen laatu saa asiakkaan tulemaan uudestaan. Heikkoutena on tuotteen rajallinen saatavuus, jos kysyntä on oletettua suurempaa ja tuotetta on tilattu ja valmistettu siis liian vähän ja se loppuu kesken, vaikutus on negatiivinen. Mahdollisuutena ravintolalla voi olla ruokalistan hyvä valikoima, joka poikkeaa kilpailevien yritysten ruokalistoista edukseen. Uhkana voi olla kilpailevien yritysten suurempi kannattavuus. Kun ostetaan kalliimpia raaka-aineita ja niille ei koidukaan tarpeeksi kysyntää, jää ruokatuote tappiolle, joka luokitellaan myös uhaksi. (Davis, Lockwood & Stone 2002, 62–63.)

TAULUKKO 1. SWOT-analyysi (Davis ym. 1998,63).

Vahvuudet (Strengths)	Heikkoudet (Weaknesses)
Mahdollisuudet (Opportunities)	Uhat (Threats)

Kannattavuuden laskemisen apuna hyvä työkalu on menuanalyysi (liite 8), toiselta nimeltään tuoteanalyysi. Siinä tutkitaan tuotteiden kannattavuutta suhteessa tuotteiden myyntiin. Pohjana käytetään Boston Consulting Groupin matriisia (kuvio 2), jossa tuotteet ryhmitellään kannattavuuden perusteella neljään ala ryhmään: kysymysmerkit, tähtituotteet, rakkikoirat ja lypsylehmät. (Selander & Valli 2007, 97.)



KUVIO 2. Bostonin matriisi (muokattu Selander & Valli 2007, 97).

Tähtituotteet ovat eniten kannattavia tuotteita. Nämä tuotteet ovat keskiarvon yläpuolella ja nämä tuotteet pyritään pitämään samana. Lypsylehmillä myynti on hyvä, mutta palkkakate keskiarvoa matalampi. Näille tuotteille pyritään nostamaan palkkakatetta. Rakkikoirat myyvät vähän ja alemmalla palkkakatteella. Näiden tuotteiden kohdalla tulee miettiä, onko edullista tapaa pitää tuote ruokalistalla. Kysymysmerkki tuotteet myyvät vähän, mutta palkkakate on kuitenkin keskiarvoa korkeampi. Näitä tuotteita tulee vähän kehittää uudestaan, jotta niille saataisiin lisää myyntiä. (Selander & Valli 2007, 99–100; Heikkilä & Saranpää 2013, 83.)

Myyntikate (kaava 2) antaa laskennassa tuoteryhmäkohtaisen kannattavuuden ja se kuvaa ravintolatoiminnan katetta raaka-ainekulujen jälkeen. Myyntikatteen tulee kattaa kiinteät kustannukset. Myyntikate - analyysissä seurataan tuotekohtaisia myyntikatteita menekin mukaisesti, tietyltä ajanjaksolta. Havainnointia helpottaa, kun tehdään taulukko (taulukko

2), jossa on myyty tuotteet ja niiden myyty kappalemäärä, annoksen veroton raaka-ainehinta, annoksen myyntikate euroina sekä koko myyntikate ja myyntikate yhteensä kerrottuna menekillä.(Heikkilä & Saranpää 2013 29, 83.) Myyntikateanalyysi tarkoittaa sitä, että tehdään taulukko, jossa ovat myytyt tuotteet ja niiden menekki, raaka-ainehinta, myyntihinta myyntikate euroina per annos ja sen jälkeen myyntikate yhteensä kerrottuna menekillä per annos. Näin pystytään vertailemaan minkä verran myyntikatetta tulee kustakin annoksesta tietyinä ajanjaksona.

Myyntikate= Liikevaihto €- aine kustannukset

KAAVA 2. Myyntikate (Heikkilä & Saranpää 2013, 31).

4 RAVINTELI BERTHAN TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

Tutkimus alkoi 12.10.2015 inventaariolla ja vakioimalla ruokalistan ruokalajit. Inventaariosta tehtiin raaka-ainelista, josta näki helposti varastossa olevat tuotteet, määrät, kilohinnat ja arvot. Ruokalistan vakioinnissa tehtiin kaikista ruokalajeista omat annoskortit, jotka sisälsivät useita alakortteja. Kunkin ruokalajin nostot kellotettiin, koska tietoa tarvittiin menuanalyysin tekemiseen. Seuraavaksi tuli seuranta vaihe, jossa seurattiin raaka-aineostoja ja ruokalajien myyntiä. Raaka-aineostot lisättiin inventaariolistaan ja näin oltiin ajan tasalla raaka-ainekulutuksista. Ruokalajien myynneistä tehtiin omat taulukot, missä oli ruokalajit ja kunkin päivittäinen volyyymi. Volyymien sai helposti selville, kun päivän päätteeksi tilitystä varten kassakoneesta tulostettiin erilaisia tositteita. Näistä tositteista sai myös selville päivittäisen liikevaihdon, liikevaihto on myös jaettu tositteessa kolmeen pääryhmään: alkoholimyynti, ruokamyynti ja muut tuotteet. Muut tuotteet ovat tässä tapauksessa kahvit ja muut alkoholittomat juomat. Seurannan aikana laskettiin myös sirkulaattorin sähkönkäyttö, kun sitä pidettiin päällä yhteensä noin kaksi vuorokautta. Tämän selvittämiseen saatiin sähkömittari lainaan, mikä näytti kulutetun ajan ja laski suoraan laitteen käyttämän sähkömäärän. Näiden osuuksien jälkeen tehtiin loppuinventaario, joka kirjattiin jo olemassa olevaan inventaariolistaan. Kaikesta kerätystä informaatiosta, laskettiin ravintolan ruoanmyyntikate sekä tehtiin myyntikateanalyysi ja menuanalyysi ruokalajeista. Kaiken tämän jälkeen päästiin analysoimaan saatuja tuloksia.

