

HINNOITTELU OSANA PITOPALVELUYRITYKSEN KANNATTAVUUTTA

Case: Pitopalvelu Kaija Suokko

Matias Suokko

Opinnäytetyö
Marraskuu 2012

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma
Matkailu- , ravitsemis- ja talousala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) SUOKKO, Matias	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 12.11.2012
	Sivumäärä 46	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi HINNOITTELU OSANA PITOPALVELUYRITYKSEN KANNATTAVUUTTA CASE: Pitopalvelu Kaija Suokko		
Koulutusohjelma Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) PAUKKU, Päivi VÄISÄNEN, Karoliina		
Toimeksiantaja(t) Pitopalvelu Kaija Suokko		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyössä tarkoituksena oli kehittää Kauhavalla sijaitsevalle Pitopalvelu Kaija Suokolle toimivat pohjat reseptien kehittämiseen ja menetelmät tuotteiden hinnoitteluun. Pitopalvelulle on luotu omat reseptiikkapohjat, joista yritys voi alkaa kehittää omaa reseptiikkakokonaisuutta. Hinnoittelussa keskitytään hinnoittelumenetelmiin mitä yritys ei ole aikaisemmin hyödyntänyt.</p> <p>Opinnäytetyö toteutettiin kahdessa eri vaiheessa: suunnittelu ja toteutus. Suunnittelu aloitettiin keväällä 2012 ja se päättyi 2012 kesällä. Suunnittelussa keskityttiin toimiviin reseptiikkapohjiin, joista olisi mahdollista lähteä laskemaan tuotteille oikeanlaista hintaa. Toteutus aloitettiin syksyllä 2012. Toteutusvaiheessa mietittiin yritykselle sopivia hintoja omaan markkina-alueen nähden. Toteutuksessa on aluksi selvitetty yrityksen tuotteelle hinta kustannuksiin perustuvan hinnoittelun keinoin. Kustannuksiin perustuvan hinnoittelun jälkeen yrityksen kohderyhmän asiakkaille tehtiin kysely syksyllä 2012, jonka avulla saatiin selvitettyä yrityksen tuotteelle markkinatilannehinnoittelun keinoin hinta. Syksyllä 2012 yrittäjistä tehtiin teema haastattelu, jota hyödynnetään opinnäytetyössä.</p> <p>Voidaan todeta, että pitopalveluyritys tarvitsi tarkastelua hinnoittelun kannalta ja kehitetyillä reseptiikkapohjilla on suora yhteys toimivan hinnoittelun kanssa.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Pitopalvelu, hinnoittelu, kannattavuus, reseptiikka,		
Muut tiedot Liite 1 SALAINEN		



Author(s) SUOKKO, Matias	Type of publication Bachelor's thesis	Date 12112012
	Pages 46	Language Finnish
		Permission for web publication (X)
Title PRICING, PART OF A CATERING COMPANY PROFITABILITY CASE: Pitopalvelu Kaija Suokko		
Degree Programme Degree Programme in Services Management		
Tutor(s) PAUKKU, Päivi VÄISÄNEN, Karoliina		
Assigned by Pitopalvelu Kaija Suokko		
Abstract <p>The aim of the thesis was to develop working recipe layouts for making recipes, and means to price Pitopalvelu Kaija Suokko products. The company operates in the Kauhava region. Recipe layouts were crated for the company, with the help of which the company can further develop their own recipes. The thesis also focused on pricing methods which company had not used before.</p> <p>The thesis was conducted in two parts: planning and execution. Planning started in the spring of 2012 and ended in the summer of 2012. In the planning stage it was important to focus on working recipe layouts, which would enable to develop correct prices for the products. The execution started in the autumn of 2012. During the execution phase it was essential to obtain appropriate prices for the company, regarding their market region. The pricing for the products was first calculated in the execution phase, based on the expenses. After calculating the price, a survey was carried out for the company clients in the autumn of 2012. By utilizing the survey results the correct prices for company products were defined. A theme interview to the company owner was conducted in the autumn of 2012 and the findings of the interview were also used in the thesis.</p> <p>It is evident that the catering company needed examining in pricing and the recipe layouts that were developed are directly linked with appropriate pricing in the company.</p>		
Keywords Catering, pricing, profitability, recipes		
Miscellaneous Appendix 1 CLASSIFIED		

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	3
2	PITOPALVELU- JA RAVITSEMISALA NYT JA TULEVAISUUDESSA	4
	2.1 Pitopalvelu ravintola-alan yrityksenä	5
	2.2 Pitopalveluympäristö verrattuna ravintola-alan ympäristöön	8
3	PITOPALVELU KAIJA SUOKKO TMI	9
4	PITOPALVELUALAN KANNATTAVUUS	11
	4.1 Hinnoittelumenetelmät	13
	4.2 Psykologinen hinnoittelu ja alennukset.....	15
5	RUOKALISTASUUNNITTELUUN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT	16
	5.1 Pitopalvelun erityispiirteet.....	20
	5.2 Reseptiikka	21
	5.2.1 Annoskortti	21
	5.2.2 Vakiointi.....	22
6	TYÖN TOTEUTUS	23
	6.1 Reseptiikan suunnittelu	23
	6.2 Tuotteen hinnan selvittäminen.....	25
	6.2.1 Asiakaskyselyn toteuttaminen	27
	6.2.2 Asiakaskyselyn tulokset.....	28
	6.2.3 Hinnan määrittäminen tuotteelle	30
7	POHDINTA	31
	LÄHTEET	33
	LIITTEET	35
	LIITE 1 Teemahaastattelu	35
	LIITE 2 Raaka-ainetilaus pohja	41
	LIITE 3 Annoskorttipohja	42
	LIITE 4 Asiakaskysely ja tulokset	43
	KUVAT	
	KUVA 1 Juhlapalvelutilaisuuden suunnittelu ja toteutus.....	7

KUVIOT

KUVIO 1 Tuotteen hintaan vaikuttavat tekijät	12
KUVIO 2 Katetuottolaskennan peruskaava	14
KUVIO 3 Lautasmalli	19
KUVIO 4 Annoskortti pitopalvelulle.....	25
KUVIO 5 Asiakaskyselyn hintaehdotukset.....	29

TAULUKOT

TAULUKKO 1 Raaka-ainelaskentataulukko esimerkki	24
TAULUKKO 2 Asiakaskyselyn tulokset vastaajakohtaisesti	28

1 JOHDANTO

Opinnäytetyö tehtiin pitopalvelu Kaija Suokolle. Opinnäytetyöni aihe on minulle hyvin läheinen, sillä olen seurannut pitopalveluyrityksen toimintaa ja olen ollut työntekijänä pitopalveluyrityksessä lähes seitsemän vuotta. Kyseisten vuosien aikana minulle ovat tulleet tutuksi pitopalvelutoiminnassa niin toiminnan suunnittelu kuin asiakkaiden palveleminen monessa eri tilanteessa. Muutama vuosi sitten huomasin suuren ongelmakohtan yrityksessä. Yrityksessä on yksi henkilö, joka osaa kaikki työt. Työtavat ovat todellia selkeät saati työntekijöille, koska heille on laadittu selkeät ohjeet. Suurena ongelmakohtana onkin se, että yrityksessä ei ole laadittu selkeää reseptiikkapohjaa, jota keittiön työntekijät voisivat hyödyntää. Sairaustapauksissa yrityksen tuotteiden laatu vaihtelee huomattavasti, ja mihin on syytä puuttua yrityksen tulevaisuuden vuoksi. Ongelmat pitopalveluyrityksen toiminnassa ovat kausiluonteisuus, reseptien pohjat ja tuotteiden hinnoittelu.

Koulutukseni myötä selvittää tarkemmin yrityksen tilannetta, ja suurin kehityskohde on reseptipohjien ja hintojen kehittäminen yrityksen omaan markkina-asemaan nähden. Yrityksellä on vahva asiakaskunta, mikä johtuu yrityksen erinomaisista tuotteista, palvelusta ja ruoan laadusta. Toimiva reseptiikka ja hinnoittelu mahdollistaisi yritykselle suuremmat tuotot ja mahdollisuudet sekä antaisi myös yrityksen omistajalle hieman vapaammat kädet yrityksen johtamiseen.

Kyseessä on yrityksen kehittämistyö, jolla halutaan tehostaa yrityksen toimintaa. Työ on rajattu koskemaan reseptiikkaa ja tuotteen hinnoittelua. Kohteena on kehittää yritykselle toimiva pohja, josta yritys voi alkaa rakentamaan selkeää reseptiikkaa ja selvittää toimivat hinnoittelumenetelmät tuotteille, joista yritys voi myöhemmin lähteä kehittämään omien tuotteidensa hinnoittelua. Opinnäytetyössä on hyödynnetty alan kirjallisuutta, yrittäjän haastattelua sekä omaa ammattitaitoa alalta.

Työn toisessa luvussa johdatellaan lukija pitopalveluun. Luvussa käydään läpi, miten pitopalvelu on kehittynyt tähän päivään ja mitä se voisi olla tulevaisuudessa. Kyseisessä luvussa käsitellään pitopalvelua yleisesti ravintola-alan yrityksenä ja verrataan pitopalvelun ympäristöä ravintola-alan ympäristöön. Luvun toisessa alaluvussa on hyödynnetty yrittäjän teemahaastattelua (LIITE 1) ja omaa 8 vuoden työkokemustani pitopalvelu- ja ravintola-alalta (sekä keittiö että sali). Kolmannessa luvussa kerrotaan yleisesti toimeksiantajasta ja esitellään toimeksiantajan yritys. Neljännessä luvussa käsitellään pitopalvelualan kannattavuutta ja miten hinnoittelu vaikuttaa kannattavuuteen yrityksessä. Viidennessä luvussa käsitellään reseptiikkaan ja kuinka se vaikuttaa yrityksen kannattavuuteen. Kyseisen luvun pääluvussa on hyödynnetty teemahaastattelusta (LIITE 1) saatuja tietoja. Viimeisissä luvuissa kuvataan, miten yritykselle on luotu reseptiikkapohja ja miten yritykselle on toteutettu toimiva hinnoittelumenetelmä.

2 PITOPALVELU- JA RAVITSEMIS ALA NYT JA TULEVAISUUDESSA

Pitopalvelu käsitteenä on lähtöisin 1800-luvun loppupuolelta suomalaisista kyläyhteisöjen pitopiireistä. Pitopiirit hoitivat erilaisten juhlatapahtumien ja hautajaisten ruoka- ja juomatarjoilujen järjestelyt. Tuolloin tapahtumat olivat koko kylän juhlia, joihin kutsuttiin kaikki. Jokainen juhlija toi jotain omaa pitotalossa järjestettävään tapahtumaan. (Immonen & Nevala 2003, 9-10.)

