

Laura Heilala

KANNATTAVUUDEN KEHITTÄMINEN

Case Vegaaninen lippakioski -osuuskunta

Opinnäytetyö
Tradenomi, Liiketalous

2017



**Kaakkois-Suomen
ammattikorkeakoulu**

Tekijä/Tekijät	Tutkinto	Aika
Laura Heilala	Tradenomi (AMK)	Joulukuu 2017
Opinnäytetyön nimi		31 sivua 6 liitesivua
Kannattavuuden kehittäminen Case: Vegaaninen Lippakioski		
Toimeksiantaja		
Vegaaninen lippakioski -osuuskunta		
Ohjaaja		
Katriina Vesala		
Tiivistelmä		
<p>Tämä opinnäytetyö tutkii vuonna 2016 perustetun Vegaaninen lippakioski -osuuskunnan omistaman lippakioskin myymien ruoka-annosten ja tuotteiden kannattavuutta. Tutkimus keskittyy tuotteiden ja ruoka-annosten kannattavuuden laskemiseen myyntikateanalyysin avulla. Ruoka-annosten kannattavuutta ja myyntivolyymiä on myös tarkasteltu menuanalyysin kautta. Tavoitteena on tuottaa tuotteiden ja ruoka-annoksien hinnoittelun tueksi myyntikateanalyysi, joka olisi mahdollisimman tarkka.</p> <p>Opinnäytetyö on toteutettu tapaustutkimuksena. Tutkimuksen aineistona käytettiin yhtiön taloushallinto-ohjelmistosta saatuja ostolaskuja, kioskin hinnastoa ja toimeksiantajalta saatuja ruoka-annoksien valmistusohjeita ja tuotteiden myyntiraporttia. Tutkimus on rajattu koskemaan pelkästään annosten ja tuotteiden yksittäismyyntiä sekä ottamaan kustannuksista huomioon vain raaka-aineista ja palkoista aiheutuneet kulut. Tutkimuksen tarkasteluajankohta on toukokuusta syyskuun loppuun. Teoriapohjana on käytetty ajankohtaista toimeksiantoyrityksen alan kirjallisuutta. Raaka-ainekustannusten keskihinnan laskeminen mahdollisti tarkasteluajankohdan keskimääräisen myyntikatteen määrittämisen tuotteille ja ruoka-annoksille.</p> <p>Tutkimuksen tuloksena selvisi, että yhtiön myymien tuotteiden ja ruoka-annosten myyntikateprosentti oli pääosin hyvällä tasolla. Alalle tyypillisiin laskentatoimen ongelmiin törmättiin tutkimusta toteutettaessa. Tutkimuksessa ei kuitenkaan pystytty ottamaan huomioon hävikin määrää, sillä osuuskunnalla ei ole ollut käytössä hävikin seuranta.</p>		
Asiasanat		
myyntikate, kannattavuus, katetuottolaskenta		

Author (authors)	Degree	Time
Laura Heilala	Bachelor of Business Administration	December 2017
Thesis title Profitability development Case Vegaaninen lippakioski		31 pages 6 pages of appendices
Commissioned by Vegaaninen lippakioski -cooperative		
Supervisor Katriina Vesala		
<p>Abstract</p> <p>This thesis studies the profitability and gross profit of the sold products and food servings of the food kiosk owned by the Vegaaninen lippakioski cooperative founded in 2016. The study focuses on the evaluating the profitability of the products and food servings by a gross margin analysis. Furthermore, profitability of the food servings and their sales volume are evaluated via analysis menu. The goal is to provide as accurate a gross margin analysis as possible to support the evaluation of the pricing of the products and servings.</p> <p>This thesis was implemented as a case study. The data for the study was gathered via financial management software and documentation given by cooperative's representative. The data used in this study consisted of purchase orders, price lists, an interview of the chairman, recipes for the servings and sales reports. The study was limited to take into consideration only individual sales of the products and servings and the ingredients and wage costs. The examination period was from May till the end of September. The most recent literature on the restaurant business was used as the theoretical framework. Calculating the average price of the ingredients made it possible to calculate the average gross profit of the products and servings during the time span.</p> <p>As the result of the study it was clear that the gross margin percentage of all products and servings was mostly on a good level. During the examination, accounting problems typical to the restaurant business were encountered. It was not possible to take wastage into consideration because no monitoring of the wastage was used in the company.</p>		
<p>Keywords</p> <p>gross profit, viability, contribution margin calculation</p>		

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	YRITYKSEN LASKENTATOIMI.....	7
2.1	Sisäinen laskentatoimi.....	7
2.2	Ulkoinen laskentatoimi.....	8
2.3	Majoitus- ja ravitsemisala.....	8
3	YRITYSTOIMINNAN KANNATTAVUUS.....	10
3.1	Hinnoittelu.....	11
3.1.1	Tuotehinnoittelu.....	12
3.1.2	Hinnoittelukerroin ja voittolisähinnoittelu.....	12
3.1.3	Arvonlisävero hinnoittelussa.....	13
3.2	Myyntikate ja palkkakate.....	13
3.3	Annoskortti.....	14
3.4	Tuoteanalyysi.....	14
3.5	Kannattavuuden parantaminen.....	15
4	KATETUOTTOLASKENTA.....	16
4.1	Katetuottoprosentti.....	17
4.2	Kriittinen piste.....	17
4.3	Varmuusmarginaali.....	17
4.4	Katetuottolaskennan ongelmat.....	18
5	TUTKIMUSMENETELMÄ.....	18
5.1	Tapaustutkimus.....	18
5.2	Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä.....	19
6	CASE VEGAANINEN LIPPAKIOSKI.....	20
6.1	Työn alkumetrit ja perehtyminen aiheeseen.....	21
6.2	Tutkimuksen menetelmät ja aineisto.....	21
6.3	Tutkimuksen toteutus.....	21
6.4	Annoskortit ja myyntikateanalyysi.....	22

6.5	Menuanalyysi.....	24
6.6	Katetuottolaskennan tunnuslukuja	25
7	PÄÄTELMÄT	26
7.1	Tutkimuksen onnistuminen	27
7.2	Tutkimuksessa esiintyneet ongelmat.....	28
	LÄHTEET.....	30

LIITTEET

Liite 1. Sisäisen tuloslaskelman kaava (Selander & Valli 2007, 64).

Liite 2. Taulukko 4. Lisukkeiden annoskortti 27.11.2017.

Liite 3. Taulukko 5. Jänön pitaleivän annoskortti. 27.11.2017

Liite 4. Taulukko 6. Hampurilaisen annoskortti. 27.11.2017

Liite 5. Taulukko 7. Juustohampurilaisen annoskortti. 28.11.2017

Liite 6. Taulukko 8. Tuplajuustohampurilaisen annoskortti. 28.11.2017

Liite 7. Taulukko 9. Paninin annoskortti. 28.11.2017

Liite 8. Taulukko 10. Hotdogin annoskortti. 28.11.2017

Liite 9. Taulukko 11. Nugettiaterioiden annoskortti 28.11.2017

Liite 10. Taulukko 12. Ranskalaisten annoskortti 28.11.2017

Liite 11. Taulukko 13. Bataattiranskalaisten annoskortti 28.11.2017

Liite 12. Taulukko 14. Kahvin annoskortti 28.11.2017

Liite 13. Taulukko 15. Teen annoskortti 28.11.2017

1 JOHDANTO

Vegaaninen lippakioski -osuuskunta perustettiin kesällä 2016 unelmoiden vegaanisesta lippakioskista ja rahoittamaan lippakioskin osto Helsingin kaupungin järjestämässä huutokaupassa. Lippakioski toimii Helsingin Etu-Töölössä ja liikeideana on tuottaa ja myydä vegaanisia ruoka-annoksia kuluttajille. Osuuskunta muodostuu lippakioskin ostamista rahoittaneista osuuskunnan jäsenistä ja jäseneksi voi liittyä kuka tahansa. Kioski myy kuluttajille vegaanista pikaruokaa ja suosituimpia ruoka-annoksia ovat muun muassa vegaaniset makkara-perunat ja nyhtökauraa sisältävä Jänön pitaleipä. (Jänö – Vegaaninen lippakioski s.a.)

Vegaanisen lippakioskin ydinliiketoiminta on ravintolaliiketoiminta ja joidenkin tuotteiden osalta vähittäiskauppa. Kioskin palveluihin kuuluvat pääsääntöisesti ravintolapalvelut, mutta myös mahdollisuus tilata ruoan kuljetuspalvelu Woltin tai Foodoran kautta.

Yritystoiminnan keskeisiä tavoitteita ovat toiminnan kannattavuus ja jatkuvuus. Laskentatoimi on tärkeä osa kannattavaa liiketoimintaa. Yrityksen on hyvä tehdä katetuottolaskelmia säännöllisesti, jotta hinnoittelu pysyisi ajan tasalla ja liiketoiminta jatkuvana sekä kannattavana.

Opinnäytetyön tarkoituksena on perehtyä Vegaanisen lippakioskin myymien tuotteiden kannattavuuteen ja hinnoitteluun liiketoiminnan kehittäjän näkökulmasta. Tavoitteena on teorian pohjalta tarkastella yhtiön kannattavuutta. Opinnäytetyön teoriaosuudessa käsitellään kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä, kuten esimerkiksi hinnoittelua ja katetuottolaskentaa.

Opinnäytetyön empiirisessä osuudessa kioskin kannattavuuden hallinta aloitetaan tutustumalla myytävien ruoka-annoksien raaka-ainekustannuksiin. Kioski myy pääsääntöisesti yksittäisiä ruoka-annoksia ja tuotteita, mutta välillä markkinoi ja myy myös ateriakokonaisuuksia. Tutkimus on rajattu koskemaan pelkästään annosten ja tuotteiden yksittäismyyntiä sekä ottamaan kustannuksista huomioon vain raaka-aineista ja palkoista aiheutuneet kulut.

Opinnäytetyön tavoitteena on laskea kioskin myymille tuotteille ja ruoka-annoksille myyntikatteet mahdollisimman tarkasti. Tärkeimpiä lähteitä, joita käytin opinnäytetyössä ovat mahdollisimman uudet painokset majoitus- ja ravitsemisalan laskentatoimen teoksista sekä kannattavuuslaskennan aiheisista teoksista.