Tutkimuksessa ongelmaksi koitui hävikkien ja ainekäytön laskeminen. Kahden viikon aikana ravintoloitsijoilta oli tilattu muutamia muita ruokapalveluita, minne vietiin jo valmiiksi esivalmisteltuja tuotteita ja niitä ei kirjattu minnekään. Raaka-aineita myös ilmestyi ja katosi, ilman minkäänlaista kirjausta. Raaka-aineet liikkuvat sisäisesti omistajien kolmen ravintolan välillä. Tämä hankaloittaa hävikkien ja ainekäytön seurantaan sekä laskemista. Tämän kahden viikon ajanjakson aikana tietokonejärjestelmän päivittäminen kadotti tärkeitä tiedostoja, kuten ravintolan vanhat inventaariolistat, minkä takia kaikille varastossa oleville raaka-aineille ei saatu tarkkoja hintoja. Ravintolassa on ollut tietty toimintatapa, jota oli vaikea muokata kahdeksi viikoksi.

5 RAVINTELI BERTHAN RUOKATUOTTEEN KANNATTAVUUS

Työn tavoitteena oli saada selville ravintolan ruokatuotteiden todellinen kannattavuus ja ravintolassa näin tarkkoja laskelmia ei ole ennen tehtykään. Tutkimusosuus osui hyvään ajankohtaan, sillä käytössä oli hieman kalliimpia raaka-aineita, jotka vaativat pidempiä valmistusaikoja. Pääsääntöisesti ravintola ei pääätä menukokonaisuuksia, vaan asiakas saa koostaa menunsa omien mieltymystensä mukaisesti. Ryhmien osalta (kahdeksan henkilöä tai enemmän) ravintola suunnittelee jokaiselle oman menukokonaisuuden erityisruokavaliot huomioon ottaen. Ravintolan ruokalistan hinnoittelu tapahtuu työntekijöiden ja omistajien kesken. Ruokalista on suunnilleen samanhintainen ympäri vuoden, tarkat laskelmat tehdään puolenvuoden välein ja nostetaan hintaa jos esimerkiksi verotus nousee. Ruokalajien suunnittelussa mietitään tarkasti menun hintaa, jos pääkomponentti on kalliimpi, ovat lisäkomponentit silloin halvempia.

Kahden viikon ajalta kirjattiin ylös kaikki raaka-aineostot sekä annosten todellinen menekki. Inventaarioista ja raaka-aineostoista laskettiin ainekäyttö ja ruoan myyntikate. Ruoan osuus kokoliikevaihdosta oli **57,68 %**. Ravintolan liikevaihto kahden viikon ajanjaksolta oli **29465,74 EUR**, josta ruokamyynä oli **16979,65 EUR** ja saman ajan ainekäyttö (veroton) oli **3003,97 EUR**. Ruokamyynnin myyntikate saadaan, kun vähennetään verottomasta ruokamyynnistä veroton ainekäyttö eli **16979,65 EUR – 3003,97 EUR = 13975,68 EUR**. Ruokatuotteiden myyntikate tältä ajanjaksolta saadaan kun jaetaan ruokamyynnin myyntikate ruoanliikevaihdolla, eli **13975,68 EUR / 16979,65 EUR * 100 = 82,31 %**. Lukemasta voi huomata, että ruokatuotteet ovat ravintolassa hyvin kannattavia. Tulos on suuntaa-antava. Tuotteiden liikkumisen sekä hävikkien tarkempi seuranta antaisi paremman kuvan ruokatuotteiden todellisesta myyntikatteesta. Tämän jälkeen päästiin tekemään menuanalyysiä ja analysoimaan tuloksia. Kaikki laskelmat ovat tehty verollisilla hinnoilla. Ostoista, alku- ja loppuinventaarioista, pystyi laskemaan ainekäytön kullekin raaka-aineelle.