Nykyajan pitopalvelutoiminta on hyvin erilaista kuin 1800-luvun loppupuolella. Vanhanajan pitoja järjestetään vieläkin, mutta niiden osuus on huomattavasti pienempi. Nykyään vanhanajan pitoja hoitavat lähinnä pienet kylät ja kylien maatalousnaiset. Nykyään pitopalvelutilaisuudet voivat olla huomattavasti isompia kuin ennen. Ne voivat käsittää jopa tuhansia ihmisiä. Toimintaperiaatteetkin ovat muuttuneet huomattavasti. Asiakkaalle hoidetaan kaikki kuohuviineistä telttojen pystytykseen asti. (Koivula 2009, 8.)

Asiakkaista on tullut huomattavasti vaativampia kuin ennen, tosin elämäkin oli yksinkertaisempaa kuin nyt. Palvelua ei maksettu aina rahalla, vaan palkka hoidettiin esimerkiksi erinäisin lahjuksin. Nykyään asiakkailla on tietynlaiset ennakko-odotukset pitopalvelua kohtaan, ja myös pitopalvelulla on omat odotuksensa asiakkaan tapahtumaa kohtaan. Siksi pitopalvelulla onkin oltava luotettava ja osaava henkilökunta. (Koivula 2009, 8.)

Ravitsemisala on hyvin työllistetty ala, sillä koneet eivät kykene korvaamaan esimerkiksi tarjoiluhenkilökuntaa tai olemaan luovia, kuten ihmiset ovat. Jatkuvasta tekniikan kehittämisestä on kuitenkin hyötyä ruoan valmistuksessa, varastoinnissa, kuljetuksessa ja hygienian parantamisessa. Ravitsemisalalla pyritään jatkuvasti kehittämään erilaisia laitteita, jotka lyhentävät ruoan valmistusprosessia. Varastoinnissa isommat ja tehokkaammat kylmiöt, jotka kuluttavat vähemmän energiaa, vähentävät yrityksen kiinteitä kuluja huomattavasti. Kuljetuksessa erilaiset kuljetuslaitteet ja eristetyt lämpölaatikot mahdollistavat ruoan kuljettamisen paikan päälle lämpimänä, eikä ruokaa valmisteta aina siellä, mihin se on tilattu. Kaikki laitteet tarvitsevat vähemmän työntekijän huomiota, mikä mahdollistaa työntekijän monipuolisemman työskentelyn. Tämä mahdollistaa isompien tilausten hoitamisen pienemmällä määrällä työntekijöitä.

2.1 Pitopalvelu ravintola-alan yrityksenä

Pitopalvelut ovat Suomessa yleensä toiminimellä toimivia, koska pitopalveluiden toiminta on tilauspohjaista ja sesonkiluontoista. Tämä puolestaan asettaa haasteita työvoiman saatavuudelle ja tilauksien toteuttamiselle. Työ vaatii yrittäjältä joustavuutta ja sopeutumista erilaisiin tilanteisiin sekä monipuolista ammattitaitoa. Hiljaisimpia aikoja alalla ovat vuoden alku sekä syksy. Tästä johtuen pitopalvelulla on ongelmana palkata vakituista henkilökuntaa. Säännöllistä työtä ei ole ja työpäivän pituus voi vaihdella 8:sta 18 tuntiin. Sellaisella ravintolalla, jolla on pitopalvelua sivutoimintana, ei henkilöstöongelmia välttämättä ole. Vakituinen henkilökunta puolestaan antaa mahdollisuuden

yritykselle kouluttaa omia työntekijöitään, kun taas töihin tarvittaessa kutsuttavaa työntekijää ei voida sitouttaa yritykseen yhtä hyvin.

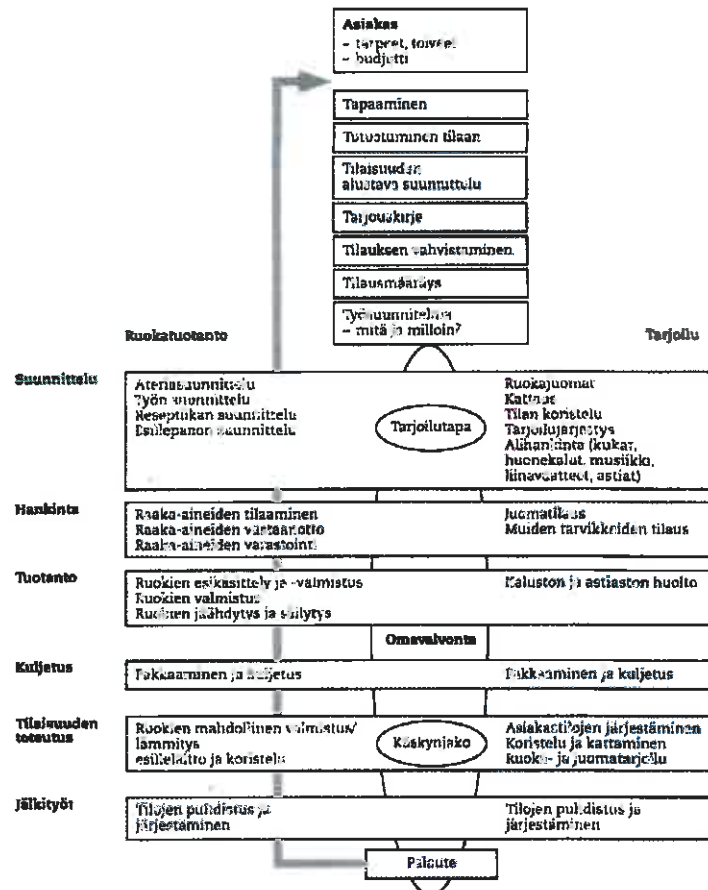
Pitopalvelualalta löytyy todella paljon ammattitaidotonta työvoimaa. Pitopalveluyrittäjien onkin tärkeää hyödyntää tutuksi tulleita tarjoilijoita ja keittiöhenkilökuntaa. Yrittäjät hyötyvät tutusta henkilökunnasta, kun yrittäjä tietää työntekijöiden osaamisalueet etukäteen ja samoin työntekijät tuntevat yrityksen toimintatavat entuudestaan. (Määttä, Nuutila & Saranpää 2004, 26.)

Yrityksen toimintamallit vaikuttavat huomattavasti yritysten toimintaan. Toimintamallien ollessa selkeät ja yksinkertaiset on uuden työntekijän helpompi omaksua yrityksen käytännöt. Vaativinta pitopalvelun työntekijälle on työnteon monipuolisuus. Työntekijä voi joutua olemaan töissä keittiössä ja salissa. Tästä johtuen ongelmana onkin löytää hyvin koulutettu osa-aikainen työntekijä.

Perusteellinen suunnittelu on pitopalvelulle erittäin tärkeää. Suunnittelua ja tilaisuuden kulkua voidaan kuvata seuraavan sivun prosessikaaviolla (KUVIO 1), jossa aluksi tavataan asiakas ja tehdään alustava suunnitelma, jota seuraa tarjous ja asiakkaan vahvistama tilaus. Suunnittelussa otetaan huomioon ruokatuotanto ja tarjoilu ja niihin liittyvä osa-alueet. Kokonaisuudessaan juhlapalvelutilaisuuden prosessi pitää sisällään suunnittelun, hankinnan, tuotannon, kuljetuksen, tilaisuuden toteutuksen sekä jälkityöt ja palautteet (Määttä, Nuutila & Saranpää 2004, 11).

Juhlapalvelutilaisuuksien prosessit pitää olla jokaisella yrittäjällä vakaalla pohjalla. Pitopalvelualalla menestyminen perustuu lähinnä kustannuksien hallintaan, osaamiseen ja jatkuvaan kehitykseen (Koivula 2009, 5). Useimmat yritykset tekevät yhteistyötä erilaisten tapahtumienjärjestäjien kanssa saadakseen enemmän näkyvyyttä ja tilauksia.

Juhlapalvelutilaisuuden suunnittelu ja toteutus



KUVA 1: Juhlapalvelutilaisuuden suunnittelu ja toteutus (Määttä, Nuutila & Saranpää 2004, 11.)

Ravitsemisalalla ongelmana on raaka-ainesten hintojen nousu, joka heikentää myös pitopalvelutilauksien kannattavuutta. Katteiden pienentyessä on todella tärkeää saada enemmän tilauksia tai löytää halvempia tapoja toimia (Koivula 2009, 6). Uusien asiakkaiden tavoittaminen ja houkutteleminen yrityksen omilla tuotteilla ja palveluilla on työlästä ja aikaa vievää, mihin välttämättä pienillä yrityksillä ei ole aikaa eikä resursseja (Koivula 2009, 6). Joissakin tilanteissa, kun nämä asiat eivät toimi on hintoja nostettava. Hintojen nousuun taas puolestaan vaikuttavat tarjonta ja kysyntä. Pienemmällä paikkakunnilla ei välttämättä ole paljon kilpailua. Kysynnän ollessa korkea ja kilpailun ollessa

vähäistä on yrityksen helppo nostaa hintaa ja raaka-aineiden kustannukset eivät ole merkittävä ongelma.

Pitopalveluyritykset hoitavat monenlaisia tilaisuuksia. Yleisimpiä tilaisuuksia ovat erilaiset kahvitilaisuudet, yritysten kokoukset sekä yksityiset paikanpäälle tilattavat tilaisuudet. Vakituista tuloa yritykset tekevät lounas- ja päivällistoinnilla. Oli tilaisuus minkäläinen tahansa tilaaja päättää, kuinka virallisesta tilaisuudesta on kyse. Pitopalveluyrittäjät tekevät myös tiivistä yhteistyötä tapahtumien järjestäjien kanssa. Kun ravintolat keskittyvät päivittäiseen toimintaan ja yrityksen tulevaisuuteen niin pitopalvelun on oltava ravintolaa aina pari askelta edessään. (Määttä, Nuutila & Saranpää 2004, 28.)

2.2 Pitopalvelu verrattuna ravintolan ympäristöön

Pitopalvelu ja ravintola ovat monella tapaa yhteneväisiä toisiinsa nähden. Kummassakin on tärkeää toimiva tuote. Toimiva tuote on palvelu ja ruoka. Ilman toimivaa kokonaisuutta on kummankin mahdotonta menestyä. Ravintoloilla pääsääntöisenä ideana on houkutella asiakkaita ruokalistalla, palvelulla ja miljööllä. Pitopalveluilla pääsääntöinen idea puolestaan on ruoka, palvelu ja niiden tuottaminen erilaisin keinoin.