Samankaltaisia tutkimuksia on tehty useita aiemmin osittain samoja lähteitä käyttäen, mutta tavoitteena onkin tässä opinnäytetyössä pureutua juuri toimекsiantoyrityksen haasteisiin laskentatoimen ja katetuottolaskennan avulla. Tekemäni tutkimus koskee siis vain kyseistä yritystä, eikä ole yleistettävissä, mutta tavoitteena on myös, että työstä olisi hyötyä vastaavassa tilanteessa oleville aloitteleville samalla alalla toimiville yrityksille.

2 YRITYKSEN LASKENTATOIMI

Laskentatoimi on suunnitelmallista toimintaa, jonka tärkein tehtävä on kerätä ja rekisteröidä yrityksen toimintoja kuvastavia arvo- ja määrälukuja. Tiedon tuottamista yrityksen sisäisille toimijoille parempien päätösten tekemisen avuksi ja toiminnan tehokkuuden ja tuloksellisuuden parantamiseksi kutsutaan johdon laskentatoimeksi. Rahoituksen laskentatoimen tehtävänä on tiedon tuottaminen yrityksen ulkopuolisille osapuolille. (Pellinen 2006, 17,19.) Perinteisesti yrityksen laskentatoimi jaetaan sisäiseen ja ulkoiseen laskentatoimeen (Heikkilä & Saranpää 2011, 13).

2.1 Sisäinen laskentatoimi

Sisäisen laskentatoimen toteutusta ei ohjaa lainsäädäntö, vaan yrityksen johtamisen vaatimukset. Sen informaation sisältö muodostuu sellaiseksi kuin liikkeenjohtaminen laskelmilta edellyttää. Sisäisen laskentatoimen raporttien on ohjattava sisäistä päätöksentekoa ja siksi niiden on oltava reaaliaikaisia, mahdollisimman oikeudenmukaisia ja annettava oikea kuva taloudellisesta tilanteesta yrityksessä. Sisäisen laskentatoimen raportteja ei ole tapana luovuttaa yrityksen ulkopuolisten sidosryhmien käyttöön. Vaikka määräyksiä sisäisen laskentatoimen hoidosta ei ole, vaativat kuitenkin muutamat merkittävät taloudenpitoon liittyvät elementit ulkoisen laskentatoimen tuottaman aineiston ana-

lysointia ja ennustamista. Esimerkiksi tuloveroennakoiden on vastattava odotettavaa tulosta mahdollisimman hyvin, mikä vaatii esimerkiksi tulosennusteiden ajantasaisuutta. (Heikkilä & Saranpää 2011, 24.)

Sisäisen laskentatoimen hoidosta on useimmille aloille alakohtaisia suosituksia. Näiden suositusten taustalla on tavoite yhdenmukaistaa tietyn alan tunnuslukuseurantaa ja siten helpottaa yritysten taloudellisen tilanteen vertailua. Hotelli- ja ravintolayrityksen taloutta arvioitaessa on yrityksen tuloslaskelma hyvin olennainen, sillä se kertoo, kuinka hyvin yritys on tilikaudella onnistunut taloudenpidossa ja liiketoiminnan erityispiirteiden huomioinnissa. (Heikkilä & Saranpää 2011, 24.)

2.2 Ulkoinen laskentatoimi

Ulkoisen laskentatoimen tehtävä on tuottaa informaatiota yrityksen taloudenpidon onnistumisesta yrityksen sisäisten ja ulkoisten sidosryhmien tiedontarpeeseen. Sen tuottamaa aineistoa pystytään hyödyntämään sisäisen laskentatoimen hoidossa. Yrityksen ulkoisen laskentatoimen muoto- ja sisältövaatimukset määrittää lainsäädäntö. Yleisimmät esimerkit lakisääteisestä informaatiosta ovat veroilmoitus, tilinpäätöstietojen rekisteröinti Patentti- ja rekisterihallituksen kaupparekisteriosastolle sekä raportit, jotka tehdään anniskeluviranomaiselle. Tärkeimmät lakiin perustuvat määräykset ovat kirjanpito-, verotus-, ja yhteisölainsäädännöstä. (Heikkilä & Saranpää 2011, 17.)

Ulkoisen laskentatoimen tehtävä on vaikuttaa osin yrityksen ulkoisiin sidosryhmiin, minkä takia raportit laaditaan yrityksen tavoitteita palveleviksi. Verotuksen optimoimiseksi ne laaditaan sellaisen joustovaran mukaisesti kuin tosiasialliset olosuhteet ja lainsäädäntö sallivat. (Heikkilä & Saranpää 2011, 17.)

2.3 Majoitus- ja ravitsemisala

Yleisesti majoitus- ja ravitsemisalaa pidetään palvelualana, koska tuotteen myynnin onnistumiseen liittyy vahvasti se, miten asiakas kokee palvelutapah-tuman onnistuneen. Esimerkkejä alan toimijoista ovat ravintolat ja hotellit. (Selander & Valli 2007, 11.) Alalle tyypillistä on intensiivinen kilpailu, sillä toimijoita on paljon, hintakilpailun takia tuotteiden nettotulosprosentti voi myös jäädä alhaiseksi. Aukioloajat ovat laajat, minkä takia työvoimakulut ovat usein

suuret. Myös yhteiskunnan nopea uudistuminen ja kehitys luovat alalle painetta tuottaa uusia ideoita jatkuvasti. (Heikkilä & Saranpää 2011, 150–153.)

Ravitsemisalalan yrityksen kustannukset ovat suurelta osin suoraan tuotteista aiheutuvia muuttuvia kustannuksia. Osa kiinteistä kustannuksista saattaa olla luonteeltaan puolikiinteitä, jotka riippuvat myynnin volyyymistä. (Selander & Valli 2007, 107.)

Toimeksiantoyritys kuuluu toimialaluokkaan ruokakioskit, johon kuuluvat muun muassa aterioiden noutopisteet, grillikioskit, sekä liikkuvat myyntikojut ja -vaunut. Näille ominaista on, että asiakkaan käytettävissä ei ole sisätiloja, mutta kioskin ulkopuolella voi löytyä pöytiä ja istumapaikkoja. Tähän toimialaluokkaan eivät sisälly elintarvikekioskit ja jäätelökioskit. (Tilastokeskus 2008.)

Matkailu- ja ravitsemisalalla yleistä on alan moni-ilmeisyys ja toimintaympäristön vaihtelevuus mikä aiheuttaa toiminnan jatkuvaa muutosta. Tästä johtuen laskentatoimen käytössä on useita ongelmia. (Selander & Valli 2007, 31.)

Laajuusongelma tarkoittaa sitä ongelmaa, että täytyy päättää, mitä kaikkea tuottoihin ja kustannuksiin lasketaan. On päätettävä, otetaanko mukaan kaikki tuotot ja kustannukset vai vain liiketoiminnasta aiheutuneet. Ongelmia aiheuttavat kirjanpidossa liiketoiminnan muina tuottoina käsiteltävät tuotot, rahoituskulut ja poisto. (Selander & Valli 2007, 31.)

Mittausongelma tarkoittaa yritystoiminnan kohdistuvien kustannusten mittausmekaniikan ja tiedon keräyskohteiden ratkaisemista. Ongelmana on se, kuinka mitataan esimerkiksi työtunnit ja tuotteisiin käytettävien raaka-aineiden määrä. Pohdittavana on myös se, lasketaanko todellinen raaka-ainekulutus esimerkiksi punnitsemalla vai ennakkoon laaditun annoskortin mukaisesti. (Selander & Valli 2007, 31–32.)

Arvostusongelma on hyvin keskeinen ravitsemisalalla. Monet raaka-aineet ovat niin sanottuja kausituotteita ja varsinkin vihannesten hinnat vaihtelevat suuresti. Raaka-ainehankinnoissa saattaa tulla yllättäviä kustannuksia, jos esimerkiksi tavarantoimittaja ei pysty toimittamaan tilattuja raaka-aineita tai haluttu raaka-aine joudutaan korvaamaan kalliimmalla tuotteella. Ongelman ydin

on se, kuinka määritellään käytetyn raaka-aineen hinta ja käytetäänkö uusinta hintaa vai keskihintaa. (Selander & Valli 2007, 32.)

Kohdistamisongelma on toinen tyypillinen laskentatoimen ongelma matkailu- ja ravitsemisalalla. Keskeistä ongelmalle on se, miten tuotteelle kohdistetaan sellaiset kustannukset, jotka ovat yhteisiä useammalle tuotteelle. Pohdittava on myös, huomioidaanko henkilöstö-, hallinto-, ja toimitilakustannukset hinnoittelussa ja kannattavuuden suunnittelussa. (Selander & Valli 2007, 32.)

Jaksotusongelmaan ratkaisun löytämiseksi joudutaan ottamaan kantaa siihen, miten kustannukset jaetaan laskentajaksolle. Nämä kustannukset ovat tyypillisesti sellaisia, jotka tuottavat yritykselle tuloa pitkällä aikavälillä, kuten esimerkiksi koneet, laitteet ja rakennukset. (Selander & Valli 2007, 32–33.)

3 YRITYSTOIMINNAN KANNATTAVUUS

Selander ja Valli (2007) luonnehtivat yritystä itsenäiseksi taloudelliseksi yksiköksi, jonka tehtävänä on omistajilleen voiton tuottaminen. Tehtävänä on tuottaa ja myydä asiakkaille heidän haluamiaan tuotteita. Onnistuakseen tässä on yrityksen hankittava tuotantoa varten erilaisia raaka-aineita, tavaroita, sekä palveluja ja työvoimaa. Myynnistä yritys saa tuloja, joista saadut suoritukset lisäävät yrityksen rahavaroja. Toiminnan jatkuvuus edellyttää, että myynnistä saatavat tulot ovat suuremmat kuin hankinnoista aiheutuvat menot. (Eklund & Kekkonen 2016, 14.)