Annoskorttien (liitteet 1-7) tekemiseen saatiin apua keittiön työntekijöiltä, jotka kertoivat reseptit. Kahden viikon aikana annoksiin tuli pieniä muutoksia, mutta ne eivät vaikuta merkittäväällä tavalla lopputulokseen. Ravintolassa käytetään paljon itse poimittuja raaka-aineita, kuten esimerkiksi marjat, sienet, jäkälät, katajan oksat ja niin edelleen. Tämän takia saadaan katteet pysymään korkeina ja tuotteista tulee kannattavia. Ihan kaikkea ei kuitenkaan kannata tehdä alusta asti itse. Lopuksi annoskortit käytiin ravintoloitsijoiden

kanssa läpi ja tehtiin tarvittavat korjaukset. Lihalaudasta ei tehty annoskorttia, lihojen ja lisäkomponenttien vaihtuvuuden takia.

Menuanalyysin (liite 8) pohjana käytettiin soveltaen Bostonin matriisia. Siinä otettiin huomioon annoskohtainen myyntimäärä ja palkkakate. Menuanalyysissä tuotteet ovat nimetty pääraaka-aineen mukaisesti. Nämä yhdeksän (9) ruokalajia jakautuvat seuraavasti: alkuruokia ovat vuohenjuusto, etana, ahven ja peruna, pääruokia ovat hanhi ja sipuli sekä jälkiruokia omena ja kurkku (liite 9). Juusto toimii lisämyyntinä, joka syödään yleensä ennen jälkiruokaa. Työssä selvitettiin myös hanhen koiven kypsytyksessä käytetyn sähkönhinnan. Koipia kypsytettiin sirkulaattorin vesihautteessa 41,11 tuntia, kulutus oli 3,43 kWh. Sähkön verotonhinta on 8,81 senttiä/ kWh. Sähkön arvonlisävero on 24 %. 41,11:n tunnin sirkulaattorin käyttö maksoi verollisena (kaava 3 - 4) 37,5 senttiä.

Veroton sähkökäyttö = 3,43 kWh * 8,81 senttiä/ kWh = 30,218 senttiä

KAAVA 3. Veroton sähkökäyttö.

Verollinen sähkökäyttö = 30,218 senttiä * 1,24 = 37,471 senttiä

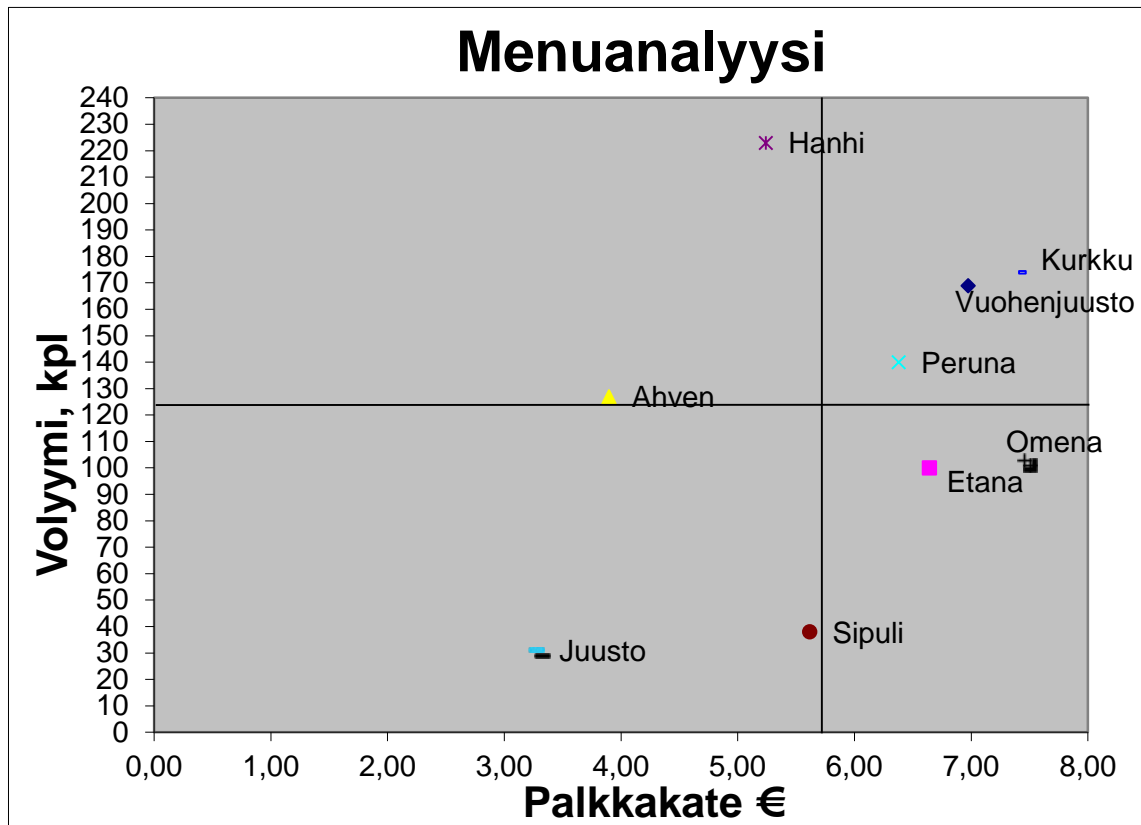
KAAVA 4. Verollinen sähkökäyttö.