Ravintolat joutuvat jatkuvasti kehittämään omia ruokalistojaan sesongin mukaan. Pitopalveluilla ruokalistoja ei tarvitse uusia, sillä asiakkaat haluavat pitopalveluilta itse räätälöidyn ruokalistan. Pitopalveluilla onkin tätä varten koottu selkeät ruokalistaesimerkit, joista asiakkaat saavat valita omanlaisensa vaihtoehdon. Asiakkaan astuessa ravintolaan asiakas on määrätietoinen haluamastaan tuotteesta. Asiakkaan mennessä pitopalveluun asiakas on vielä epä-tietoinen tulevasta tuotteesta. Tämän takia pitopalvelulla täytyy olla erilaisia ruokalistavaihtoehtoja.

Palvelu ravintolalla selkeästi organisoitua ja aikataulutettua. Työntekijöille on määritelty selkeät aikataulut työajan ja työn suhteen. Pitopalvelulla on työnte-

kijälle määritelty selkeät ohjeet, mutta joissakin tapauksissa ohjeiden noudattaminen ei välttämättä onnistu, koska tilaisuudet voivat poiketa toisistaan. Ravintolassa ja pitopalvelussa työntekijät on jaoteltu selkeästi salityöntekijöihin ja keittiötyöntekijöihin.

Ravintoloissa ruokalista ja ravintolan ympäristö ovat teemaltaan samanlaisia. Ruokalistan painottuessa esimerkiksi itämaisiin ruokiin täytyy sisustuksen olla sen mukainen. Pitopalveluissa ympäristö ei ole niin merkittävä, ainoastaan viihtyvyyden kannalta ja pitopalvelun tiloja muokataankin aina asiakkaan tarpeiden mukaisesti. Täten pitopalvelun tilojen sisustus olisikin hyvä olla mahdollisimman neutraali, mutta kuitenkin sen täytyy olla houkutteleva. Tilojen houkuteltavuus haetaan usein pitopalveluyrityksen sijainnilla tai tilan historialla.

3 PITOPALVELU KAIJA SUOKKO TMI

Pitopalvelu Kaija Suokko on Kauhavalainen pitopalveluyritys, joka on toiminut vuodesta 2005 lähtien. Yrityksen toimintana on erilaisten tapahtumien, kokouksien ja juhlien järjestäminen. Yritys on yhden henkilön yritys, mikä mahdollistaa nopean kasvupotentiaalin työtilanteen muuttuessa positiivisesti. Yrityksessä auttavat tarvittaessa myös omistajan perheenjäsenet. Yrityksen toiminta on ollut perustamisesta lähtien tuottoisaa, mikä on mahdollistanut yrityksen jatkuvan kehityksen investointien avulla.

Yrityksen periaate on, että raaka-aineiden on tultava lähialueilta ja niiden on oltava laadukkaita. Lihat pitopalveluyritykselle toimittaa Snellman Oy, ja kalatuotteista vastaa Hätälä Oy. Kasvikset yritykselle toimittavat lähialueiden maanviljelijät. Alkoholi tuotteiden toimituksesta vastaa Sinebrychoff. Useat tavarantoimittajat yrittävät korvata nykyiset tavarantoimittajat tarjoamalla halvempia hintoja, mutta tuotteet ovat olleet aina heikompilaatuisia. Pitopalveluyrityksen tehtävänä on tarjota asiakkaille ruoka, joten raaka-aineiden on oltava tarkasti valittuja. Toimialue on Kauhava ja sen naapurikunnat. Pitopalveluyri-

tyksen toimitilat sijaitsevat Kauhavalla, ja tiloihin mahtuu asiakkaita noin 190 henkeä. Toimitilana toimii vanha Kauhavan työväentalo. Omistajan mielestä työväentalot ovat Suomessa erittäin vähäisessä käytössä, ja omistaja saikin idean hyödyntää kyseistä rakennusta oman yrityksensä perustamiseen. Tilat ovatkin siitä lähtien olleet todella suuressa suosiossa, vaikka osalla paikkuntalaisilla onkin omat ennakkoluulonsa työväentaloa kohtaan.

Alueen asiakkaat ovat oppineet hyvin hyödyntämään pitopalveluyrityksen palveluita. Pitopalveluyrityksen tuotteiden tasaista laatua ja palvelua arvostetaan todella paljon. Pitopalveluyrityksen asiakkaiden ikä on 35 – 80 vuotta. Pitopalveluyrityksen kohderyhmä onkin 35 – 80 vuotiaat Kauhavan ja sen lähiseudun asukkaat. Yritys pystyy järjestämään tilaisuuksia monenlaisissa ympäristöissä, koska yrityksellä kuuluu kalustoon kuljetettavia telttoja ja ruokailukalusteita. Tämä onkin ollut yritykselle erittäin merkittävä asia kilpailun kannalta, sillä Pohjanmaan alueella ihmiset järjestävät tapahtumia ulkona ja usein tarvitsevat pihalle telttoja, tuolia ja pöytiä. Yritys kilpailee muiden yritysten kanssa kyseisillä tuotteilla, koska muut yritykset eivät tällaista kalustoa omista. Pitopalveluyritykseltä ei vuokrata pelkästään kalusteita, vaan kalusteet kuuluvat yrityksen palvelutuotteisiin eli asiakkaiden on tilattava myös muita tuotteita yritykseltä.

Pitopalveluyrityksen idea ja historia

Yrityksen perustamisesta on kulunut seitsemän vuotta ja yritys on saavuttanut itselleen vakituiset asiakkaat jotka käyttävät pitopalveluyrityksen palveluita säännöllisesti. Kanta-asiakkaat ovat olleet merkittävä osa yrityksen toimintaa ja yritys on ottanut myös kyseiset asiakkaat erittäin hyvin huomioon.

Seuraavissa kappaleissa hieman yrittäjän omaa historiaa ja mistä yritys syntyi. Yrittäjällä on pitkä työkokemus ravintola-alalta. Yrittäjä oli töissä Härmän Kuntokeskuksessa kokkina kuusitoista vuotta ja loppuvuosina hän huomasi, että hän kaipasi jotain erilaista. Yrittäjä päätti irtisanoutua pitkäaikaisesta työpaikastaan ja kokeilla jotain uutta. Irtisanomisen jälkeen hänelle tarjottiin työpaikkaa naapurikunnassa, missä yrittäjä tarvitsi omistajaa korvaavaa työntekijää

sairaustapauksen vuoksi. Yritys toimi lounaskahvilana ja sivutoimena yrityksellä oli pitopalvelu. Tästä yrittäjällä lähtikin idea selvittää ollisiko markkinat Kauhavalla pitopalvelulle suotuisia. Yrittäjä selvitti tilanteen ja huomasi, että Kauhavalla ei ole kunnollista ja laadukasta pitopalvelua ja siitä se idea sitten lähti. Yrittäjä löysi yritykselleen tilat Kauhavan työväentalolta. Työväentaloissa on hänen mielestään todella paljon Suomen historiaa ja tilatkin ovat todella idylliset tällaiseen toimintaan.

Yrityksen perustaminen oli helppoa, koska yrittäjä oli suorittanut 45-vuotiaana Vaasan ravintolakoulussa hotelli- ja ravintola-alan esimiestutkinnon. Aluksi yrittäjä vuokrasi pelkästään keittiön, missä hän pystyi tekemään asiakkaiden tilaamia tuotteita. Yritys otti aluksi vain 10 000 euron lainan mikä investoitiin laitteisiin sekä kalusteisiin. Tämän jälkeen asiakkaita alkoi kiinnostaa onko yrityksellä mitään tiloja missä voisi järjestää omia juhlia ja tilaisuuksia. Niinpä yrittäjä päätti ottaa riskin ja vuokrata koko työväentalon. Riski kannatti, koska nykyään yrityksellä on käytössään iso sali mihin mahtuu 140 henkilöä ja baari mihin mahtuu 50 henkilöä. Nykyään pitopalveluyrityksellä on oheistoimintaa mitä ovat mm. karaokeillat, bluestapahtumat sekä tanssi-illat. Oheistoimintaan on vaikuttanut merkittävästi yrittäjän oma perhe. Perheen kiinnostus yritystä kohtaan on ollut todella suuri mikä on puolestaan auttanut yrityksen kehittymiseen. Yritys toimii pitopalveluna ja tilausravintolana. Asiakaspiiri on jatkuvasti laajentunut sekä tulosraporttien mukaan liikevaihto on noussut vuosittain tasaisesti eikä yrityksellä ole ollut tarvetta nostaa lisää lainaa toiminnan ylläpitoon ja investointeihin.

4 PITOPALVELUALAN KANNATTAVUUS

Porasen (2009, 9) mukaan kannattavuus tarkoittaa Nurmisen (2009) mielestä yksityisyrittäjälle käytännössä sitä, että kun liikevaihdosta vähennetään pakolliset menot niin sen jälkeen jää rahaa maksaa itselleen palkkaa. Pitopalvelut ovat yleensä yksityisiä mikroyrityksiä. Tällöin tuotteen kannattavuus on merkittävä yrityksen taloudellisen toimeentulon kannalta.

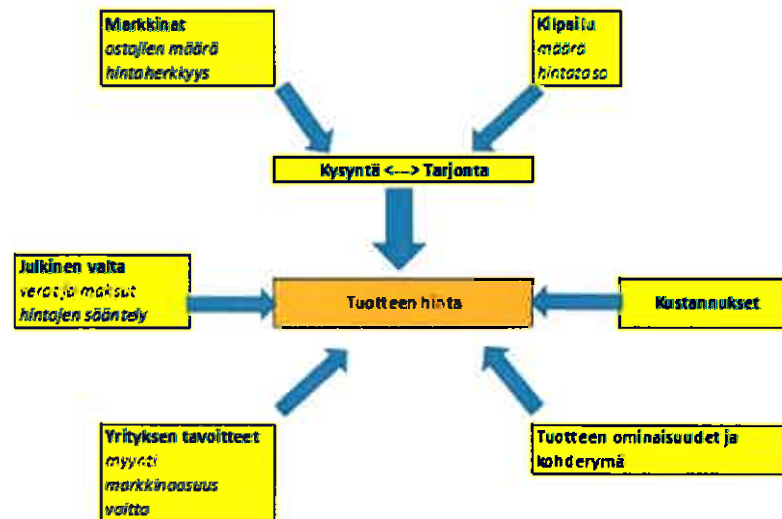
Yrityksen kannattavuus muodostuu kuluista ja tuloista. Yksinkertaisimmillaan yrityksen kannattavuus voidaan laskea vähentämällä tuotoista kustannukset. Tuloksen ollessa suurempi kuin nolla yritys saavuttaa tällöin voittoa, jos tulos on pienempi kuin nolla, yritys tuottaa tappiota. (Kinkki & Isokangas 2003, 135-136.)