Kannattavuus tarkoittaa sitä, että yrityksen toiminnasta saadut tuotot ovat siihen käytettyjä taloudellisia panoksia suuremmat. Yritystoiminta on kannattavaa silloin, kun se tuottaa voittoa. Tuottojen ja kustannusten erotuksena laskettu tulos voi olla voittoa tai tappiota. Yrityksen kokonaiskannattavuus selviää tilikauden loputtua, mutta tulos ei ratkaise tuotteiden hinnoittelun oikeisuutta, eikä kerro osastojen, tuoteryhmien ja yksittäisten tapahtumien kannattavuutta. (Selander & Valli 2007, 36.)

Kannattavuutta voidaan mitata absoluuttisina lukuina tai suhteutettuna tuloslaskelman eriin. Kirjanpito kertoo yrityksen absoluuttisen kannattavuuden laskentakaudella. Tärkeimpiä kannattavuuden mittareita ovat liikevaihdosta lasketut myyntikate-, palkkakate- ja käyttökateprosentit. (Selander & Valli 2007, 36.)

Tuote on kannattava, kun siitä saadaan myyntikatetta. Mitä suurempi myyntikate tuotteesta euroina saadaan, sitä kannattavampi tuote on kyseessä. Kannattavuuden varmistamiseksi on laadittava suunnittelulaskelmia. Tuotteet, joissa on hyvä myyntikate ovat yleensä kalliimpia, joten niitä myymällä myös saatu myyntikate on korkeampi. (Miettinen & Santala, 2003, 219, 225–226.)

3.1 Hinnoittelu

Hinnoittelulla tarkoitetaan tuotteelle asetettua myyntihintaa. Hinnoittelupäätökset ovat yrityksille tärkeitä päätöksiä, koska hinnoittelulla on suuri merkitys yritystoiminnan kannattavuudessa. Perinteinen hinnoittelu perustuu myytävien tuotteiden kustannuksiin. Ajatuksena on, että myyntihinta kattaa kaikki tuotteen valmistuksesta aiheutuneet kustannukset. Toinen lähtökohta hinnoittelulle on yritykselle määritelty tulostavoite, jonka mukaan tuotteiden hinnoittelulla on pystyttävä kattamaan yritykselle asetettu tulostavoite. Hinta voidaan myös määritellä markkinalähtöisesti. Siinä huomioidaan markkinoiden tilanne kyseisen tuotteen osalta. Myyntihinta voi asettua korkeammaksi kuin kahden edellä mainitun hinnoittelunäkökulman perusteella, jos tuote on uusi tai erityisen laadukas ja asiakkaat haluavat ostaa sitä. Toisaalta markkinoiden ollessa jo tyydytetyt, tuotteen ollessa huono tai asiakkaiden kiinnostuksen puutteen takia voi tuotteen myyntihinta asettua yrityksen kannattavuuden kannalta liian alhaiseksi. (Selander & Valli 2007, 68.)

Hinnoittelualueella tarkoitetaan hinnoittelussa käytettävissä olevan ylimmän ja alimman hinnan välistä aluetta. Alaraja muodostuu tuotteen kustannuksista ja yläraja kysynnän mukaisesta hinnasta. Hyvät hinnoittelupäätökset pohjautuvat tarkkailu- ja suunnittelulaskelmiin, mutta ne huomioivat tarkasti markkinat eli asiakkaat. Hinnan nostaminen ei välttämättä paranna kannattavuutta suoraan ja vaarana onkin menekin aleneminen, eikä hintojen noston hyöty kohdistu

suoraan kannattavuuteen. Hintajoustolla tarkoitetaan sitä, että hinnan noustessa kysyntä pienenee. Joustamaton kysyntä ei reagoi hintojen nostamiseen ja tällöin asiakkaat eivät vaihda palvelujen tarjoajaa, vaikka hintoja nostettaisiin. (Selander & Valli 2007, 68–69.)

Matkailu- ja ravitsemisalalla hinnan nostaminen ilman yleistä hinnan nousua voi alentaa kysyntää, sillä asiakkaat ovat hyvin hintatietoisia ja vertailevat paljon hintoja. Yritykselle on edullista, jos se pystyy pitämään hinnat alueen kilpailijoiden kanssa samalla tasolla. (Selander & Valli 2007, 68–69.)

3.1.1 Tuotehinnoittelu

Tuotehinnoittelulla tarkoitetaan yksittäisten tuotteiden hinnoittelua. Tuotteen myyntihinta on hinta, jolla yritys myy tuotteen asiakkaalle. Myyntihinnalla tarkoitetaan yleensä arvonlisäveron sisältävää hintaa, jolla tuota myydään. Hinnoittelun lähtökohtana ovat tuotteen kustannukset tai markkinahinta. Hinnoittelussa on kannattava käyttää verottomia kustannuksia, koska ostojen arvonlisäverot ovat vähennyskelpoisia. (Selander & Valli 2007, 78–79.)

3.1.2 Hinnoittelukerroin ja voittolisähinnoittelu

Hinnoittelukerroin on rutiinihinnoittelun apuväline, joka pohjautuu katetuotto-laskennan mukaisesti tuotteelle laskettuun myyntikatteeseen. Hinnoittelukertoimella tarkoitetaan lukua, jolla tavaran hankintahinta kerrotaan myyntihinnan saamiseksi. (Selander & Valli 2007, 82.)

Voittolisähinnoittelun lähtökohtana on se, että tuotteelle on tavoitteena kohdistaa kaikki sen aiheuttamat kustannukset. Näin saadaan laskettua tuotteen omakustannusarvo. Tuotteen hinta muodostuu, kun omakustannusarvoon lisätään voittolisä, joka perustuu yrityksen asettamaan voittotavoitteeseen. Voittolisähinnoittelua käytetään usein, jos kiinteät kustannukset ovat suuri osa yrityksen kustannuksista. (Eklund & Kekkonen 2016, 112–116.)

3.1.3 Arvonlisävero hinnoittelussa

Kun kustannukset on kohdistettu tuotteelle verottomien arvojen mukaan, lisätään kustannuksiin tarvittava katetuotto- tai voittotavoite ja siitä saatuun hintaan arvonlisävero. Elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden myyntiin sovelletaan 14%:n verokantaa. (Eklund & Kekkonen 2016, 125).

3.2 Myyntikate ja palkkakate

Myyntikatteella tarkoitetaan katetta, joka muodostuu, kun tuotteen verottomasta myyntihinnasta vähennetään tuotteeseen kohdistuvat verottomat kustannukset. Ravintolatoiminnassa myyntikate on kate, joka saadaan, kun verottomasta myynnistä vähennetään raaka-ainekustannukset. (Selander & Valli 2007, 78.) Myyntikatteen laskennassa otetaan huomioon vain myyntituotot, mahdolliset muut tuotot eivät vaikuta myyntikatteeseen (Eklund & Kekkonen 2016, 75).

Myyntikate = myyntituotot – alv – muuttuvat kustannukset

Sisäisestä tuloslaskelman kaavasta sovellettu (Selander & Valli 2007, 64).

$$\text{Myyntikate}\% = \frac{\text{Myynnistä saatu katetuotto}}{\text{Myynnistä saatu liikevaihto}} \times 100$$

Palkkakate kertoo, mikä on ruoka-annoksen kate raaka-ainekustannusten ja valmistukseen käytettyjen palkkojen jälkeen. Ravintolaruokien hinnoittelussa ei ole mahdollista saada selvitettyä tarkkaa laskelmaa, mutta palkkakustannusten huomioiminen onnistuu kuitenkin suuntaa-antavasti. (Selander & Valli 2007, 85.)

Palkkakate = myyntikate – henkilöstökustannukset

Sisäisestä tuloslaskelman kaavasta sovellettu (Selander & Valli 2007, 64).

$$\text{Palkkakate}\% = \frac{\text{Palkkakate}}{\text{myynnistä saatu liikevaihto}} \times 100$$

3.3 Annoskortti

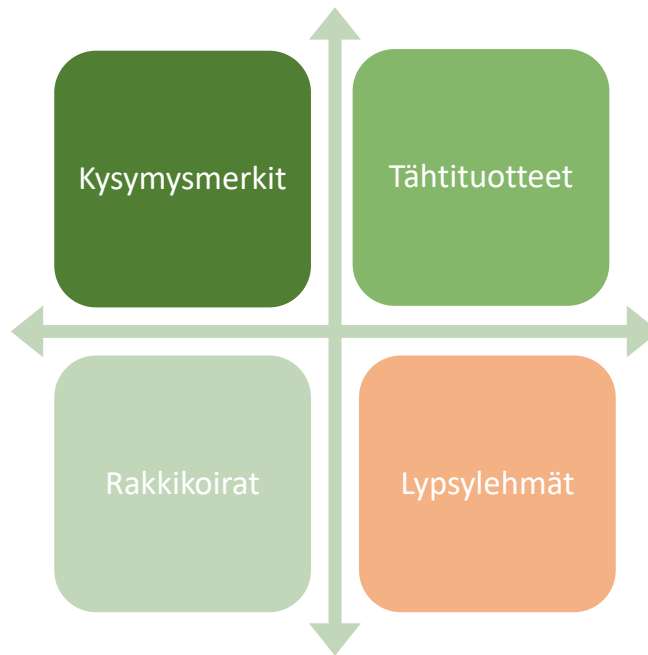
Annoskorttia käytetään ruokatuotteiden hinnoitteluun ja valmistusohjeiden kirjoittamiseen. Hinnoittelun kannalta annoskortin tärkein tehtävä on selvittää raaka-aineiden kustannukset. Usein annoskortteja käytetään vain raaka-ainekustannusten laskemiseen. Annoskorttiin kerätään koko myytävä kokonaisuus, mikä tarkoittaa sitä, että pääruoan lisäksi on huomioitava mahdolliset hintaan kuuluvat juomat ja muut lisäkkeet. (Selander & Valli 2007, 85.)

Ravintolaruokien hinnoittelussa pystytään huomioimaan palkkakustannukset karkeasti. Vaihtoehtona on määrittää ruoka-annoksille standardityöaikoja. Työajan arvioimisessa voidaan käyttää vain annoksen valmistusaikaa tai ottaa siihen mukaan myös tarjoiluun tarvittava aika. Tärkeää on valita yritykselle sovellova työajan arviointitapa, sillä työkuustannukset eivät toiminnan vaihtelevuuden takia ole absoluuttisesti oikeita. (Selander & Valli 2007, 85.)