TAULUKKO 2. Myyntikateanalyysi.

Myyntikateanalyysi					
Tuote	Menekki/ kpl	Veroton raaka-aine €	Myyntihinta €	Myyntikate €/ annos	Myyntikate yhteensä €
Vuohenjuusto	169	0,7	10,17	8,22	1389,18
Etana	100	1,03	10,17	7,89	789
Peruna	140	0,6	10,17	8,26	1156,4
Ahven	127	1,56	10,17	7,36	934,72
Hanhi	223	1,8	10,17	7,12	1587,76
Sipuli	38	0,79	10,17	8,13	308,94
Kurkku	174	0,58	10,17	8,34	1451,16
Omena	103	0,53	10,17	8,39	864,17
Juusto	31	0,79	5	3,6	111,6
Yhteensä	1105				

Taulukosta 2 näkee ruokalajien kahden viikon kokonaismyyntikatteen rahamääräiset summat ja se auttaa myös näkemään, kuinka paljon annos sisältää myyntikatetta. Eniten myyntikatetta on tuottanut hanhiannos, vaikka sen annos kohtainen myyntikate onkin matala. Huonoin myyntikate on sipuliannoksella, jos ei oteta huomioon lisämyyntituotetta juustoa. Näissä luvuissa ei ole otettu huomioon palkkoja, tässä tutkitaan vain annosten rahamääräisiä tuloja ja verottomia raaka-ainekustannuksia.

Annoskorttien korkea myyntikate ei tullut suurena yllätyksenä. Kaikissa annoskorteissa oli myyntikateprosentti suurempi, kuin 75. Menuanalyysistä (kaavio 1) selvisi kannattavimmiksi tuotteiksi kurkku-, vuohenjuusto- ja peruna-annokset. Toiseksi parhaimpia tuotteita ovat hanhi- sekä ahvenannos. Seuraavaksi Bostonin – analyysin kysymysmerkituotteet olivat omena- ja etana-annos. Rakkikoira tuotteita olivat sipuliannos ja juusto.



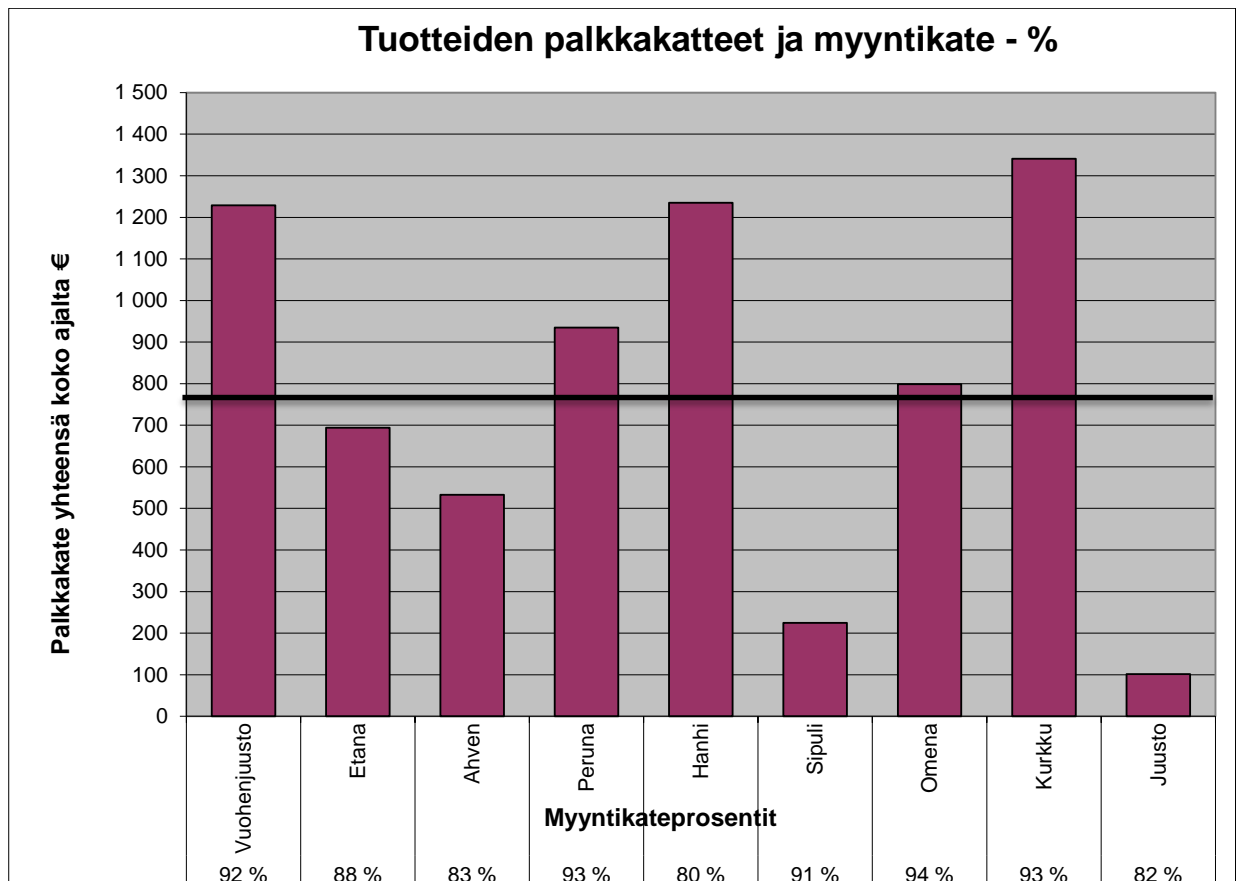
KAAVIO 1. Menuanalyysi, volyyymi ja palkkakate €