Yritystoiminta on kannattavaa silloin, kun sen toiminnan tuotot ovat suuremmat kuin samalla aikajaksolla olevat kustannukset. Kannattavuutta mitataan ja seurataan tuloslaskennan avulla. Yksittäisen tuotteen kannattavuuden laskuun on todella tärkeä reagoida. Hätiköityjä päätöksiä ei kannata kuitenkaan lähteä tekemään vaan on konkreettisesti tärkeää analysoida miten merkittävä tämä tuote on yrityksen kannalta ja mistä kannattavuuden lasku mahtaa johtua. (Pörränen 2009, 9.)

Hinnoittelu

Hinnoittelu vaikuttaa olennaisesti yrityksen menestymiseen. Hinnoittelu on hinnan määrittämistä yrityksen tuotteelle. Hinnan on katettava tuotantokustannukset, ja siinä on myös otettava huomioon asetettu kannattavuustavoite ja sen saavuttaminen. (Eskola & Mäntysaari 2006, 45.)

Perinteisesti hinnoittelun lähtökohtana on pidetty kustannuksia, mutta nykyisin suomalaisissa yrityksissä ollaan siirtymässä markkinahinnoitteluun, jossa hinnoittelun perustana ovat kysyntä ja kilpailutilanne. Hinta vaikuttaakin monin tavoin kaupalliseen menestykseen. (Bergström & Leppänen 2009, 213.)



KUVIO 1: Tuotteen hintaan vaikuttavat tekijät (Bergström & Leppänen 2009, 219.)

Hinta on tuotteen arvon mittari ja muodostaja, kilpailuun, kannattavuuteen ja tuotteen asemointiin vaikuttava tekijä (KUVIO 1). Hinta osoittaa asiakkaalle tuotteen arvon. Jos yritys haluaa luoda tuotteelle laatumielikuvan, tulee sen näkyä myös hinnassa. Hintaa voidaankin käyttää tuotteen arvoa ja mielikuvaa kohottavan tekijänä. Jos tuotteen hinta on korkea, se saattaa rajoittaa tuotteen myyntiä. Jos hinta on liian matala, se saattaa ehkäisten toisten tulon samoille markkinoille jos ne eivät pysty yhtä edulliseen hintatasoon. Kannattavuuden kannalta hinta vaikuttaa väistämättä myynnin määrään ja tuottoon. Hintaa nostamalla parannetaan tuotteen kannattavuutta, jos se ei vaikuta tuotteen menekkiin negatiivisesti. Hinnan ollessa alhainen, voi myynnin määrä kasvaa, mutta kannattavuus voi huonontua. Hintapäätöksissä onkin otettava huomioon hinnan vaikutus sekä myyntimäärään että tuottoihin. Hinnan tulee olla tuotteen kohderyhmälle juurikin sopiva. Eri kohderyhmille saattaa sopia hyvin erilainen hintataso, vaikka kyse on samasta tuotteesta. (Bergström & Leppänen 2009, 213-214.)

Tuotteita hinnoiteltaessa on tavoitteiden ja kustannuksien lisäksi otettava huomioon yrityksen ulkopuoliset hinnoitteluun vaikuttavat seikat. Tuotetta hin-

noiteltaessa on ensisijaisesti otettava huomioon markkinatilanne ja yrityksen sisäiset tekijät, kuten tavoitteet ja kustannukset. Markkinat ovat perusta hintatason muodostumiselle. Yrityksen tuotteen markkinaosuuteen vaikuttavat yrityksen tavoitteet, myytävä tuote ja tuotteen kustannukset. (Mts. 214-215.)

Markkinoilla oleva kilpailu vaikuttaa hinnoitteluun, eli mitä enemmän tarjontaa on suhteessa kysyntään, sitä enemmän on painetta hintatason alentamiseen. Hinnoittelua tehdessään yrittäjän on tutkittava markkinoiden kokoa ja ostovoimaa, sekä kohderyhmän hintaherkkyyttä. Kilpailijoiden tuotteiden tuntemus on myös erittäin tärkeä tietää. Yrityksen on myös mietittävä omia tavoitteitaan tuotteen hinnoittelulle. Yrittäjän onkin hyvä tietää millainen imago halutaan luoda ja miten se saadaan hinnan avulla säilytettyä. Tuote on tärkeä ottaa huomioon hintaa määriteltäessä. Tuotteen ollessa erilaisempi muista kilpailijoiden tuotteista on sitä huomattavasti vapaammat kädet hinnoitella. Hinnan alarajan tuotteelle muodostaa kustannukset. (Mts. 214-215.)

4.1 Hinnoittelumenetelmät

Yritykset voivat käyttää tuotteen hinnan määrittelyssä kahdenlaista tapaa, kustannuksiin perustuva hinnoittelu ja markkinatilannehinnoittelu. Yleisimmät tavat kustannuksiin perustuvassa hinnoittelussa ovat omakustannus- ja katehinnoittelu. Markkinatilannehinnoitteluun vaikuttaa kysyntään ja kilpailuun perustuva hinnoittelu.

Tunnetuin kustannusperusteinen hinnoittelun apuväline on katetuottolaskenta. Katetuottohinnoittelun perusajatuksena on, että myyntituottojen pitää paitsi kattaa kaikki kustannukset myös jättää voittoa. Katetuottoa voidaan laskea koko yrityksen toiminnan kannalta tai yhden tuotteen kannalta. Laskettaessa katetuottoa myyntituotoista vähennetään muuttuvat kustannukset ja niistä muodostuu myyntikate. Tulos saadaan vähentämällä myyntikatteesta kiinteät kustannukset. (Mts. 219.)

Myyntituotot	(tuotteesta saatu tuotto)
- Muuttuvat kustannukset	(hankinta- ja valmistuskustannukset)
<hr/>	
= Katetuotto (myyntikate)	
- Kiinteät kustannukset	(esimerkiksi palkat, vuokrat ja mainonta)
<hr/>	
= Tulos	(pitää olla positiivinen, tällöin toiminta kannattavaa)

KUVIO 2: Katetuottolaskennan peruskaava (Bergström & Leppänen 2009, 219.)

Tuotteen hinnoittelua ei voida tehdä pelkän katetuottolaskennan perusteella markkinoinnillisesti. Oikea hinta ei nykyisen ajattelun mukaan ole vain se hinta, joka peittää kustannukset ja antaa kustannusten päälle tietyn katteen. Oikea hinta on se hinta, jonka asiakas on valmis tuotteesta maksamaan ja jolla asiakas kokee saavansa riittävän vastineen saamalleen rahalle. Tuotteella ei ole vain yhtä oikeaa hintaa: hinta on ajassa, markkinoilla ja asiakkaan silmissä. (Mts. 221-223.)

Tuotteen hintaa voi tarkastella asiakkaiden talouden ja tuotteen markkinoiden välisellä suhteella. Asiakkailla ollessa taloudellisesti vaikeampaa on hyvä lähteä tarkastelemaan, kuinka suureen osuuteen yrityksen kohderyhmää tämä taloudellinen tilanne vaikuttaa, jos tämä vaikuttaa suurimpaan osaan asiakkaista on hinnoittelussa uudelleen analysoinnin paikka. Puolestaan jos alueen markkinoille saapuu uusia yrityksiä mitkä alkavat kilpailemaan hinnalla on yrityksen myös tarkasteltava kuinka tämä vaikuttaa yrityksen kohderyhmään. Hintojen lasku ei ole aina oikea ratkaisu vaan yrityksen on seurattava tuotteen hintaherkkyyttä. Nykyaikainen hinnoittelu lähtee aina markkinatilanteesta.

4.2 Psykologinen hinta ja alennukset

Psykologisen hinnoittelun tavoitteena on tuoda tuote esille houkuttelevana. Useat ihmiset ajattelevat, että ”vähän alle”-hinnoittelu ei pure ja pitävät sitä asiakkaan aliarviointina. Psykologisella hinnoittelulla on kuitenkin selvä psykologinen tausta: ihminen melko automaattisesti ajattelee, että kyseisen tuotteen

oikea hinta on ollut "vähän alle"-hintaa selvästi korkeampi. (Bergström & Leppänen 2009, 226.)

Psykologinen hinta on yritykselle oiva tapa houkuttaa asiakkaita, ja psykologiseen hintaan on yrittäjän hyvä laittaa oma korotus, jos markkinat sen mahdollistavat. Prosentuaalinen hinnankorotus mahdollistaa yritykselle tuotteen hinnan neuvottelut. Hinnan ollessa esimerkiksi 10 euroa yritys saa vielä positiivisen tuloksen aikaiseksi. Hinnan puolestaan ollessa 12,90 euroa on yrityksellä tiedossa, että hintaa pystyy laskemaan 10 euroon ja kaikki se, mitä jää korkeimman ja alhaisimman hinnan välille, näkyy positiivisesti yrityksen kyseisen tuotteen tuloksessa. Alennuksia myönnettäessä on muistettava, että niistä tulee saada hyötyä enemmän kuin hinta alenee. Alennukset ja psykologinen hinnoittelu edistävät yhdessä yrityksen tulosta. (Mts. 226-227.)

Tavallisimmat alennusmuodot pitopalvelualalla ovat:

1. Käteisalennus
2. Uskollisuusalennus
3. Määräalennus
4. Ennakkotilausalennus
5. Noutoalennus

(Bergström & Leppänen 2009, 230.)

Hinnoittelu Pitopalvelu Kaija Suokossa

Hinnoittelu on toteutettu yleisesti katetuottolaskennan keinoin. Tuotteiden hinnat ovat lähinnä yrittäjällä itse tiedossa, mutta niitä ei ole saatu konkreettisesti paperille. Tuotteen hintaan yrityksessä vaikuttaa raaka-aineen laatu. Mietittäessä tuotteen hinnan kokonaisuutta on pääraaka-aine merkittävin hintaan vaikuttava tekijä. Kun raaka-aineiden kokonaishinta on laskettu, lasketaan raaka-aineiden valmistukseen kuluva aika. Keittiössä laskettujen kulujen jälkeen on laskettava, kuinka monelle asiakkaalle tilaus valmistetaan. Yrityksen katekerroin määrää tuotteelle lopullisen hinnan. Katekertoimeen vaikuttaa oleellisesti se, kuinka monelle tilaus tehdään.

5 RUOKALISTASUUNNITTELUUN VAIKUTTAVAT TEKIJÄT

Ruokalistasuunnitteluun kuuluu paljon erilaisia osa-alueita. Ruokalistan suunnitteluun vaikuttaa merkittävästi se, minkä tyyppinen ruokapalveluyksikkö on ja kenelle ruokaa valmistetaan ja minkälaiset yleiset tavoitteet organisaatiolla on. Esimerkiksi vanhusten palvelutalossa suunnitellaan ruokalista aivan eritavalla kuin ravintolassa. (Suominen 2004, 23.)