3.4 Tuoteanalyysi

Tuoteanalyysin tarkoituksena on tutkia tuotevalikoiman tuotteiden kannattavuutta suhteessa niiden myyntimääriin. Tämän analyysin pohjalla on the Boston Consulting Groupin matriisi, jossa markkinaosuuden ja kasvun mukaan pystytään ryhmitellä ja analysoida yrityksen tuotteet ja tuoteryhmät. Ryhmät ovat "kysymysmerkit", "tähtituotteet", "rakkikoirat" ja "lypsylehmät". (Selander & Valli 2007, 97.)

Tuoteanalyysi on mahdollista muuttaa "menuanalyysiksi". Tämän analyysin tekemiseen tarvitaan seuranta-ajanjakson tuotteiden tai ruoka-annoksien myyntimäärä sekä myyntikate- tai palkkakateprosentti. Laskettu keskimääräinen palkkakateprosentti piirretään x-akselille jakamaan tuotteet hyvin kannattaviin ja heikommin kannattaviin. Y-akselille suositun tuotteen raja määrittyy myyntimäärän keskiarvon kohdalle. (Selander & Valli 2007, 97.) Alla olevassa kuvassa 1 on kuvattu, miten tuotteet jakautuvat taulukkoon.



Kuva 1. Tuoteanalyysi matriisi (Selander & Valli 2007, 99).

Tähtituotteita ovat tuotteet, joilla on hyvä palkkakateprosentti ja joita myydään hyvin. Nämä ovat tuotteita, joiden tasalaatuisuudesta on huolehdittava, jotta asiakkaat eivät pety ja kate-euroja kertyy. Kysymysmerkit ovat tuotteita, joiden myyntimäärä on suuri, mutta kateprosentti pienempi kuin tähtituotteiden. Tämän ryhmän tuotteiden kateprosenttia on parannettava tuotesuunnittelun avulla tai raaka-aineostoja tehostamalla. Lypsylehmät ovat tuotteita, joita ei myydä suuria määriä, mutta joiden katetuottoprosentti on hyvä. Näitä tuotteita voi olla tuotevalikoimassa, mutta on pidettävä huoli siitä, että ne eivät aiheuta katetta pienentäviä lisäkustannuksia. Rakkikoirat ovat tuotteita, joiden kateprosentti on huono ja joita myydään vain vähän. Näitä tuotteita täytyisi kehittää tai ne pitäisi hinnoitella uudelleen. Huonoimmat tuotteet on mahdollisesti kannattava poistaa valikoimasta kokonaan. (Selander & Valli 2007, 99–100.)

3.5 Kannattavuuden parantaminen

Yksi keino yrityksen kannattavuuden parantamiseen on myyntituottojen lisääminen ja myytävien tuotteiden määrän kasvattaminen. Myynnin määrää voidaan kasvattaa tehostamalla markkinointia tai muita myyntiin kohdistuvia toimenpiteitä. Myyntimäärän kasvattaminen ei paranna katetuottoprosenttia, mutta euromääräinen katetuotto kasvaa ja sitä kautta yrityksen tulos paranee. Myyntiä pyritään lisäämään usein hintaa alentamalla tai tarjouskampanjalla,

joka johtaa usein myynnin määrän kasvuun, mutta samalla katettuottoprosentti pienenee ja tuotteesta saatava euromääräinen kate vähenee. (Eklund & Kekkonen 2016, 88–89.)

Hinnan nostaminen johtaa helposti myyntimäärän alenemiseen. Myyntihinnan nostaminen kuitenkin parantaa kannattavuutta, jos myyntimäärä pysyy samana. Myyntihinta joudutaan tarkistamaan kustannustason noustessa ja tällöin hinnan korotusta ei tehdä kannattavuuden parantamiseksi vaan kannattavuuden pitämiseksi ennallaan. (Eklund & Kekkonen 2016, 90–91.)

Kustannusten karsiminen on usein ensimmäinen toimenpide, johon yritys ryhtyy kannattavuuden parantamiseksi. Muuttuvia kustannuksia voi karsia muun muassa neuvottelemalla ostoille edullisemmat hinnat, keskittämällä ostoja ja hyödyntämällä paljousalennuksia tai tehostamalla toimintoja. Yrityksen on hyvä myös käydä läpi kiinteitä kustannuksia aiheuttavat tekijät, kuten esimerkiksi hallinnolliset prosessit. Yritys voi myös poistaa vähemmän kannattavia tuotteita valikoimastaan kannattavuuden parantamiseksi. Kapasiteetti on ratkaiseva tekijä, kun määritellään mitä tuotetta yrityksen kannattaa valmistaa. (Eklund & Kekkonen 2016, 91–94.)

4 KATETUOTTOLASKENTA

Katetuottolaskentaa käytetään erityisesti yrityksen lyhyen aikavälin kannattavuuden arvioimiseen. Keskeinen tunnusluku on katetuotto, josta käytetään myös termiä myyntikate. Myyntikatetta käytetään nimenomaan yrityksen sisäisen päätöksenteon välineenä. Katetuottolaskennan lähtökohtana on kustannusten jako muuttuviin ja kiinteisiin kustannuksiin. (Eklund & Kekkonen 2016, 79.)

Muuttuvat kulut ovat myynnin määrästä riippuvaisia. Myynnin lisääntyminen kasvattaa muuttuvia kuluja ja myynnin väheneminen vähentää niitä. Muuttuvia kuluja ovat esimerkiksi raaka-ainekulut. Kiinteät kulut ovat katetuottolaskennan oletusten mukaisesti myynnin volyyymista riippumattomia pienillä tuotantomäärien muutoksilla ja lyhyellä aikavälillä, sekä yleensä sidonnaisia aikaan. (Heikkilä & Saranpää 2011, 54.)

4.1 Katetuottoprosentti

Katetuotto saadaan myyntituottojen ja muuttuvien kustannuksien erotuksena ja se kertoo tuotteista saatavan katteen euromääräisenä muuttuvien kustannuksien jälkeen. Koska mittari on euromääräinen, on sen avulla hankala vertailla esimerkiksi hyvin erikokoisten yritysten menestymistä. Mitä suuremasta yrityksestä on kyse, sen suurempi tulee sen katetuoton olla, jotta se pystyy kattamaan kiinteät kustannukset. Katetuottoprosentti on katetuoton parempi ilmaisutapa ja se lasketaan prosentteina myyntituotosta. (Eklund & Kekkonen 2016, 82.)

Katetuotto = myyntituotot – muuttuvat kustannukset

$$\text{Katetuotto\%} = \frac{\text{katetuotto}}{\text{myyntituotot}} \times 100$$

4.2 Kriittinen piste

Kriittinen piste kertoo tarvittavan myynnin määrän, jolla yrityksen tulos on nolla. Pisteen laskemiseksi on tiedettävä yrityksen kiinteät kustannukset sekä katetuottoprosentti. Kun halutaan laskea kriittisen pisteen kappalemääräinen myynti, jaetaan kriittisen pisteen myyntituotto yhden myytävän yksikön hinnalla. Kriittisen pisteen avulla voidaan myös laskea kiinteiden kustannusten kattamiseksi tarvittava lisämyynnin määrä. (Eklund & Kekkonen 2016, 84.)

$$\text{Kriittinen piste} = \frac{\text{kiinteät kustannukset}}{\text{katetuottoprosentti}} \times 100$$

4.3 Varmuusmarginaali

Varmuusmarginaalilla tarkoitetaan toteutuneiden myyntituottojen ja kriittisen pisteen myyntituottojen erotusta. Yrityksen toteutuneiden myyntituottojen ollessa suuremmat kuin kriittisen pisteen myyntituotot kertoo näiden erotus, kuinka paljon yrityksen myyntituotot voivat laskea, ennen kuin tulos on negatiivinen. Jos yrityksen toteutuneet myyntituotot ovat pienemmät kuin kriittisen

pisteen tuotot, tiedetään yrityksessä, kuinka paljon lisämyyntiä on tehtävä, jotta päästäisiin nollatulokseen. (Eklund & Kekkonen 2016, 86.)

Varmuusmarginaali = toteutuneet myyntivoitot – kriittinen piste

4.4 Katetuottolaskennan ongelmat

Katetuottolaskennan ongelmat liittyvät sen lähtökohtaoletuksiin. Kustannusten jakaminen muuttuviin ja kiinteisiin on liian suoraviivaista ja joskus tällainen jako on mahdotonta. Katetuottoajattelun mukaan muuttuvat kulut kasvavat lineaarisesti, vaikka todellisuudessa ne eivät kasva lineaarisesti. Valmistusmäärän kasvattaminen usein jopa alentaa muuttuvia yksikkökustannuksia, koska ostoerät ovat suurempia tai valmistusprosessi on tehokkaampi. Kiinteät kustannukset eivät myöskään pysy samalla tasolla tuotantomäärän muuttuessa, koska esimerkiksi tuotanto- tai myyntimäärän kasvaessa tarvitaan lisää toimitilaa. Ajatellessa myyntikatteen maksimointia, unohtuu helposti yrityksen koko kustannusrakenteen tarkastelu. Ajatellaan myös, että katetuotto olisi rinnastettavissa voittoon, vaikka näin ei ole. Katetuottolaskennan avulla yritys pystyy määrittämään kiinteiden kustannusten ja voittotavoitteen kattamiseksi tarvittavan katetuoton, mutta sen saavuttamiseksi yritys tarvitsee kuitenkin tietyn määrän asiakkaita ja asiakasmäärän ennustaminen on erittäin vaikeaa. (Eklund & Kekkonen 2016, 95–96.)