Menuanalyysiä katsomalla huomaa siis kaikkien ruokalajien olevan tuottavia, juustoa ja sipulia lukuun ottamatta. Kurkku-, peruna- ja vuohenjuustoannokset ovat tähtituotteita, eli niiden pitäminen listalla on kannattavaa. Tähtituotealueella riittää kysyntää ja niiden tasalaatuisuudesta tulee huolehtia, etteivät tuotteiden työvoimakustannukset kasva ja tuotteen palkkakate kärsi. Hanhi- ja ahvenannos ovat erittäin lähellä tähtituote – aluetta eli ovat osiossa Lypsylehmät. Näillä myynti on yli keski verron, mutta se ei riitä kattamaan kaikkia annosten kustannuksia. Annoksia voidaan parantaa ostamalla halvempia raaka-aineita ja vähentämällä annoksen komponentteja. Yksi vaihtoehto on myös annosten myyntihintojen nostaminen, mutta se vaikuttaa aina myös annoksen menekkiin. Jos esimerkiksi hanhiannoksissa käytettävän liemen valmistuksessa käytettäisi halvempia raaka-aineita, vaikuttaisi se välittömästi myös katteisiin. Ahvenannoksessa mustekalan käyttämisen sijaan käytettäisi vaihtoehtoisesti esimerkiksi simpukkaa tai muu sellainen,

laskisi se annoksen valmistuskustannuksia, mutta riskinä olisi annoksen kiinnostavuuden laskeminen ja menekin heikkeneminen.

Kysymysmerkkialueella omena- ja etana-annokset ovat ruokalistalla tähtituotteiden vuohenjuusto- ja kurkkuannoksen vaihtoehtopareina, jonka vuoksi menekki on jäänyt heikoksi. Eli ruokalistalla (liite 9) pareina olivat alkuruoista etana ja vuohenjuusto sekä peruna ja ahven, pääruoissa hanhi ja sipuli sekä jälkiruoat kurkku ja omena. Etana- ja omena-annoksen palkkakatteet ovat hyviä, mutta menekin määrää tulisi parantaa. Menekin parantamiseksi kyseisiä tuotteita voisi suositella enemmän ja esimerkiksi sisällyttää ne ryhmien menukokonaisuuksiin. Kaavioista huomaa ruokalistakokonaisuuden olleen hyvä ja kannattava. Rakkikoira-alueelle sijoittui juusto ja sipuli. Juusto on niin sanottu lisäarvotuote asiakkaalle, jolle ei yksinään haetakaan suurta katetta, vaan katetta nostaa myymällä juustolle suunniteltu viini. Sipuliannos oli listalla kasvisvaihtoehtona liharuoan rinnalla, eikä sen menekki riittänyt nousemaan annosta kannattavaksi tuotteeksi. Yhtenä vaihtoehtona voisi olla vaihtaa kalaruoka pääruoaksi ja sipuliannoksen vaihtaminen alkuruoaksi. Tämä ei takaa kuitenkaan annoksen menekin kasvua. Toisena vaihtoehtona voisi olla pääraaka-aineen vaihtaminen tai täysin uuden annoksen kehittäminen.

Kuviosta 3 huomaa sen, kuinka paljon kukin tuote on tuottanut euromääräistä palkkakatetta koko tutkimusprosessin ajalta ja annoskohtaiset myyntikateprosentit. Osalla annoksista on korkeammat palkkakatteet, kuin toisilla. Keskipalkkakatteen (788 EUR) ylittää viisi tuotetta ja alapuolelle jää yhdeksästä tuotteesta vain neljä, joista yksi on juusto. Vaikka annoksilla ei olisikaan korkeampia myyntikatteita, voivat ne silti olla tuottavia. Hanhiannos sijoittuu hyvin tässä toiseksi, vaikka sillä on kaikista huonoin myyntikateprosentti. Sipuliannoksella on korkea myyntikate, mutta sen tuottavuus ei ole kuitenkaan ollut hyvä. Tästä voi päätellä että menukokonaisuudessa tuotteet tasapainottavat toisiaan ja ne ovat toimineet hyvin keskenään.



KUVIO 3. Tuotteiden kokonaispalkkakatteet ja myyntikateprosentit.