Tässä luvussa keskitytään siihen, millaiset seikat vaikuttavat pitopalveluyrityksillä ruokalistasuunnitteluun Pohjanmaan alueella. Pitopalvelun ruokalistan tulee olla todella selkeä, yksinkertainen ja ravitsemissuosituksia noudattava. Kun ruokalista on selkeä, on sitä helpompi lähteä kehittämään asiakkaan toiveiden mukaiseksi. Aluksi on kuitenkin hyvä kertoa hieman miten, ruoka päätyy toimittajalta pitopalveluun ja siitä asiakkaalle, koska tällöin on helpompi ymmärtää miksi jokainen aihealue on ruokalistasuunnittelussa tärkeää niin hinnoittelun kuin toimivuuden kannalta.

Asiakas on pyytänyt yritykseltä tarjouksen toteutettavasta tilaisuudesta ja asiakasta on miellyttänyt yrityksen antaman tarjous. Asiakas ottaa yhteyttä yritykseen ja sovitaan tapaaminen. Tapaamisessa sovitaan tuote ja neuvotellaan tuotteen lopullinen hinta. Tässä esimerkkitapauksessa asiakas on halunnut tilata omaan tilaisuuteensa ruokaa ja yhtenä osana ruokalistaa on porsaan ulkofilee.

Yritys on kilpailuttanut tavarantoimittajia sekä hinnan että laadun suhteen. Yritys on päätenyt siihen, että lihan yritykselle toimittaa lähialueen lihantoimittaja Snellman. Yrittäjä ottaa yhteyttä lihantoimittajaan ja tilaa yritykseltä kyseisen tuotteen. Pitopalvelu ilmoittaa lihantoimittajalle tilauksen yhteydessä, minä päivänä tuotteen pitää saapua ja kuinka paljon tuotetta tarvitaan. Lihantoimittaja ottaa tilauksen vastaan ja varmistaa asiakkaan tilauksen. Yrityksen luotamuksen tavarantoimittajaan pitää olla vanikka, koska raaka-aineiden saataavuus vaikuttaa yrityksen tuotteen valmistukseen.

Raaka-ainetilauksen saapuessa yritys tarkastaa tuotteen laadun ja määrän. Näiden ollessa kunnossa yrittäjä kuittaa tilauksen vastaanotetuksi rahtikirjaan ja tuotteen vastuu siirtyy yrittäjälle. Yrittäjä varmistaa, että kylmäketju ei katkea ja varastoi tuotteen kylmiöön.

Asiakkaan tilauksen ollessa ajankohtana lähempänä aloitetaan tuotteen esivalmistelut. Esivalmistelut ovat ennalta määriteltyjä tekoja mitä tuotteelle täytyy tehdä, että sitä voidaan hyödyntää ruokalistassa vastaavaan tuotteeseen. Esivalmistelut ovat tuotteen puhdistus ylimääräisistä jänteistä ja marinointi. Esivalmistelut tehdään yleensä päivää aikaisemmin lopullisen tuotteen valmistusta.

Asiakkaan tilauspäivänä alkaa tuotteen ruokalistan mukainen valmistus. Keittiötyöntekijä varmistaa toimivasta reseptiikasta mahdolliset sivutuotteet ja katsoo raaka-aineet valmiiksi. Tämän jälkeen keittiötyöntekijä katsoo kuinka monelle henkilölle ruoka valmistetaan tilausmääräyksestä ja katsoo annoskortin valmiiksi ruoanvalmistusta varten. Ruoan valmistuksessa on tärkeää, että noudatetaan reseptiikkaa, koska sillä varmistetaan tuotteen tasalaatuisuus. Kun ruoka on valmis, keittiötyöntekijä maistaa viimeistelyä tuotetta ja luovuttaa tuote salin työntekijöille. Salin työntekijät toimittavat tuotteen asiakkaalle noutopöytään ja huolehtivat salin siisteydestä ja noutopöydästä. Normaalisti tuotteita on kymmeniä, joten on erittäin tärkeä hallita kaikki yllä olevat vaiheet. Ruoka- ja ravitsemisalana on hyvä noudattaa ruokalistojen suunnittelussa terveellistä ruokavaliota ja siksi jokaisessa ruokalistasuunnittelussa on hyvä ottaa huomioon Suomen väestö ja sen yleisimmät ongelmat ravitsemuksen suhteen.

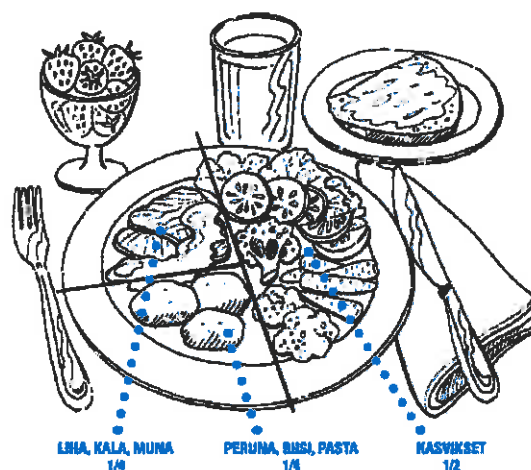
Asiakkaan ohjaaminen terveellisiin ruokailutapoihin

Suomalaiset ravitsemussuositukset ovat yksi osa ruokalistasuunnittelua ja siitä onkin hyvät lähtökohdat saada terveellinen ja toimiva ruokalista. Ravitsemussuositukset ovat tarkoitettu pääsääntöisesti arkiruokailuihin esimerkiksi lounas- ja päivällistoimintaan. (Lehtinen, Peltonen & Talvinen 2004, 95.)

Juhlatilaisuuksiin tehdyt ruoat ei välttämättä tarvitse täyttää ravitsemussuosituksia, koska onhan kyseessä sellainen ruoka mitä ei joka päivä nautita. Valtion ravitsemusneuvottelukunnan uudet ravitsemussuosituksukset julkistettiin vuonna 2005. Suositukset korostavat ruokavalion kokonaisuutta. Ravitsemussuosituksissa on otettu huomioon kansanterveydelliset ongelmat ja millä tavoin niitä voidaan ehkäistä ravitsemuksen kannalta. Ravitsemussuosituksien edellytykset ovat:

1. energian saannin ja kulutuksen tasapainottaminen
 2. tasapainoinen ja riittävä ravintoaineiden saanti
 3. kuitupitoisten hiilihydraattien saannin lisääminen
 4. puhdistettujen sokereiden saannin vähentäminen
 5. kovan rasvan saannin vähentäminen ja osittainen korvaaminen pehmeillä rasvoilla
 6. suolan (natriumin) saannin vähentäminen
 7. alkoholin kulutuksen pitäminen kohtuullisena
- (Suomalaisten ravitsemussuosituksukset 2005, 5.)

Yllä olevista kohdista 3-6 tulisi jokaisen suomalaisen ravitsemusalan yrityksen edes hieman kiinnittää huomiota, etenkin lounastoimintaa harrastavat yritykset. Yksinkertaisuudessaan nämä tarvittavat asiat toteutuvat noudattamalla lautasmallia.



KUVIO 3: Lautasmalli (Suomalaisten ravitsemussuosituksukset 2005, 36.)

Lautasmalli (KUVIO 3) on valtion ravitsemusneuvottelukunnan ohje hyvän aterian koostamiseen jonka puolet lautasesta täytetään kasviksilla, johon sisältyvät salaatti tai kypsät vihannekset, neljännes liha- tai kalaruualla eli ns. pääruoka ja neljännes pääruuan lämpimällä lisäkkeellä, joita ovat peruna, riisi tai pasta.

5.1 Pitopalvelun erityispiirteet

Pitopalvelun erityispiirteet ruokalistasuunnittelussa verrattuna muihin ravintola-alan aloihin ovat tarjoilutavat. Pitopalvelut voivat hoitaa tarjoilutapana *à la carte*, mutta ruokalistat ovat suunniteltu pääsääntöisesti noutopöytään eli buffettiin ja tilauksien hoito tapahtuu tilaustarjoiluna eli bankettitarjoiluna. Pitopalvelussa olevaa tarjoilua voisikin kuvailla buffetin ja bankettitarjoilun yhdistelmänä.

Buffetissa jokainen ruokalaji on omassa tarjoiluastiassaan ja asiakas valitsee ja annostelee lautaselleen haluamansa määrän ruokaa. Buffet voidaan tarjoilla yhtä hyvin päivällä kuin illalla. Asiakkaat hoitavat ruokailun buffetissa itsepalveluna. Itsepalvelusta on kyse silloin, kun asiakas ottaa ruokailuvälineet, astiat ja muun tarvitsemansa itsepalvelulinjaston alkupäähän sijoitetusta kattauksesta. Asiakas valitsee ruokansa itse, tai hänelle annostellaan pääruoka lisäkkeineen. (Lehtinen, Peltonen & Talvinen 2004, 92-93.)

Bankettitarjoilua käytetään palveltaessa asiakkaita, jotka ruokailevat samanaikaisesti tietylle henkilömäärälle ennalta tilatun aterian. Tapahtumasta tehdään tilausmääräys, johon kirjataan yksityiskohtaiset tiedot kaikista tilaisuuteen liittyvistä seikoista, kuten ruoista, juomista, erikoisruokavalioista jne. Tilausmääräys toimitetaan kaikkiin tarvittaviin työpisteisiin. Tilatut ruoat valmistetaan sovitun aikataulun mukaan ja ruoat tarjoillaan kaikille ruokailijoille samaan aikaan. (Lehtinen, Peltonen & Talvinen 2004, 92.)

Pitopalvelussa nämä kaksi tarjoilutapaa hyödyntävät toisiaan. Tilaustarjoilun määreet toteutuvat asiakkaan kanssa tapahtuvassa tilauskeskustelussa ja puolestaan itse tilaus toteutetaan noutopöytätarjoiluna. Asiakas pääsee itse vaikuttamaan noutopöydän sisältöön ja itse tapahtuman aikataulutukseen miten ruokailu tapahtuu. Pitopalveluyrittäjä ohjailee tilaisuuden suunnittelua ja kertoo kehitysehdotukset niin ruoan kuin ajankäytönkin suhteen. Ruokalistojen tuleekin olla erittäin muokkaukelpoisia. Asiakkaan on paljon helpompi miettiä omaa tilaisuuttaan ja antaa mahdollisia kehitysehdotuksia tapahtumaan ruoan suhteen. Ruokalistojen muokkaamisen voi myös laskea pitopalvelun erityispiirteeksi, koska muilla ravintola-alan aloilla ruokalistoja ei lähdetä muokkaan heti asiakkaan pyynnöstä. Muilla ravintola-aloilla tämä johtuu siitä, että toiminta ei ole tilausluontoista vaan yritykset joutuvat laskemaan asiakasmäärät erinäisten tilastojen mukaan. Ruokalistojen muokattavuus puolestaan asettaa haasteita ruokalistasuunnitteluun ja tuotteiden hintaan.