5 TUTKIMUSMENETELMÄ

5.1 Tapaustutkimus

Tapaustutkimus on tutkimus, jossa tarkastellaan yhtä tai useampaa tapausta, joiden määrittely, analysointi ja ratkaisu ovat tapaustutkimuksen keskeisin tavoite. Tapauksen määrittäminen voi tapahtua joko ennen tai jälkeen kun aineisto on kerätty. Tapaustutkimuksessa voidaan hyödyntää monimenetelmälliselle tutkimukselle ominaista laadullisten ja määrällisten menetelmien rinnakkaisista käyttöä analysoitaessa erilaisilla aineistonkeruutekniikoilla kerättyä empiiristä tapaustutkimusaineistoa. Tapaustutkimusta tehdessä tutkijan kannat-

taa pohtia tutkimukseensa liittyviä eettisiä näkökohtia, julkaisurajoitteita ja tietosuojaa tutkimuksen alusta lähtien. (Eriksson & Koistinen 2014, 12, 14, 18, 51.)

5.2 Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä

Kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen lähtökohtana on todellisen elämän kuvaaminen. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa pyritään tutkimaan kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Tutkimus on kokonaisvaltaista tiedonhankintaa ja aineisto kootaan luonnollisissa, todellisissa tilanteissa. Tiedon keruun instrumenttina suositaan ihmistä. Tutkijan tavoitteena on paljastaa odottamattomia seikkoja, ja sen takia lähtökohtana ei ole teorian tai hypoteesien testaaminen, vaan aineiston monitahoinen ja yksityiskohtainen tarkastelu. Laadullisessa tutkimuksessa suositaan aineiston hankinnassa metodeja, joissa tutkittavien näkökulmat ja ”ääni” pääsevät esille. Tällaisia metodeja ovat esimerkiksi teemahaastattelu, osallistuva havainnointi ja ryhmähaastattelut. Tutkimuksessa kohdejoukko valitaan tarkoituksenmukaisesti eikä satunnaisesti. Tutkimus toteutetaan joustavasti ja sen suunnitelmia muutetaan olosuhteiden mukaan. Kvalitatiivisen tutkimuksessa tapauksia käsitellään ainutlaatuisina ja tulkitaan aineistoa sen mukaisesti. (Hirsijärvi ym. 2007, 156–160.)

Laadullisessa tutkimuksessa korostuvat kolme näkökulmaa tutkimuskohteeseen ja nämä ovat konteksti, intentio ja prosessi. Kontekstin huomioon ottaminen tarkoittaa, että tutkija ottaa selvää ja kuvaa tutkimustekstissään, millaisiin yleisiin esimerkiksi sosiaalisiin, kulttuurillisiin ja ammatillisiin yhteyksiin tutkittava asia tai ilmiö liittyy. Intention huomioon ottaminen tarkoittaa sitä, että tutkimustilanteessa tarkkaillaan, millaisia motiiveja tai tarkoituksia tutkittavan ilmaisuun tai tekemiseen liittyy. Tutkittava saattaa esimerkiksi peitellä, suojella, liioitella, vähätellä, muunnella, kaunistella tai muistaa asioita väärin. Tutkimusmenetelmään liittyvällä prosessilla tarkoitetaan tutkimusaikataulun ja tutkimusaineiston tuotantoedellytyksen suhdetta tutkijan tutkittavaa asiaa koskevaan ymmärtämiseen. Tutkimusaikataululla on merkitystä, koska se vaikuttaa siihen kuinka syväälle tutkittavassa asiassa tai ilmiössä tutkijan on mahdollista päästä. Tutkijan ymmärryksen kehittymistä ei ole mahdollista nopeuttaa. (Vilkka 2015, 120–121.)

Teemahaastattelusta käytetään myös nimitystä puolistrukturoitu haastattelu. Siinä tutkimusongelmasta poimitaan keskeiset aiheet tai teemat, joita tutkimushaastattelussa olisi välttämätöntä käsitellä tutkimusongelmaan vastaamiseksi. Tavoitteena on, että vastaaja voi antaa oman kuvauksensa kaikista teemoista ja haastatteluteemat on käsitelty luontevassa järjestyksessä vastaajan kannalta. (Vilkkä 2015, 124.)

6 CASE VEGAANINEN LIPPAKIOSKI

Vegaaninen lippakioski osuuskunta perustettiin kesällä 2016 mahdollistamaan unelma vegaanisesta lippakioskista. Lippakioskin ostamiseksi perustettu osuuskunta keräsi tarvittavan 40 000 euron rahoituksen ja osti kioskin itselleen Helsingin kaupungin huutokaupassa. Vegaaninen lippakioski toimii Helsingin Etu-Töölössä ja liikeideana tuottaa ja myydä vegaanisia ruoka-annoksia kuluttajille. Osuuskunta muodostuu hanketta rahoittaneista osuuskunnan jäsenistä ja jäseneksi voi liittyä kuka tahansa. Kioski myy kuluttajille vegaanista pikaruokaa ja lisäksi he myyvät Bonnen kanssa yhteistyössä tuotettuja juomia ruokakaupoissa ja omassa toimipisteessään. Tuotevalikoimaan kuuluvat myös erilaiset irtokarkit, virvoitusjuomat ja vegaaninen suklaapatukka. Yrityksen suosituimpia tuotteita ovat muun muassa vegaaniset makkaraperunat ja nyhtökauraa sisältävä Jänön pitaleipä. (Jänö – Vegaaninen lippakioski s.a.)

Vegaanisen lippakioskin ydinliiketoiminta on ravintolaliiketoiminta ja joidenkin tuotteiden osalta vähittäiskauppa. Kioskin palveluihin kuuluvat pääsääntöisesti ravintolapalvelut, mutta myös mahdollisuus tilata ruoan kuljetuspalvelu Woltin tai Foodoran kautta kotiin tai työpaikalle.

Tutkimus on case-tutkimus eli tapaustutkimus, jonka tavoitteena on saada selville ovatko kaikki vegaanisen lippakioskin osuuskunnan omistaman lippakioskin myymät tuotteet kannattavia. Opinnäytetyön tarkoituksena on luoda aineisto Vegaanisen lippakioskin osuuskunnalle tukemaan jo olemassa olevien tuotteiden hinnoittelua. Tutkimuksen tuloksesta halutaan mahdollisimman tarkka ja helposti hyödynnettävä.

6.1 Työn alkumetrit ja perehtyminen aiheeseen

Tutkimuksen tavoitteena oli tehdä myyntikateanalyysi kioskin myymille tuotteille ja ruoka-annoksille. Tarkasteluaikana oli kesäkausi 2017 alkaen vapusta ja loppuen syyskuuhun. Kioski myy pääsääntöisesti yksittäisiä ruoka-annoksia ja tuotteita, mutta välillä markkinoi myös ateriakokonaisuuksia. Kioskista ostettavien tuotteiden ja ruoka-annoksien hinta on sama vuoden ympäri, sen aukioloaikana. Tietääkseni tarkkoja katelaskelmia ei ole yhtiön myymistä tuotteista tai ruoka-annoksista aiemmin tehty. Aloitin työn tekemisen ajankoh- taiseen ja aiheeseen liittyvään kirjallisuuteen perehtymällä. Aloitin tutkimuksen teon perehtymällä ruoka-annosten ja niissä käytettävien lisukkeiden valmistus- ohjeisiin, jotka sain toimeksiantajalta.

6.2 Tutkimuksen menetelmät ja aineisto

Tekemäni tutkimus on kvalitatiivinen tapaustutkimus. Tutkimuksen aineistona on käytetty osuuskunnan jäsenen haastattelua, ruoka-annosten valmistusoh- jeita, ostolaskuja, joissa on ostettu ruoka-annoksen raaka-aineita ja myytäviä tuotteita, sekä kioskin hinnastoa ja myyntiraportteja. Kaikki ostot toimintaan liittyen löytyivät yrityksen käyttämästä taloushallinto-ohjelmistosta. Valmistus- ohjeet ja myyntiraportit sain toimeksiantajalta ja hinnasto löytyi osuuskunnan verkkosivulta.

6.3 Tutkimuksen toteutus

Sain käyttäjätunnuksen yhtiön käyttämään taloushallinto-ohjelmistoon ja sitä kautta pääsin ostolaskuihin käsiksi. Kävin lähes kaksisataa ostolaskua läpi ja laskin niiden perusteella jokaiselle ruoka-annoksen raaka-aineelle keskihinnan eli näiden laskuissa olevien hintojen keskiarvon. Otin ylös jokaisesta laskusta raaka-aineen kilo- tai litrahinnan, jonka jälkeen laskin niiden eri hintojen kes- kiarvon. Tämän jälkeen laskin ruoka-annoksiin kuuluvien lisukkeiden kilohin- nat raaka-aineiden keskihinnalla.

Ruoka-annoksiin kuului muutamia kioskissa valmistettuja lisukkeita. Jotta pys- tyin laskemaan ruoka-annoksien raaka-ainekustannukset kokonaisvaltaisesti, oli minun laskettava ensin näiden lisukkeiden kilohinta. Tämän jälkeen pystyin

laskemaan ruoka-annoksien raaka-ainekustannukset, sekä myyntikatteen ja myyntikateprosentin.

Ruoka-annoksien valmistusaikoja ei ollut valmiiksi saatavilla, joten arvioin ne suuntaa-antavasti. Lähetin arvioimani valmistusajat toimeksiantajalle ja hän antoi korjausehdotuksia niihin. Annoksien valmistusaikaa ei ole koskaan mitattu ja se voi toimeksiantajan mukaan vaihdella työntekijän osaamistason ja kokemuksen mukaan.

Palkkakatteen laskemiseen käytin työntekijöille maksettavaa keskimääräistä tuntipalkkaa. Keskimääräisen tuntipalkan sain, kun laskin työntekijöiden keskimääräisen tuntipalkan ja kerroin sen kioskin viikoittaisella aukioloajan mukaisella tuntimäärällä lisäten siihen matkailu- ja ravintola-alan työehtosopimuksen (Pam, 2017) mukaiset lisät sekä arvioidun tunnin avaamiseen ja sulkemiseen tarvittavan ajaksi. Tämän jälkeen jaoin tuloksen kioskin viikoittaisen työtuntien määrällä. Kioskin aukioloajat ovat tarkasteluajankohdalla vaihdelleet jonkin verran, mutta käytin tässä kioskin tarkasteluajankohdan laajinta aukioloaikaa.