Ravintolalle on nyt valmiiksi tehty annoskortteja esimerkiksi vinegrestestä, jota käytetään ravintolassa useisiin eri komponentteihin. Annoskorttien Excel-taulukonpohja on helposti muokattavissa aina uusille ruokalajeille. Näin ravintola pystyy seuraamaan kannattavuutta jatkossakin melko vaivattomasti. Menuanalyysipohja on myös käytännöllinen jatkossakin, erittäin helppokäyttöinen ja nopeasti muutettavissa uusille ruokalajeille. Jolloin voisi helposti katsoa kannattavuutta tuotteille jo ennen, kuin ne jäävät pois listalta.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää ruokatuotteiden kannattavuus Ravinteli Berthassa. Seurantaosuus oli lokakuun 12. päivästä 26. päivään, eli kaksi viikkoa. Ravintolassa ruokalistan vaihtuvuus rajaa seurannan pituutta radikaalisti. Aihe on kuitenkin ajankohtainen ja tärkeä ravintolan tulevaisuuden kannalta. Ja tutkimuksen tekeminen oli erittäin mielenkiintoista. Opinnäytetyöhön kannattavuudesta löytyi paljon materiaalia, kun taas nykyhetken ravintola toimialasta tietoa oli vaikeampi löytää.

Keskeisessä osassa työssä oli kannattavuuden laskeminen ja seuranta. Kannattavuuden kannalta yksi tärkeä osatekijä on seuranta. Seurataan rahan menoa, rahan tuloa ja raaka-aineiden liikkumista. Näen tässä kehittämisen varaa ravintolalla. Ravintolassa seurataan tietenkin myyntikateprosentteja yleisellä tasolla. Mutta tarkat laskelmat antavat oikeita näkökulmia asioihin. Ravintola voisi tehdä hävikki listan johon kirjataan, minkä takia tuote on heitetty pois. Sen ansiosta pystytään havainnoimaan, miksi tuote on heitetty pois ja mitä voitaisiin tehdä toisin, jotta hävikkiä ei syntyisi. Ravintolassa kannattaa kiinnittää huomiota raaka-aineiden liikkuvuuteen, inventaarioihin ja ainekäyttöön. Raaka-aineiden siirtymiseen ravintolasta toiseen olisi hyvä miettiä tarkkaa kirjanpito. Näin inventaarioissa ei pitäisi olla ongelmia ja ainekäytön laskeminen olisi tarkkaa. Ainekäytön jälkeen eri osa-alueiden myyntikatteen laskeminen olisi mahdollista.

Sirkulaattori ja vakuumikone, ovat hyvät apuvälineet keittiössä. Koska sirkulaattori on näin sanottu vesi haude, eli sirkulaattorin moottori lämmittää veden haluttuun lämpötilaan on tuotteet hyvä vakumoida vesitiiviiksi. Sirkulaattorin sähkönkulutus on minimaalista ja sen avulla pitkät kypsennykset käyvät vaivattomasti. Vakumointi pidentää esikäsiteltyjen tuotteiden säilyvyyttä ja vähentää kypsennyshävikkiä sekä pitää tuotteet mehukkaina, vakuumpussista saa hyvin lihasnesteet talteen ja sen jälkeen jatkokäyttöön.

Menuanalyysi antoi ideaa kysymysmerkkituotteille. Niin sanottuun ”pakkomyyntiin” olisi hyvä kiinnittää huomiota. Jotta kaikki annokset tulisivat olemaan kannattavia, olisi vähemmän myydyille tuotteille lisättävä myyntiä (esimerkiksi isommille asiakasryhmille), vaikka menu näytti toimivan kokonaisuutena tasapainoisesti ja hyvin. Listalla on hyvä olla kasvisruokiakin nykypäivänä, kasvisruokavalion lisääntymisen kannalta. Ravintolassa on myös mahdollisuus vegaaniruokailuun, mutta asiasta tulee kysellä erikseen etukäteen, jotta keretään hankkimaan tarvittavat raaka-aineet. Listalla ollut sipuliannos ei

paljoa tuottanut, mutta sitä kuitenkin kehitettiin hyvänä annoskokonaisuutena. Annoskor-teista huomasi myös suuren eron lihaliemi- ja kasvisliemipohjalla. Kasvisliemipohjat an-tavat myös hyvin makua liemille ja kastikkeille sekä käyvät tietysti jo valmiiksi kasvis-ruokailijoille, jolloin ei tarvitsisi uutta lientä kehitellä kasvisruokailijoille tai vegaaneille.