5.2 Reseptiikka

Ruokaohjeet ovat ruuanvalmistuksessa avainasemassa. Olipa kyse ravintolasta tai pitopalvelusta on kunnollinen ja toimiva ohje kokin tärkein työväline. Ruuan pitää pysyä tasalaatuisena riippumatta siitä kuka sen valmistaa. Toimiva reseptiikka mahdollistaa tuotteen kannattavuuden.

5.2.1 Annoskortti

Annoskorttia käytetään toiminnan suunnitteluun ja kannattavuuden seurantaan. Annoskorttia varten tarvitaan aputoimintoja, joita ovat esim. katetuoton ja varaston kierron tai erilaisten hävikkien seuranta. Tarkkailua varten laaditaan jokaisesta myytävästä ruoka-annoksesta annoskortti, joka perustuu ruoka-annoksista tehtyyn vakioituun ohjeeseen. Annoskortin avulla voidaan suunnitella ostoja ja myyntiä, seurata katetuottoa, hävikkiä ja varastoon sidottua pääomaa. (Lehtinen, Peltonen & Talvinen 2004, 83.)

Vakioitujen annoskorttien hyödyt pitopalvelussa:

- tasalaatuinen tuote, ei työntekijästä johtuvia poikkeamia
- **tasa**-arvoinen henkilökunta: kaikki osaavat valmistaa hyvän tuotteen
- turvallisuus: asiakas voi luottaa saavansa annoksensa aina laadultaan samanlaisena
- sitoutunut henkilökunta: ei vaadi esimiehen jatkuvaa valvontaa
- valmistuksen taloudellisuuden paraneminen

Annoskorttipohjia on kolmenlaisia ja jokaisella niistä on tärkeä osa kokonaisuuden kannalta. Annoskorttien rakentaminen alkaa laskentakortista, jossa huomioidaan painohäviöt, ostopainot, käyttöpainot ym. Annos on myös hinnoiteltu. Kortissa ei välttämättä käytetä valokuvaa eikä valmistusohjetta. Seuraavana tulee reseptikortti, johon on merkitty vain raaka-aineet, käyttöpainot ja valmistusohje. Kolmantena tulee esillepanokortti jossa on annoksen valokuva ja luettelo kaikista annoksen eri komponenteista sekä esillepano-ohje ja myyntihinta. (Lehtinen, Peltonen & Talvinen 2004, 83.)

5.2.2 VAKIOINTI

Vakioinnissa varmistetaan valmiiden reseptien ja niiden raaka-aineiden määrän oikeellisuus. Vakiointi mahdollistaa tasalaatuiset reseptit, joita noudattamalla pystytään takaamaan tuotteen tasalaatuisuus. Vakioidessa ruokaohjeita tulisi kiinnittää huomiota siihen miten siinä edetään. Toteutukseen kuuluvat muun muassa kokonaissuunnitelma, tavoitteet, aikataulut, henkilöstön osallistuminen, kustannusten ja tulevien säästöjen arviointi. (Suominen 2002, 31-32.)

Vakioinnin hyödyt ovat merkityksellisiä keittiön toiminnalle. Vakioitujen ruokaohjeiden avulla ohjeita pystytään suurentamaan ja pienentämään. Vakioitua reseptiikkaa pystytään hyödyntämään raaka-aineiden tilauksen pohjana. (Suominen 2002, 31-32.)

Pitopalvelu Kaija Suokolle on vakioitu jo yrityksen suosituimmat reseptit. Kyseinen alue ei ollut kehitettävänä työn aiheeseen nähden, mutta vakiointi on yksi tärkeä osa-alue reseptiikkaa ja siksi sisällytetty työhön.

6 TYÖN TOTEUTUS

Toimeksiantoa lähdettiin aluksi suunnittelemaan toimivasta reseptiikasta. Annoksia ei voida hinnoitella, jos ei tiedetä tuotteen oikeita määriä ja valmistuskuluja. Reseptiikan suunnittelun jälkeen selvitettiin tuotteille kustannuksiin perustuvien hinnoittelun keinoin. Tuloksien jälkeen alkoi yrityksen tuotteen hinnoittelu markkinahinnoittelun keinoin. Yrityksen markkina-alueella ei ole kovin paljon kilpailua, joten hinnoittelu tuotteelle voidaan toteuttaa pienin riskein.

Alaluvut ovat kuvailtu yhden tuotteen näkökulmasta, koska kyseinen tapa on selkein selvittää lukijalle, kuinka tuotteen hinnoittelu tapahtui. Viimeisissä luvuissa keskitytään asiakaskyselyn tuloksiin ja siihen, kuinka tulokset tulevat vaikuttamaan jatkossa pitopalvelun hinnoitteluun tuotteiden osalta.

6.1 Reseptiikan suunnittelu

Reseptiikka on pitopalveluyritykselle tärkeä kannattavuuden kannalta, koska sillä saadaan määritettyä oikeat raaka-ainemäärät ja vältetään turhia valmistusmääriä. Yksi kehityskohde yrityksessä oli kehittää toimiva reseptiikkapohja, jolla yritys voi jatkossa tehostaa omaa toimintaansa. Reseptiikkapohja nostaa yrityksen jälleenmyyntiarvoa huomattavasti. Yrittäjä on 56-vuotias, ja on erittäin tärkeää ajatella myös yrityksen arvoa ulkopuolisen näkökulmasta. Hyvällä reseptiikalla on helpompi toisen yrittäjän lähteä jatkamaan pitopalvelun toimintaa ja säilyttämään sen hetkiset asiakkaat.

Raaka-aineiden laskentataulukko

Aluksi kehitin yritykselle toimivan raaka-aineiden laskentataulukon excel-taulukko-ohjelmalla. Taulukon pitää olla mahdollisimman yksinkertainen ja helppokäyttöinen. Taulukon on oltava sellainen, että sitä ymmärtää niin yrittäjä kuin työntekijät. Yrittäjälle suunniteltiin laskentataulukko joka hyväksyttiin yrittäjällä.

Reseptien raaka-aine laskentataulukko

Sweet & Sour kanapata

Raaka-aine	Paino puhdistettuna	Kerroin	Tarvittava määrä
Broilerinleike	66 g	1	990,00 g
Sweet & Sour -kastike	30 g	1	450,00 g
Rypsiöljy	0,05 g	1	0,75 g
Paprika	66 g	1,1	1089,00 g
Potkkana	66 g	1,15	1138,50 g
Kesäkurpitsa	66 g	1,01	999,90 g
Sipuli	33 g	1,05	519,75 g
Soija-kastike	0,3 g	1	4,50 g
Mustapippuri	0,1 g	1	1,50 g
Suola	0,318 g	1	4,77 g
			0,00 g
			0,00 g
			0,00 g
Asiakkaita			15

TAULUKKO 1: Raaka-ainelaskentataulukko esimerkki

Taulukossa (TAULUKKO 1) on tuotu esille kohdat mitä siihen kuuluu täyttää. Kirjoita tuote tähän –kohtaan kirjoitetaan tuotteen eli annoksen nimi. Raaka-aineen alle kirjoitetaan raaka-aine, jota tuotteen valmistukseen tarvitaan. Paino puhdistettuna –kohtaan täytetään yhden asiakkaan vakioitu osuus raaka-aineista. Raaka-aineiden täytyy olla oikeina yksikköinä, koska muuten ei saada laskettua oikeaa määrää yhdelle asiakkaalle. Kerroin–kohta laskee raaka-aineen valmistushävikin. Kertoimen ollessa yksi ei valmistushävikkiä raaka-aineesta ole tullut. Kertoimen ollessa esimerkiksi 1,20 on raaka-aineen valmistushävikki 20 prosenttia. Kertoimen tulee laskea aina tarvittava määrä raaka-ainetilaukseen, jotta saadaan oikeat määrät raaka-aineita annoksen valmistukseen. Asiakkaita–kohta laskee asiakasmäärän ja se toimii tarvittavan määrän kertoimena. Seuraavalla sivulla on esimerkki valmiista raaka-aineiden laskentataulukosta. Esimerkistä näkee, kuinka taulukkoa tulee käyttää. Taulukosta puuttuvat täysin hinnat, koska raaka-aineiden hinnat muuttuvat jatkuvasti.

Annoskortti

Laskentataulukon jälkeen suunniteltiin yritykselle toimiva annoskorttipohja, johon voidaan hyödyntää laskentataulukon pohjaa. Myös annoskortin tulee olla todella selkeä, koska annoskortti on ohje, kuinka kyseinen annos tehdään. Valmistusohjeen alle kuvataan annoksen tekeminen vaihe vaiheelta. Seuraavalla sivulla on esimerkki pitopalvelulle luodusta annoskortista. (KUVIO 4)



Annoskortti

Sweet & Sour kananpata

Tämä kuva:

Raaka-aine	Määrä per henkilö	Määrä Yks.	
Paprikat	66	990,0 g	
Porkkanaa	66	990,0 g	
Sipuli	33	495,0 g	
Kesäkurpitsaa	66	990,0 g	
Broilerinleikettä	66	990,0 g	
Sweet & Sour kastiketta	30	450,0 g	
Rypsiöljy	0,9	äkl.	7,5 g
Soyjakastiketta	0,3	äkl.	4,5 g
Suolaa	0,318	tl.	4,8 g
Mustapippuri rouhe	0,1	tl.	4,5 g
Henkilömäärä			15

Valmistusohje

Puhdista vihannekset ja poista tarpeettomat osat vihanneksista. Leikkaa porkkanat ja keitä kiehuvassa vedessä melkein kypsiksi. Jäähdytä porkkanat kylmässä vedessä (jotta väri säilyy kirkkaana). Pieni paprika, kesäkurpitsa ja sipuli sopivan kokoisiksi lohkoiksi tai viipaleiksi.

Paista broilerin leikkeet pannulla ja lisää sweet & sour -kastike. Anna hautua 5min. Freesaa vihannekset erillisellä pannulla. Lisää joukkoon rouhittua mustapippuria ja suolaa.

Laita kaikki raaka-aineet uunivuokaan ja anna olla 200 asteisessa uunissa 15-20min. Lisää joukkoon vettä tarvittaessa. Täytetään keitetyin riisin kanssa.

KUVIO 4: Annoskortti pitopalvelulle

6.2 Tuotteen hinnan selvittäminen

Tuote on pitopalvelun tekemä metsästäjänleipä ja tässä luvussa kuvataan kuinka kyseiselle tuotteelle määriteltiin hinta yrityksen kustannuksiin perustuvan hinnoittelun tapaan.

Tuotteeseen kuuluu kolme osaa joita ovat porsaan ulkofileestä valmistettu metsästäjänleike, suppilovahveroista valmistettu kastike, leipä ja salaatti. Ensin selvitettiin tuotteen hinta muuttuvien kustannuksien kautta. Aluksi laskettiin tuotteeseen kuuluvien raaka-aineiden hinnat ja sen jälkeen tuotteen valmistukseen kuluva aika.