6.4 Annoskortit ja myyntikateanalyysi

Annoskorttiin on koottu annokseen tarvittavat raaka-aineet, niiden määrä, valmistusaika ja verollinen myyntihinta. Myös raaka-ainekustannukset on valmiiksi laskettu kortteihin. Annoskortit on tehty Microsoft Office Excel -työkä-lulla. Alla on esimerkkinä makkaraperunoiden annoskortti taulukossa 1 ja muiden annoksien annoskortit ovat liitteenä.

Taulukko 1. Makkaraperunoiden annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Makkaraperunat - Suola				
Ranskalaiset	200g	0,307		3,5min
Bonsoya-makkara	1,5kpl	0,938		
Suola	1g	0,001		
Kurkkusalaatti	15g	0,037		
Sipuli pilkottuna	10g	0,025		
Ketsuppi	20g	0,030		
Sinappi	20g	0,087		
Aioli	20g	0,081		
		1,507	7	
Makkaraperunat - Grillimauste				
Ranskalaiset	200g	0,307		3,5min
Bonsoya makkara	1,5kpl	0,938		
Suola	0,5g	0,001		
Grillimauste	0,5g	0,011		
Kurkkusalaatti	15g	0,037		
Sipuli pilkottuna	10g	0,025		
Ketsuppi	20g	0,030		
Sinappi	20g	0,087		
Aioli	20g	0,081		
		1,517	7	
Bataattiranskalaisilla				
Bataattiranskalaiset	200g	0,945		3,5min
Bonsoya makkara	1,5kpl	0,938		
Suola	1g	0,001		
Kurkkusalaatti	15g	0,037		
Sipuli pilkottuna	10g	0,025		
Ketsuppi	20g	0,030		
Sinappi	20g	0,087		
Aioli	20g	0,081		
		2,144	8	

Tuotteiden ja ruoka-annoksien myyntikate on laskettu siten, että tuotteen verottomasta myyntihinnasta on vähennetty sen raaka-ainekustannukset. Samaa taulukkoon ruoka-annosten kanssa on laskettu myyntikateprosentti, palkkakate ja palkkakateprosentti, jota on käytetty menuanalyysin tekemisessä.

Tuotteiden keskimääräinen myyntikateprosentti on 52,4 prosenttia. Kuten taulukosta 2 selviää, on kaikkien tuotteiden paitsi jäätelöiden ja eilisten munkkien myyntikate yli 50 prosenttia, mitä voidaan pitää hyvänä.

Taulukko 2. Vegaanisen lippakioskin myymien tuotteiden myyntikatelaskelma. Soveltaen Selanderin & Vallin (2007, 98) olevaa taulukkoa.

Tuote	Hankintahinta	Myyntihinta alv 0%	Myyntihinta alv 14%	Myyntikate	Myyntikate%
Club mate 0,5l	1,60	3,51	4	1,91	54,42
Ginger shot 2cl	0,70	1,75	2	1,05	60,00
Haagan Leipä munkki	0,94	2,19	2,5	1,25	57,08
Haagan Leipä munkki (eilinen)	0,94	0,88	1	-0,06	-6,82
Ihoc Suklaa - Sunny almond	1,23	2,63	3	1,40	53,23
Irtokarkki uusi hinta 1,50/100g	0,63	1,32	1,5	0,70	52,65
Jänö janojuoma	1,06	3,00	3	1,94	64,67
Jänö smoothie	1,62	3,50	3,5	1,88	53,71
Kolmen kaverin jäätelö - Suklaa&Pähkinä	1,64	3,07	3,5	1,43	46,58
Kolmen kaverin jäätelö - Piparminttu&Suklaa	1,64	3,07	3,5	1,43	46,58
Kolmen kaverin jäätelö - Kookos&ananas	1,64	3,07	3,5	1,43	46,58
Kombucha	1,61	3,51	4	1,90	54,13
Lähdevesi 0,5l	0,36	1,75	2	1,39	79,43
Pellegrino kivennäisvesi 25cl	1,09	2,63	3	1,54	58,58
Raikastamon limonadit	1,70	3,51	4	1,81	51,55
Raikastamon mehut 2dl	0,74	2,19	2,5	1,45	66,26

Taulukosta 3 nähdään kioskin myymien ruoka-annoksien myyntikatteet ja palkkakatteet. Ruoka-annosten keskimääräinen myyntikateprosentti oli yli 70 prosenttia ja palkkakateprosentti 58,3 prosenttia.

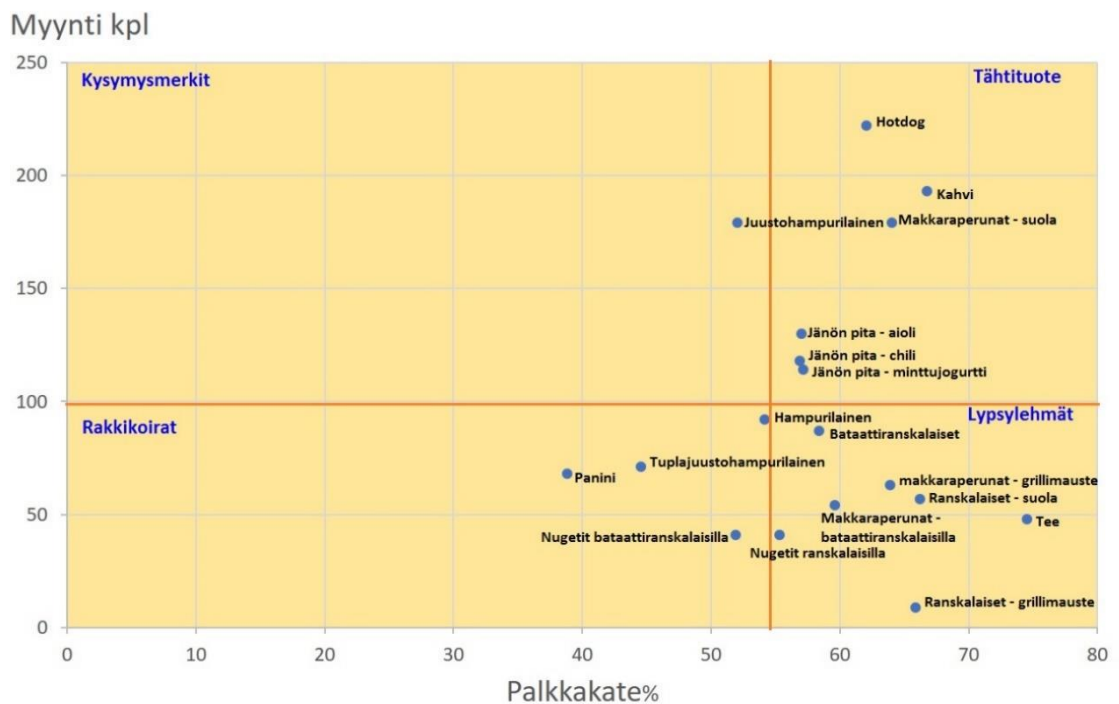
Taulukko 3. Vegaanisen lippakioskin myymien ruoka-annoksien myyntikate- ja palkkakatelaskelma. Soveltaen Selanderin & Vallin (2007, 98) olevaa taulukkoa.

Ruoka-annos	Raaka-aineiden hinta	Myyntihinta alv 0%	Myyntihinta alv 14%	Myyntikate	Myyntikate%	Valmistusaika	Palkkakate	Palkkakate%
Jänön pita - aioli	2,21	7,46	8,5	5,25	70,38	5min	4,25	57,03
Jänön pita - chili	2,22	7,46	8,5	5,24	70,24	5min	4,24	56,90
Jänön pita - minttujogurtti	2,2	7,46	8,5	5,26	70,51	5min	4,26	57,17
Hampurilainen	2,22	6,58	7,5	4,36	66,26	4min	3,56	54,16
Juustohampurilainen	2,47	7,02	8	4,55	64,81	4,5min	3,65	52,05
Tuplajuusto	4,21	9,21	10,5	5,00	54,29	4,5min	4,10	44,56
Panini	2,62	5,26	6	2,64	50,19	3min	2,04	38,84
Hotdog	0,9	3,95	4,5	3,05	77,22	3min	2,45	62,09
Makkaraperunat bataattiranskalaisilla	2,14	7,02	8	4,88	69,51	3,5min	4,18	59,58
Makkaraperunat - suola	1,51	6,14	7	4,63	75,41	3,5min	3,93	64,06
Makkaraperunat - grillimauste	1,52	6,14	7	4,62	75,24	3,5min	3,92	63,90
Nugetit ranskalaisilla	1,85	6,14	7	4,29	69,87	4,5min	3,39	55,28
Nugetit bataattiranskalaisilla	2,48	7,02	8	4,54	64,66	4,5min	3,64	51,89
Ranskalaiset - Suola	0,59	3,51	4	2,92	83,19	3min	2,32	66,18
Ranskalaiset - Grillimauste	0,6	3,51	4	2,91	82,91	3min	2,31	65,89
Bataattiranskalaiset	1,23	4,39	5	3,16	71,98	3min	2,56	58,38
Kahvi	0,23	2,19	2,5	1,96	89,50	2,5min	1,46	66,77
Tee	0,16	2,19	2,5	2,03	92,69	2min	1,63	74,51
Taksikuskin kahvi	0,23	1,32	1,5	1,09	82,52	2,5min	0,59	44,69

6.5 Menuanalyysi

Menuanalyysin myyntimäärä on saatu syyskuun kassaraportista, ja siinä on käytetty Taulukon 2 mukana olevia palkkakateprosentteja. Keskimääräisen palkkakatteen laskennassa tulokseksi saatiin 58,3 prosenttia, mutta mielestäni kahvin ja teen mukana oleminen nostaa sen liian suureksi ja näin ei anna oikeaa kuvaa ruoka-annosten sijoittumisesta taulukossa, joten tässä kohtaa olen käyttänyt 55:ttä prosenttia. Myyntimäärän keskiarvoksi saatiin 98,1 kappaletta.