Hinnoittelu näyttää toimivan ravintolassa hyvin. Siihen on kuitenkin hyvä kiinnittää huo-miota ja tehdä aina välillä laskelmia, että pysytään perässä ruokalistan myyntikatteesta. Annoskorttien käyttö jatkossakin edesauttaa kannattavuuden laskelmissa. Ravintolalla on osasta komponenteista laskettuna jo annoskortit, jotka voisi tulostaa ja laittaa kaikkien työntekijöiden saataville. Ravintola sai myös annoskortin excel-pohjat, joihin pystyy hel-posti tekemään muutoksia ja pohja laskee katteet ja ainekäytön automaattisesti. Jos an-noskorttien lasku tuntuu liian hitaalta, kannattaa tehdä edes pääpiirteisiä laskelmia esi-merkiksi annoksen kannattavuudesta. Ruokatuotteilla oli korkeat myyntikatteet ja uskon kaikilla muillakin edellisillä ruokatuotteilla olleen. Menuanalyysi antaa kuitenkin enem-män näkemystä ruokatuotteille. Bostonin matriisi on erinomainen kaavio havainnollista-miseen. Siitä voi huomata suoraan mitä tuotteille täytyy tehdä, jotta ne ovat kannattavia. Ravintola sai myös menuanalyysi-pohjan mihin annoskorttien pohjalta käy kätevästi tau-lukon täyttäminen ja näin ollen näkee ruokalajien kannattavuuden. Nämä ovat hyviä apu-välineitä tulevaisuudessa ravintolalle.

LÄHTEET

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2009. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. 5. painos. Helsinki: Restamark Oy

Anttila, P. 2001. Se on projekti vai – vai onko? kulttuurialan tuotanto- ja palveluprojektien hallinta. 1. painos. Hamina: Akatiimi.

Bertha 2015. Ravinteli Bertha. Idea. Luettu 13.11.2015.
<http://www.bertha.fi/idea/>

Davis, B., Lockwood, A. & Stone, S. 2002. Food and beverage management. 3. painos. Oxford: Butterworth Heinemann

Forsman-Härkönen, G. 2015. Suomalainen ravintola – älä vihaa lapsia! Luettu 27.11.2015
<http://aromilehti.fi/artikkelit/suomalainen-ravintola-ala-vihaa-lapsia/>

Harju-Autti, A. 2006. Ravitsemistoiminta. Luettu 13.11.2015.
http://www.temtoimialapalvelu.fi/files/2155/Ravitsemistoiminta_joulukuu_2006.pdf

Heikkilä, P. & Saranpää, T. 2013. Hotelli- ja ravintola-alan sisäinen laskentatoimi. 5. painos. Vantaa: Hansaprint Oy

Juholin, E. 2013. Arvioi ja paranna. Viestinnän mittaamisen opas. 2. painos. Helsinki: Talentum media Oy

Karlsson, Å. & Marttala, A. 2001. Projektikirja. Onnistuneen projektin toteuttaminen. 1. painos. Helsinki: Talentum media Oy.

Laszka, K. 2015. Vakioitu resepti apuvälineeksi keittiöön. Aromi 4/2015, 54.

Lampén, J. 2015a. Monikulttuurinen horeca-ala. Aromi 7/2015, 5.

Lampén, J. 2015b. Valoa näkyvässä? Aromi 6/2015, 5.

Lampi, R., Laurila, A. & Pekkala, M. 2012. Ruokapalvelut työnä. 4.-5. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Lehtinen, M., Peltonen, H. & Taurén, P. 2011. Ruoanvalmistuksen käsikirja. 4. painos. Helsinki: WSOYPRO Oy

Liinamo, M. Ravintolapäällikkö 2014. Ravintola-ala. Katsottu 20.11.2015
<https://www.youtube.com/watch?v=t-ddOzTxNLw>

Mara 2015a. Toimiala. Luettu 20.11.2015.
<http://mara.fi/toimiala>

Mara 2015b. Työtä ja hyvinvointia. Luettu 20.11.2015
<http://mara.fi/toimiala/tyotajahyvinvointia>

Miettinen, P. & Santala, H. 2003. Tuloksen tekijät. Yritystoiminta ja talous hotelli- ja ravintola-alalla. 1. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy.

Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää, T. 2003. Juhlapalvelu. Suunnittele ja toteuta. 2. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy

Selander, K. & Valli, V. 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus. Matkailu- ja ravitsemis-alalla. 1. painos. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy

Terävä, P. Ravintoloitsija 2014. Matkailu- ja ravintola-ala on tulevaisuuden ala. Katsottu 20.11.2015. <https://www.youtube.com/watch?v=wz-o7RLhtuU>

Verohallinto 2015a. Arvonlisäverotus. Luettu 2.12.2015. https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Arvonlisaverotus

Verohallinto 2015b. Verotilille kuuluvien verojen ilmoittaminen ja maksaminen. Luettu 2.12.2015. [https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Maksaminen/Verotilille_kuuluvien_verojen_ilmoittami\(10691\)](https://www.vero.fi/fi-FI/Yritys_ja_yhteisoasiakkaat/Osakeyhtio_ja_osuuskunta/Maksaminen/Verotilille_kuuluvien_verojen_ilmoittami(10691))

Liite 2. Vakiointi, Annoskortti alakortti rustoliemi.