Asiakas tilasi tuotteita 43 asiakkaalle, ja sen mukaan raaka-aineet tilattiin tilaisuutta varten. Raaka-aineet valmistettiin kolmessa eri erässä. Ensimmäisessä erässä valmistettiin annokseen salaattit. Salaatin raaka-aineille kertyi hintaa 15 euroa. Raaka-ainemäärät yritys on vakioinut riittämään kyseiselle henkilömäärälle. Toisessa erässä valmistettiin annokselle kastike. Kastikkeen raaka-aineille kertyi hintaa 15 euroa. Kolmannessa erässä valmistettiin annoksen tärkein raaka-aine eli porsaan ulkofilee mistä valmistettiin metsästäjänleike. Metsästäjänleikkeen raaka-aineille kertyi hintaa kaiken kaikkiaan 56,90 euroa. Annokselle kertyi hintaa, kun laskettiin kaikkien erien raaka-ainekustannukset yhteensä. Kokonaishintaa raaka-aineiden osalta tuotteeseen kertyi 86,90 euroa.

$$15e + 15e + 57,90e = 86,90e$$

Raaka-ainekustannuksien jälkeen selvitettiin, kuinka kauan annokseen kuuluvien raaka-aineiden esivalmisteluun kului aikaa. Kyseiselle henkilömäärälle esivalmisteluihin kului aikaa kaksi tuntia. Yritys on laskenut työvoimakustannuksiin kuluvat kustannukset 30 euroa tunnilta. Tässä tapauksessa työvoimakustannuksia kertyi yritykselle 60 euroa. Annoksen esivalmisteluun yrityksellä kului rahaa yhteensä 146,90 euroa.

$$86,90e + 60e = 146,90e$$

Muuttuvien kustannuksien ollessa selvillä lisättiin esivalmisteluiden yhteis-
summaan yrityksen katekerroin, joka on yrityksellä ollut todella vaihtelevaa.
Tässä tilanteessa katekertoimeksi määriteltiin kolme, joka on yrityksen perus-
kate. Katekerroin on vaihdellut yleensä kolmen ja neljän välillä tilaisuudesta
riippuen. Tässä tilaisuudessa rajoitettiin asiakkaiden oleskelua aikamäärällä,
joten katekerroin jätettiin peruskatteen tasolle. Tuotteelle kate laskettiin las-
kemalla esivalmisteluiden kulut ja kerrottiin kulut katekertoimella. Lopulliseksi
hinnaksi kertyi 440,70 euroa. Edeltävä luku jaettiin asiakasmäärällä ja täten
saatiin asiakaskohtainen hinta tuotteelle. Annoksen absoluuttiseksi hinnaksi
tuli 10,20 euroa. Absoluuttinen hinta on hinta, jonka tuote on tullut markkinoi-
jalle maksamaan (Bergström & Leppänen 2009, 222).

$$146,90e \times 3 = 440,70e / 43 \text{ asiakasta} = 10,20e \text{ per asiakas}$$

Pitopalveluyritys on pääsääntöisesti hinnoitellut tuotteet kustannushinnoittelun
mukaan. Kyseisessä tilanteessa onkin erittäin tärkeää selvittää tuotteen arvo
asiakkaiden näkökulmasta. Yritys ei ole aikaisemmin selvittänyt tuotteilleen
hintaa markkinahinnoittelun keinoin. Tästä syystä päätettiin tehdä kohderyh-
män asiakkaille ruokailun jälkeen asiakaskysely. Pitopalvelun markkina-
alueella on minimaalisesti kilpailua, joten kyselyssä keskityttiin pääsääntöises-
ti tuotteen hintaan ja tuotteen ominaisuuksiin. Asiakaskyselyn avulla saadaan
tuotteelle selvitettyä asiakkaiden mieltämä hinta tuotteelle.

6.2.1 Asiakaskyselyn toteuttaminen

Asiakaskysely toteutettiin asiakaskohderyhmälle ruokailun jälkeen vuoden
2012 syksyllä. Asiakkaat tiesivät hinnan vasta asiakaskyselyn jälkeen. Lo-
makkeessa asiakkailta kysyttiin viisi kysymystä, joista kolme liittyivät tuotteen
ominaisuuksiin ja kaksi liittyi palvelun laatuun. Asiakkailta kysyttiin myös, että
mitä asiakas olisi valmis maksamaan kyseisestä annoksesta, annoksen olles-
sa metsästäjänleipä. Kyselylomakkeesta (LIITE 4) pystyy näkemään, että asi-
akkaat pääsivät arvostelemaan viisi kohtaa 1-4 asteikolla, jossa 1 on tyytymä-

tön ja 4 erittäin tyytyväinen. Lopuksi asiakkaille annettiin mahdollisuus myös kirjoittaa vapaasti kehitysehdotuksia pitopalvelulle.

Asiakkaille kerrottiin ennen kyselyyn vastaamista, että heidän tulee ainoastaan arvostella lautasella oleva annos ja miettiä sille heidän mielestään sopiva hinta. Arvosteltavaksi eivät kuuluneet ruokailun muut osa-alueet, ainoastaan annos itsessään. Asiakkaille oli hyvä selvittää kyselytilanteessa, mitä tulevat arvostelemaan, jotta tuotteelle saadaan selvitettyä mahdollisimman tarkasti tuotteen markkina-arvo asiakkaan näkökulmasta.

6.2.2 Asiakaskyselyn tulokset

Kysely suoritettiin Kauhavan Yrittäjänaiset ry:lle. Kaikki henkilöt sijoittuvat pitopalvelun markkinakohderyhmään. Kaikilta vastaajilta saatiin vastaukset, joten vastausprosentti oli 100. Kyselyn jälkeen vastaukset siirrettiin Excel-laskentaohjelmaan.

Asiakaskysely data

	K1	K2	K3	K4	K5	Hinta ehdotus?
Vastaja 1	4	3	3	3	4	1,4
Vastaja 2	4	3	4	3	4	12,0
Vastaja 3	4	4	4	3	3	1,2
Vastaja 4	4	4	4	3	3	12,5
Vastaja 5	3	4	3	3	4	5,5
Vastaja 6	3	4	3	3	3	1,3
Vastaja 7	4	4	4	4	4	12,0
Vastaja 8	4	4	4	2	4	11,9
Vastaja 9	4	4	3	3	3	1,6
Vastaja 10	4	4	3	3	3	1,0
Vastaja 11	4	3	4	3	4	1,4
Vastaja 12	4	4	4	4	4	1,2
Vastaja 13	4	4	3	3	4	1,3
Vastaja 14	4	4	4	3	4	11,9
Vastaja 15	4	4	4	3	4	1,2
Vastaja 16	4	3	3	3	3	1,3
Vastaja 17	3	3	3	3	3	1,1
Vastaja 18	4	4	4	3	4	12,5
Vastaja 19	4	3	4	3	3	12,0
Vastaja 20	4	4	4	4	4	1,6
Keskisarvo:	3,8	3,75	3,6	3,2	3,9	12,355

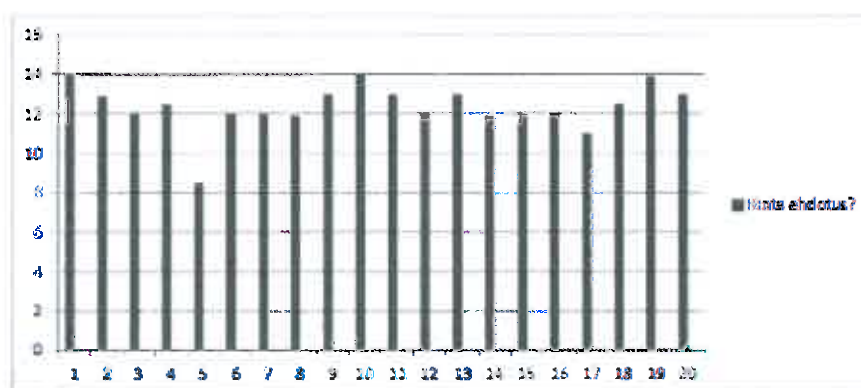
Kysely 1 (10)
 Kysely 2 (10)
 Kysely 3 (10)
 Kysely 4 (10)
 Kysely 5 (10)

Oliko tuoka määrästäni liian?
 Oliko annos kallis? sopiva?
 Minkä pidit ruoan mausta?
 Minkä mielestä annos/pitopalvelun hinnat?
 Minkä mielestä oliko palvelun laatu?

TAULUKKO 2: Asiakaskyselyn tulokset vastaajakohtaisesti

Taulukosta (TAULUKKO 2) pystyy näkemään kyselyn vastaukset ja siihen on kuvattu kyselyn kaikista osa-alueista keskiarvot. Kysely ei kuitenkaan kerro tuotteen todellista hintaa. Realistiseen tulokseen vaaditaan useamman sadan henkilön kysely, joilla tuotteisiin saataisiin mahdollisimman oikeanlainen tulos. Kyselyllä saatiin tuotteille suuntaa antavat markkina-arvot.

Tärkein asia kyselyn tuloksissa on asiakkaiden hinta ehdotus. Hinta ehdotuksella pystyttiin vertailemaan yrityksen ja asiakkaan asettamaa arvoa tuotteelle.



KUVIO 5: Asiakaskyselyn hintaehdotukset

Yllä olevista hintaehdotuksista (KUVIO 7) näkyvät tulokset olivat todella yllättävät pitopalvelun näkökulmasta. Asiakkaat näkivät kyseisen tuotteen huomattavasti arvokkaampana, kuin yritys. Pitopalvelu oli valmis hinnoittelemaan tuotteen kustannuslaskennan keinoin hintaan 10,90 euroa. Asiakkaat kuitenkin olivat valmiita maksamaan kyseisestä tuotteesta keskiarvoltaan 12,35 euroa. Ero yrityksen tuotteelle asettaman hinnan ja asiakkaan asettaman hinnan välillä oli 1,45 euroa. Tulos sai yrityksen miettimään tuotteelleen uutta hintaa, koska yrityksen ja asiakkaiden näkemys tuotteesta eivät kohdanneet. Tuloksen jälkeen mietittiin sopivaa tapaa, kuinka hinnoitella tuotteet oikein.