Kuten alla olevasta kuvasta 2 selviää, tähtituotteita eli tuotteita, joissa on hyvä palkkakateprosentti ja joita myydään paljon ovat hotdog, kahvi, makkaraperunat suolalla, sekä Jänön pitaleipäannokset erilaisilla kastikkeilla. Ainut tuote, joka on luokiteltu analyysin perusteella kysymysmerkiksi eli tuotteeksi, jonka myyntimäärä on suuri, mutta palkkakateprosentti on pienempi kuin tähtituotteilla, on juustohampurilainen. Lypsylehmiä eli tuotteita, joissa on hyvä palkkakateprosentti, mutta joita ei myydä kovinkaan suuria määriä, ovat kaavion mukaan bataattiranskalaiset, makkaraperunat grillimausteella, ranskalaiset suolalla, makkaraperunat bataattiranskalaisilla, tee, nugetit ranskalaisilla ja ranskalaiset grillimausteella. Rakkikoiria eli tuotteita, joiden palkkakateprosentti on keskimääräistä huonompi ja joita myydään vähän ovat kuvan 2 mukaan panini, nugetit bataattiranskalaisilla, tuplajuustohampurilainen ja hampurilainen, joka on aivan lypsylehmien, rakkikoirien ja kysymysmerkkien rajalla.



Kuva 2. The Boston Consulting Groupin matriisin (Selander & Valli 2007, 99) pohjalta tehty menuanalyysi Vegaanisen lippukioskin myymistä ruoka-annoksista.

6.6 Katetuottolaskennan tunnuslukuja

Muuttuviksi kuluiksi katetuoton laskennassa on määritelty raaka-ainekustannukset ja muut ostot sekä henkilöstökustannukset. Yhtiöllä ei ole vakituisia koikaikaisia työntekijöitä minkä takia olen tulkinut henkilöstökustannukset

muuttuviksi kustannuksiksi. Henkilöstökustannukset riippuvat kioskin aukioloajoista. Kiinteiksi kustannuksiksi on määritelty toimitilakulut ja muut liikekulut. Laskelmissa on käytetty jo aiemmin työssä mainittuja laskukaavoja.

$$\text{Katetuotto} = 112\,973,96 - (50\,656,61 + 43\,284,74) = 19\,032,61\text{€}$$

$$\text{Katetuottoprosentti} = \frac{19\,032,61}{112\,973,96} \times 100 = 16,84689\% \text{ eli noin } 16,85\%$$

Katetuottoprosentti on alhainen, vaikka yllä olevien taulukoiden mukaan (taulukko 2 ja 3) oli annoksien palkkakate ja tuotteiden myyntikate hyvällä tasolla. Tämä kertoo sen, että annoksien ja tuotteiden myyntimäärää tulisi lisätä.

$$\text{Kriittinen piste} = \frac{16\,155,51}{16,85} \times 100 = 95\,893,07\text{€}$$

Kriittinen piste kertoo euromääräisen myynnin määrän, jolla yhtiön tulos olisi nolla. Vegaaninen lippakioski pääsisi nollatulokseen, kun euromääräisen myynnin määrä on 95 893,07 euroa.

$$\text{Varmuusmarginaali} = 112\,973,96 - 95\,893,07 = 17\,080,89\text{€}$$

Toimeksiantajayrityksen myynti voi laskea 17 080,89 euroa, ennen kuin tulos on negatiivinen. Tulos on mielestäni hyvä, sillä se on reilusti positiivinen luku.

7 PÄÄTELMÄT

Keskimääräinen myyntikate on hyvällä tasolla. Menuanalyysin avulla on tuotteet luokiteltu neljään eri luokkaan ja se toivottavasti auttaa toimeksiantajaa pohtimaan annoksien tulevaisuutta kioskin ruokalistalla. Vaikka panini pärjäsi-kin analyysissä huonoiten, on se kannattava pitää listalla, koska sen valmistamiseen ei mene kauan. Hävikinseuranta kannattaa myös aloittaa, jotta olisi mahdollista tehdä tarkempia laskelmia, joissa on hävikki otettu huomioon.

Kioskin laaja aukioloaika on ollut haasteellinen kannattavuuden kannalta. "Arkipäivien aukiolo on ollut kannattamatonta", hallituksen jäsen Pekkanen totesi haastattelussa. Kannattavan aukioloaikojen määrittämiseen olisi hyvä käyttää päivittäistä myyntiraporttia, josta näkyy, mihin kellonaikaan enemmistö asiakkaista yleensä asioi ja määrittää aukioloajat sen mukaan.

Ruoka-annoksien valmistamiseen tarvittiin paljon erilaisia raaka-aineita. Näiden raaka-aineiden pitäminen varastossa voi tulla kalliiksi ja haasteelliseksi. Esimerkiksi nyhtökauraa käytettiin vain yhdessä annoksessa. Olisi kustannustehokasta, jos raaka-aineita käytettäisiin enemmän kuin yhdessä annoksessa. Sama tuli ilmi minttujogurtin ja chilikastikkeen kohdalla, joita voitaisiin käyttää toisessakin annoksessa tai toisen annoksen lisukkeena kuten esimerkiksi baataattiranskalaisten lisukkeena.

Hinnoittelu on mielestäni sopivalla tasolla, koska yrityksellä ei ole suoria kilpailijoita, vaikka vieressä sijaitsee Jaskan Grilli. Helsingin sanomien Nyt-liitteessä olevan artikkelin (Riikonen 2017) mukaan kioski jopa hyötyy tämän grillin läheisyydestä. "Kerran Jaskalle meni sellainen vähän vanhempi motoristiparikunta ja kyseli vegaanivaihtoehtoja, niin sieltä ohjattiin meille. Me taas ohjataan Jaskalle, jos asiakas järkyttyy, kun meillä ei ole lihavaihtoehtoja", osuuskunnan jäsen Juha Hörhä mainitsee artikkelissa.

7.1 Tutkimuksen onnistuminen

Tutkimus on onnistunut tavoitteen mukaisesti ja aikataulussa, siitä huolimatta, että kommunikointi ja tarvittavan aineiston saanti on välillä ollut hidasta. Tutkimuksen kannalta tärkeää ja ajankohtaista teoretietoa on löydetty ja hyödynnetty tutkimuksen tekemisessä. Kannattavuutta on onnistuneesti tarkasteltu opinnäytetyön tavoitteen mukaisesti myyntikateanalyysin ja kannattavuuden tunnuslukujen kautta.

Ostolaskujen läpikäynti oli työlästä ja aikaa vievää, mutta se oli tarpeellinen vaihe raaka-aineiden keskihinnan määrittämisessä. Raaka-aineiden keskihinnan määrittämisessä onnistuminen oli edellytys ruoka-annoksien myynti- ja

palkkakatteiden laskemiselle. Mielestäni onnistuin laskemaan hyvin tarkat keskihinnat ja näin ollen myyntikate- ja palkkakateprosentit ovat niin tarkkoja kuin saamalla tiedoillani pystyin ne laskemaan.

Kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä soveltui tämän tutkimuksen tekemiseen, sillä tässä tapaustutkimuksessa lähtökohtana oli osuuskunnan todellisen kannattavuuden tilanteen kuvaaminen ja sitä pyrittiin tutkimaan kokonaisvaltaisesti. Aineistoon sisältyi hallituksen jäsenen haastattelu. Osuuskunnan ostolaskuja, myyntiraportteja, hinnastoa ja annoksien valmistusohjeita on tarkasteltu yksityiskohtaisesti ja sen perusteella laskettu annoksien myyntikate ja palkkakate.

7.2 Tutkimuksessa esiintyneet ongelmat

Osa valmistusohjeiden raaka-aineiden määrästä olivat tilavuusmitan muodossa kuten esimerkiksi desilitran tai ruokalusikallisen määräisenä. Näiden kohdalla olen joutunut arvioimaan, kuinka paljon sama määrä painaa, koska useimmissa tapauksissa raaka-aine on ostettu toimittajalta kilohinnalla. Kiinteiden aineiden osalta arviointi oli helpompaa. Esimerkiksi sokerin desilitran painon kohdalla käytin kilon sokeripussin kyljessä olevaa grammamäärää, mutta mausteiden kohdalla painon arviointi oli hankalaa.

Suurin ongelma mielestäni on osuuskunnan puute hävikin kirjaamisessa. Osuuskunnan hallituksen jäsen mainitsi haastattelussa, että etenkin hampurilaisiin käytettäviä papupihvejä on paljon mennyt hävikkiin, koska ne eivät pysyneet ehjinä. Myös tuore pilkottu sipulipussi ei ole säilynyt kauaa avaamisen jälkeen. Koska hävikkiä ei ole kirjattu, olisi ollut mahdotonta saada tarkkoja ja paikkansapitäviä laskelmia tuotteiden katetuotoista, missä hävikki olisi otettu huomioon. Tämän takia laskelmissa ei ole otettu hävikkiä huomioon.

Tuoreimmat majoitus- ja ravitsemisalalan kirjat olivat vuodelta 2011 ja 2007 joten ne eivät sisällä uusinta tietoa. Uudempia painoksia ei ollut saatavilla. Koin kuitenkin, että ne olivat käyttökelpoisia lähteitä tutkimuksen teoriaosuuteen, sillä kohtasin itsekin alalle tyypillisiä laskentatoimen ongelmia tutkimusta tehdessä. Majoitus ja ravitsemistoiminnan tilinpäätöstilaston laadinta erillisenä ti-

lastona oli lopetettu vuonna 2013 (Tilastokeskus 2014). En kokenut, että tilastokeskuksen 2012 vuoden tunnuslukutiedot olisivat hyviä vertailukohteita, sillä yritys on aloittanut toimintansa vuonna 2016. Näin ollen en ole vertaillut kate-tuottolaskennan tunnuslukuja tai tuloslaskelman tietoja alan vuoden 2012 vuoden tilinpäätöstietoihin.

LÄHTEET

Eklund, I. & Kekkonen, H. 2016. Kannattavuuslaskennan taitajaksi. 1. painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.

Eriksson, P. & Koistinen, K. 2014. Monenlainen tapaustutkimus. Verkkojulkaisu. Pdf-dokumentti. Saatavilla: https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/153032/Tutkimuksia%20ja%20selvityksi%c3%a4_11_2014_%20Monenlainen%20tapaustutkimus_Eriksson_Koistinen.pdf?sequence=1 [viitattu 13.11.2017]

Heikkilä, P. & Saranpää, T. 2011. Hotelli- ja ravintola-alan sisäinen laskenta-toimi. 4. tarkistettu painos. Helsinki: Restamark Oy.

Hirsjärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. Tutki ja kirjoita. 2007. 13., osin uudistettu painos. Helsinki: Tammi.

Jänö – Vegaaninen lippakioski s.a. Saatavilla: <http://janokioski.fi/fi/etusivu/> [viitattu 30.11.2017].

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

Palvelualojen ammattiliitto – Matkailu-, ravintola- ja vapaa-ajan palveluita koskeva työntekijöiden työehtosopimus. Pdf.dokumentti. Saatavissa: <http://netpaper.lonnberg.fi/pam/tes-fi/marava/> [viitattu 29.11.2017].

Pellinen, J. 2006. Kustannuslaskenta ja kannattavuusajattelu. 2., uudistettu painos. Talentum Media Oy.

Pekkanen, J. Haastattelu 20.9.2017 Hallituksen jäsen, Vegaaninen lippakioski-osuuskunta.

Riikonen, R. 2017 Nytin suuressa snägärikatsauksessa – 8 Helsingin parasta nakkikioskia – katso mistä kannattaa hakea makkaraperunat ja mistä veganeille parhaat työruoat. Julkaistu 24.11.2017. Saatavilla: <https://www.hs.fi/nyt/art-2000005462770.html> Helsinki: Helsingin sanomat

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

Tilastokeskus – Toimialaluokitus 2008 – 56103. Saatavilla: <http://www.stat.fi/meta/luokitukset/toimiala/001-2008/56103.html> [viitattu 7.10.2017].

Tilastokeskus. 2014 – Majoitus- ja ravitsemistoiminnan tilinpäätöstiedot julkistetaan jatkossa yritysten rakenne- ja tilinpäätöstilaston osana. Saatavilla: http://www.stat.fi/til/matipa/matipa_2014-08-13_uut_001.html [viitattu 29.11.2017].

Tilastokeskus – Majoitus- ja ravitsemistoiminta 2012. Päivitetty 13.2.2014.
Saatavilla: http://www.stat.fi/til/matipa/2012/matipa_2012_2014-02-13_kat_001_fi.html [viitattu 29.11.2017].

Vilka, H. 2015. Tutki ja kehitä. 4., uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Sisäisen tuloslaskelman kaava.

Myyntituotot
-Alv
<hr/>
Liikevaihto
-Muuttuvat kustannukset
<hr/>
Myyntikate
-Henkilöstökustannukset
<hr/>
Palkkakate
-Kiinteät kustannukset yht
-vuokra
-Energia
-Markkinointi
-Hallinto
-Sekalaiset
<hr/>
Käyttökate

Kuva 3. Sisäisen tuloslaskelman kaava (Selander & Valli 2007, 64).

Taulukko 4. Lisukkeiden annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta€		hinta€/kg
Coleslaw				
Apetit Coleslaw	2kg	5,700		
Majoneesi	reilu 6rkl/90g	0,344		
Omenaviinietikka	6rkl	0,218		
Suola	3tl/ 15g	0,009		
Mustapippuri	3tl/ 6g	0,095		
Sokeri	4,5tl/19,13g	0,035		
Sinappi	3tl/ 15g	0,065		
		6,467	noin 2,225kg tuotetta	2,91
Mummonkurkut				
Kurkku	3kpl/ 800g	1,648		
Omenaviinietikka	2,5dl	0,606		
Vesi	0,5dl	0,000		
Sokeri	1,5rkl / 19,13g	0,035		
Lime/Sitruuna	2kpl/ 80g	0,301		
Minttu	pieni nippu	0,109		
		2,698	noin 1,2 kg tuotetta	2,25
Marinoitu punasipuli				
Punasipuli	4kpl/ 350g	1,079		
Punaviinietikka	1,5dl	0,364		
Rypsiöljy	1,5dl	0,405		
Sokeri	3rkl/ 39,25g	0,072		
Suola	1tl/5g	0,003		
		1,923	noin 700g tuotetta	2,75
Aioli				
Majoneesi	6dl/ 600g	2,179		
valkosipuli	10 kynttä/ 50g	0,442		
Sitruunanmehu	3rkl/35g	0,096		
Rypsiöljy	4tl	0,054		
Pippuri	2tl/8g	0,127		
Suola	1tl/5g	0,003		
		2,901	noin 720g tuotetta	4,03
Minttujogurtti				
Kaurajogurtti	1 litra	2,603		
Minttu pilkottuna	1dl	0,543		
		3,146	noin 1040g tuotetta	3,02

Taulukko 5. Jänön pitaleivän annoskortti eri kastikevaihtoehdoilla.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Jänön pita - Chili				
Pita	1	0,450		5min
Tomaatti-chilikastike	15g	0,069		
Mummonkurkkuja	6-10kpl= 8g	0,018		
Tomaattisalsa	2rkl=30g	0,138		
Marinoitu punasipuli	2rkl/ 25g	0,069		
Nyhtökaura	2,5dl/150g	1,388		
Coleslaw	2rkl/ 30g	0,087		
		2,219	8,5	
Jänön pita - Aioli				
Pita	1	0,450		5min
Aioli	15g	0,060		
Mummonkurkkuja	8g	0,018		
Tomaattisalsa	2rkl/30g	0,138		
Marinoitu punasipuli	2rkl/25g	0,069		
Nyhtökaura	2,5dl/150g	1,388		
Coleslaw	2rkl/30g	0,087		
		2,210	8,5	
Jänön pita - Minttujogurtti				
Pita	1	0,450		5min
Minttu-jogurtti	15g	0,045		
Mummonkurkkuja	8g	0,018		
Tomaattisalsa	2rkl/30g	0,138		
Marinoitu punasipuli	2rkl/25g	0,069		
Nyhtökaura	2,5dl/150g	1,388		
Coleslaw	2rkl/30g	0,087		
		2,195	8,5	

Taulukko 6. Hampurilaisen annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Vegeneesi	15g	0,054		4min
Ketsuppi	15g	0,023		
Pihvi	1kpl	1,500		
Suolakurkkuja	4kpl/6g	0,008		
Marinoitu punasipuli	10g	0,028		
Tomaatti	2-3 viipaletta/25g	0,042		
Romainesalaatti	2-4 lehteä/30g	0,113		
Sämpylä	1kpl	0,450		
		2,217	7,50	

Liite 5/13

Taulukko 7. Juustohampurilaisen annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Vegeneesi	15g	0,054		4,5min
Ketsuppi	15g	0,023		
Pihvi	1kpl	1,500		
Suolakurkkuja	4kpl/6g	0,008		
Marinoitu punasipuli	10g	0,028		
Tomaatti	2-3 viipaletta/25g	0,042		
Romainesalaatti	2-4 lehteä/30g	0,113		
Juustoviipale	1/20g	0,257		
Sämpylä	1kpl	0,450		
		2,474	8	

Liite 6/13

Taulukko 8. Tuplajuustohampurilaisen annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Vegeneesi	15g	0,054		4,5min
Ketsuppi	15g	0,023		
Pihvi	2kpl	3,000		
Suolakurkkuja	4kpl/6g	0,008		
Marinoitu punasipuli	10g	0,028		
Tomaatti	2-3 viipaletta/25g	0,042		
Romainesalaatti	2-4 lehteä/25g	0,095		
Juustoviipale	2kpl	0,514		
Sämpylä	1kpl	0,450		
		4,212	10,5	

Liite 7/13

Taulukko 9. Paninin annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Panini	1	2,616		3min
		2,616	6	

Liite 8/13

Taulukko 10. Hotdogin annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Sämpylä	1kpl	0,340		3min
Nakki	1kpl	0,440		
Coleslaw	20g	0,058		
Kurkkusalaatti	6g	0,015		
Ketsuppi	5g	0,008		
Sinappi	5g	0,022		
Paahdettu sipuli	4g	0,014		
		0,896	4,5	

Liite 9/13

Taulukko 11. Nugettiaterioiden annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Nugetit ranskalaisilla				
Nugetit	6kpl/170g	1,315		4,5min
ranskalaiset	200g	0,307		
kurkkusalaatti	10g	0,025		
ketsuppi	20g	0,030		
sinappi	20g	0,087		
aioli	20g	0,081		
		1,845	7	
Nugetit bataattiranskalaisilla				
Nugetit bataattiranskalaisilla	6kpl/170g	1,315		4,5min
bataattiranskalaiset	200g	0,945		
kurkkusalaatti	10g	0,025		
ketsuppi	20g	0,030		
sinappi	20g	0,087		
aioli	20g	0,081		
		2,483	8	

Liite 10/13

Taulukko 12. Ranskalaisten annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Ranskalaiset - Suola				
Ranskalaiset	200g	0,307		3min
Kurkkusalaatti	20g	0,049		
Sipuli pilkottuna	15g	0,038		
Ketsuppi	20g	0,030		
Sinappi	20g	0,087		
Aioli	20g	0,081		
Suola	1g	0,001		
		0,593	4	
Ranskalaiset - grillimauste				
Ranskalaiset	200g	0,307		3min
kurkkusalaatti	20g	0,049		
Sipuli pilkottuna	15g	0,038		
ketsuppi	20g	0,030		
Sinappi	20g	0,087		
Aioli	20g	0,081		
Suola	1g	0,001		
Grillimauste	0,5g	0,011		
		0,604	4	

Taulukko 13. Bataattiranskalaisten annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Bataattiranskalaiset	200g	0,945		3min
Suola	1g	0,001		
Kurkkusalaatti	20g	0,049		
Sipuli pilkottuna	15g	0,038		
Ketsuppi	20g	0,030		
Sinappi	20g	0,087		
Aioli	20g	0,081		
		1,230	5	

Taulukko 14. Kahvin annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Kahvi	8g	0,176		2,5min
Vesi	1,5dl-2dl	0,000		
Kaurajuoma	30ml	0,043		
sokeri	1 annospussi	0,008		
		0,227	2,5	

Taulukko 15. Teen annoskortti.

Raaka-aine	Määrä	Raaka-aineen hinta	Myyntihinta	Valmistusaika
Tee	1g	0,016	2,5	2min
vesi		0		
		0,016		