2(7)

Alakortti / TUOTE:		Rustoliemi					
Laatija:		Päiväys:		Tuote nro:			
OP	YKS.	OH	PH%	RAAKA-AINEET	KP	KH	YHT. €
10,000		2,50		Possunrusto	10,000	2,50	25,00
				Vesi			
				Mausteet %:			0,00
Hinta yhteensä							25,00
Raaka-aineita				10,000	kg / l		
Kypsennyshävikki				80	%		
Valmista				2,000	kg / l / kpl		
Annoskoko				1,500	kg / l / kpl	Hinta / kg, l, kpl	12,50
Annoksia				1	kpl	Hinta / annos	18,75
Valmistus:							
<p>Laita rustot syvään 1/1 GN-pakkiin, paahda uunissa 225-astetta 25 minuuttia. Täytä pakki vedellä ja lisää 20 minuuttia. Jäähdytä uuni 90-asteeseen ja anna olla n. 48 tuntia. Siivilöi harsoliinan läpi kattilaan ja keitä kasaan n. 80%.</p>							


Liite 4. Vakiointi, Annoskortti alakortti metsäliemi.

4(7)

Alakortti / TUOTE:		Metsäliemi					
Laatija:		Päiväys:		Tuote nro:			
OP	YKS.	OH	PH%	RAAKA-AINEET	KP	KH	YHT. €
1,500		39,00		Härähäntäliemi	1,500	39,00	58,50
1,500		12,50		Possunrustoliemi	1,500	12,50	18,75
0,200		1,57		Glukoosi	0,200	1,57	0,31
0,500		0,00		Jäkälä	0,500		
0,500		0,00		Kataja	0,500		
0,300		7,01		Valkoviinietikka	0,300	7,01	2,10
0,045		1,12		Sokeri	0,045	1,12	0,05
0,015		0,44		Suola	0,015	0,44	0,01
				Mausteet %:	1 %		0,80
						Hinta yhteensä	80,52
Raaka-aineita	4,560	kg / l					
Kypsennyshävikki	50	%					
Valmista	2,280	kg / l / kpl					
Annoskoko	0,015	kg / l / kpl			Hinta / kg, l, kpl		35,32
Annoksia	152	kpl			Hinta / annos		0,53
Valmistus:							
Laita kaikki ainekset isoon kattilaan ja anna maustua kiehuen useita tunteja, kunnes maku on mieleinen.							

Liite 7. Vakiointi, Annoskortti yläkortti etana.

7(7)

Yläkortti / TUOTE:		Etana					
Laatija:	<input type="text"/>	Päiväys:	<input type="text"/>	Tuote nro:	<input type="text"/>		
OP	YKS.	OH	PH%	RAAKA-AINEET	KP	KH	YHT. €
0,029		18,70	30	Etana	0,020	26,71	0,53
0,010		2,67		Pyre	0,010	2,67	0,03
0,003		8,59		Ruusukaalinsydän	0,003	8,59	0,03
0,002		8,59		Ruusukaalin lehti	0,002	8,59	0,02
0,015		35,32		Metsäliemi	0,015	35,32	0,53
0,002		0,00		Puolukka	0,002		
0,001		0,00		Jäkälä	0,001		
0,001		15,64		Vinegrette	0,001	15,64	0,02
				Mausteet %:	2 %		0,02
				Verollinen raaka-ainehinta €			1,17
KUSTANNUSLASKELMA / ANNOS							
Verollinen raaka-ainehinta							1,17
poistetaan ALV 14 %							0,13
Veroton raaka-ainehinta							1,03
Tavoitekate %							88,47
Tavoitekate €							
Veroton myyntihinta							8,92
lisätään ALV 14 %							1,16
RUOKALISTAHINTA							10,17
Tuotteen viimeistely ja kokoaminen:							
<p>Huuhtele etanat. Laita etanat, ruusukaalinsydän ja liemi kattilaan ja lämpeämään levyllä. Nosta tattipyre keskelle lautaista. Kun etanat ja ruusukaalinsydän ovat lämpimät, nosta ne pyreen päälle. Pyöräytä ruusukaalinlehdet vinegretessä ja nosta annokseen. Kaada liemi lautaselle. Ripottele puolukoita ympäri lautasta. Lisää friteerattu jäkälä ja lopuksi vielä pintasuola (sormisuolaa komponenttien päälle).</p>							
					Esillelaitto:		
							

MENU**osta lihalauta** (*cold cuts for two*) +15

49/59

ALKURUOAT - STARTERSmaa-artisokka, **vuohenjuusto**, speltti
*jerusalem artichoke, goat cheese, spelt*jäkälä, **etana**, puolukka*lichen, snail, lingonberry*

peruna, tryffeli, karpalo*potato, truffle, cranberry*mustekala, **puna-ahven**, purjo*octopus, red fish, leek***PÄÄRUOAT - MAIN COURSES****sipuli**, lanttu, ruis*onion, turnip, rye***hanhi**, mustaherukka, punajuuri*goose, blackcurrant, beetroot***osta juusto** (*cheese*) +5**JÄLKIRUOAT - DESSERTS**valkosuklaa, **kurkku**, lime*white chocolate, cucumber, lime***omena**, kaura, raaka-maito*apple, oat, raw milk***juomapaketti 42 / 52***(sisältää lasin kuohuvaa ja suositusjuomat valitulle menulle)**San Pellegrino 6 / 0,75l**eSpring suodatettu hanavesi 3 / 1,5l*

RAVINTELI

bertha