6.2.3 Hinnan määrittäminen tuotteelle

Hinnan määrittäminen tuotteelle aloitettiin laskemalla tuotteelle, miten kustannuksiin perustuva hinnoittelu saadaan muutettua asiakkaiden asettamaan hintaan. Ratkaisu saatiin kehittämällä kustannuksiin perustuvan hinnoittelun jälkeen tuotteelle ns. voittolisäkerroin. Kertoimella saatiin tuotteen hinta kohtaamaan asiakkaan näkemys hinnasta. Tässä tilanteessa tuotteelle asetettu kerroin on **1,135**. Tällä kertoimella saatiin tuotteen hinta kohtaamaan asiakkaiden asettama hinta. Yritys ei ollut aikaisemmin käyttänyt kyseistä menetelmää.

$$10,90e \times 1,135 = 12,37e$$

Yritys ei ole aikaisemmin ottanut hinnoittelussa huomioon toimintolaskentaa. Toimintolaskennassa tarkastellaan yrityksen eri toimintojen aiheuttamia kustannuksia. Esimerkki toimintojen aiheuttamista kustannuksista on, paljonko resursseja vie asiakkaan kanssa käytävä neuvottelu, tarjouksen tekeminen ja asiakkaan laskutus (Bergström & Leppänen 2009, 221). Yritykselle lasketulla kertoimella saatiin kumottua yllä olevat vaikutukset yrityksen tulokseen. Kerroin lisätään aina yksittäisen tuotteen kustannuksiin perustuvaan hintaan. Kerrointa pystytään hyödyntämään alustavasti kaikissa pitopalvelun ruokatuotteissa.

7 POHDINTA

Saavutin työni tavoitteet hyvin, sillä asiakas oli tyytyväinen reseptipohjaan ja tuotteen hinnoitteluun vaikuttavaan kertoimeen markkinoiden näkökulmasta. Yrittäjä uskoo, että tämän työn tuotokset tulevat nostattamaan yrityksen arvoa ja tuottavuutta merkittävästi.

Opinnäytetyöni aikana sain selkeän kuvan mitä hinnoittelussa pitää ottaa huomioon, kun asetetaan tuotteelle myyntihintaa ja kuinka toimiva reseptiikka vaikuttavaa pitopalvelun menestykseen. Aikaisempi työkokemus yrityksessä mahdollisti sen, että pystyin toimimaan tiiviissä yhteistyössä yrityksen omistajan kanssa ja pääsin seuraamaan läheltä yrityksen sen hetkisiä toimintoja. Yrittäjällä hyväksyttiin kaikki työn tuotokset.

Pitopalvelualasta ei juuri löytynyt kirjallisuutta, joten hyödynsin ravintola-alan kirjallisuutta johon yhdistin omaa tietämystäni ravintola-alasta ja pitopalvelualasta. Hinnoittelussa hyödynsin alan oppikirjoja ja kirjallisuutta, koska tietämykseni hinnoittelusta ei ollut niin vakaalla pohjalla.

Itselläni suurin haaste opinnäytetyön tekemisessä oli aika. Aika kävi vähiin, koska minulla ja aiemmalla opinnäytetyönohjaajallani oli täysin erilaiset näkemykset työni tarkoituksesta ja onnistumisesta. Tämä puolestaan aiheutti motivaation laskun työni tekemisessä. Mielestäni työn teoriaosuus olisi ollut vielä mielenkiintoisempi, jos olisin ehtinyt keräämään lyhyellä aikavälillä enemmän kirjallisuutta missä olisin voinut hyödyntää ammattilaisten erilaisia näkemyksiä. Lähdeaineiston hankkiminen ja rajoittaminen oli osittain hankalaa, mutta työni rakenteen hahmottuessa kirjoittaminen helpottui huomattavasti.

Opinnäytetyön aihevalinta oli oikea ratkaisu, josta olen hyötynyt suuresti ammatillisessa mielessä. Olen hyödyntänyt työssäni todella paljon omaa ammatitaitoa alalta ja olen verrannut omaa tietämystäni alan kirjallisuuteen. Työn tuomat haasteet ovat kasvattaneet tietämystäni alalla suuresti ja pystyn näkemään hinnoittelun tuomat haasteet entistä selkeämmin. Työni kautta toi-

meksiantaja on saanut hyödyllisiä ideoita tuotteidensa hintojen kehittämiseen ja tuotteiden valmistukseen. Asiakkaan saama hyöty opinnäytetyöstäni on pääsääntöisesti taloudellinen, sillä kaikki opinnäytetyössäni käytyt asiat vaikuttavat merkittävästi toimeksiantajan yrityksen menestymiseen.

Suosittelen, että toimeksiantaja alkaa hyödyntää yritykselle tuotettuja kaavoja ja kehittämään hinnoitteluaan jatkossa. Kyseiset keinot, joita yritykselle kehitin tulevat varmasti nostamaan yrityksen tuottavuutta ilman, että asiakkaat tästä kärsisivät. Ehdotan, että yritys keräisi jatkuvasti asiakkailtaan asiakaspalautetta, koska tämä mahdollistaa asiakastyytyväisyyden kasvun. Palautteiden avulla pystytään kehittämään yrityksen toimintaa ja saamaan tällä tavoin enemmän asiakasvirtaa yritykseen.

Työn lopputulokseen olen melko tyytyväinen. Työn kehittämis ehdotukset liittyvät lähinnä tietoperustan rajaamiseen, sillä tietoperusta jäi mielestäni osittain suppeaksi. Aiheeseen liittyvää kohdennettua aineisto löytyi todella niukasti, joten työssä joutui soveltamaan todella paljon oppikirjoista. Tästä johtuen lähteistä löytyy todella paljon oppikirjoja. Oppikirjat olivat ainoa keino hahmottaa ja yhdistää oikeanlaiset menetelmät pitopalveluun.

LÄHTEET

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13., uudistettu painos. Helsinki: Edita.

Eskola, A. & Mäntysaari, A. 2006. Menestys, kannattavuuden hallinnan perusteet. Helsinki: Otava

Immonen, P. & Nevala, R. 2003. Juhlakirja –juhlia, tapoja ja perinteitä. Helsinki: WSOY.

Kinkki, S. & Isokangas, J. 2003. Yrityksen perustoiminnot. 1. painos. Helsinki: WSOY.

Koivula, J. 2009. Pitopalvelutoiminnan ongelma-alueiden kartoitus. Opinnäytetyö. Satakunnan ammattikorkeakoulu, Liiketalous, matkailu ja kulttuuri, matkailun koulutusohjelma. Viitattu 16.10.2012.

[Http://publications.theseus.fi/handle/10024/3367](http://publications.theseus.fi/handle/10024/3367)

Lehtinen, M., Peltonen, H. & Talvinen, P. 2004. Ruoanvalmistuksen käsikirja. Helsinki: WSOY.

Määttä, S., Nuutila, J. & Saranpää, T. 2004. Juhlal palvelu: suunnittele ja toteuta. Helsinki: WSOY.

Poranen, U-M. 2009. Kannattavuus osana yrityskokonaisuutta. Opinnäytetyö. Pirkanmaan ammattikorkeakoulu, palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma. Viitattu 18.10.2012.

[Http://publications.theseus.fi/handle/10024/5038](http://publications.theseus.fi/handle/10024/5038)

Suokko, K. 2012. Omistaja. Pitopalvelu Kaija Suokko Tmi. Haastattelu 26.10.2012.

Suomalaiset ravitsemussuositukset. 2005. Viitattu 18.10.2012.

[Http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/attachments/vrn/ravitsemussuositus2005.fin.pdf](http://www.ravitsemusneuvottelukunta.fi/attachments/vrn/ravitsemussuositus2005.fin.pdf)

Suominen, M. 2002. Ruokalistasuunnittelun opas. Helsinki: Vanhustyön keskusliitto.

LIITE 2

Reseptien raaka-aine laskentataulukko

Kirjoita tuote tähän!

Raaka-aine	Paino puhdistettuna	Kerroin	Tarvittava määrä
	g	1	0,00 g
	g	1	0,00 g
	g	1	0,00 g
	g	1	0,00 g
	g	1	0,00 g
	g	1	0,00 g
	g	1	0,00 g
	g	1	0,00 g
			0,00 0
			0,00 0
			0,00 0
			0,00 0
			0,00 0
Asiakkaita			1

LIITE 3

**Annoskortti***Tuotteen nimi!!!**Tila kovalle*

Raaka-aine	Määrä per. henkilö	Määrä	Yks.
		0,0	g
		0,0	g
		0,0	g
		0,0	g
		0,0	g
		0,0	g
		0,0	g
		0,0	g
Henkilömäärä			50

Valmistusohje

Kirjoita valmistusohje tähän

LIITE 4

KYSELYLOMAKE ASIAKKAALLE

Arvostele ruoka seuraavan taulukon mukaan:

1 = Tyytymätön

2 = Osittain tyytyväinen

3 = Tyytyväinen

4 = Erittäin tyytyväinen

Kysymykset:

1. Oliko ruoka mielestäsi hyvää?	1	2	3	4
2. Oliko annoskoko sopiva?	1	2	3	4
3. Mitä pidit ruoan laadusta?	1	2	3	4
4. Mitä mieltä olet pitopalvelun tiloista?	1	2	3	4
5. Mitä mieltä olit palvelun laadusta?	1	2	3	4

Mitä olisit valmis maksamaan annoksesta? _____

Kehitysehdotukset ja vapaa sana: (valinnainen)

Asiakaskysely data

	K1	K2	K3	K4	K5	Hinta ehdotus?	
Vastaaaja 1	4	3	3	3	3	4	14
Vastaaaja 2	4	3	4	4	3	4	12,9
Vastaaaja 3	4	4	4	4	3	4	12
Vastaaaja 4	4	4	4	4	3	4	12,5
Vastaaaja 5	3	4	3	3	3	4	8,5
Vastaaaja 6	3	4	3	3	3	3	12
Vastaaaja 7	4	4	4	4	4	4	12
Vastaaaja 8	4	4	4	3	4	4	11,9
Vastaaaja 9	4	4	3	3	4	4	13
Vastaaaja 10	4	4	3	3	4	4	14
Vastaaaja 11	4	3	4	3	4	4	13
Vastaaaja 12	4	4	4	4	4	4	12
Vastaaaja 13	4	4	3	3	4	4	13
Vastaaaja 14	4	4	4	3	4	4	11,9
Vastaaaja 15	4	4	4	4	4	4	12
Vastaaaja 16	3	3	3	3	3	3	12
Vastaaaja 17	3	4	3	3	4	4	11
Vastaaaja 18	4	4	4	3	4	4	12,5
Vastaaaja 19	4	3	4	3	4	4	13,9
Vastaaaja 20	4	4	4	4	4	4	13
Keskiarvo:	3,8	3,75	3,6	3,2	3,9		12,355

Kysymys 1: (K1)

Oliko ruoka mielestäsi hyvää?

Kysymys 2: (K2)

Oliko annoskoko sopiva?

Kysymys 3: (K3)

Mitä pidit ruuan laadusta?

Kysymys 4: (K4)

Mitä mieltä olet pitopalvelun tiloista?

Kysymys 5: (K5)

Mitä mieltä olit palvelun laadusta?



