

Pihvi vaihtuu taas purilaiseen

ANTTI AIMO-KOIVISTO/LEHTIKUVA

Kustannukset kasvavat. Pikaruokapaikat pärjäävät huonossa taloustilanteessa muita ravintoloita paremmin.

Sanotaan, että hampurilaisten myynti kasvaa talouden laskusuhdanteen aikana. Snackyn toimitusjohtaja Jukka Nieminen pitää tätä kaupunkilegendana.

– Kyllä vaikeat ajat näkyvät meidänkin toiminnassamme niin, että enemmän pitää markkinoida, kun uutiset toittavat irtisanomisia. Myynti on pysynyt samana kuin edellisvuonna, kun taas edellisen taantuman aikaan vuonna 2008 se kasvoi, Nieminen kertoo.

Loppuvuodesta 2008 Hesburgerin perustaja Heikki Salmela kertoi Metro-lehdessä kiinnostaneensa huomiota yksittäisten päivien myynnin notkahdukseen: jopa hampurilaisten myynti väheni juuri ennen yleisimpiä palkkapäiviä. Tänä vuonna hän ei ole tehnyt samanlaista havaintoa.

Vuonna 2009 Hesburgerinkin myynti nousi.

– Pikaruokapaikat pärjäävät taantuman kourissa paremmin, koska tuotteet ovat hinta-laatu-suhteeltaan parempia, Salmela uskoo.

Vaikka talouskriisistä ei odoteta yhtä pahaa kuin vuonna 2008, kohdistuu ravintola-alalle kovia kustannuspaineita. Raaka-aineiden hinnat, erityisesti lihan hinta, ovat nousseet voimakkaasti. Sekä ruoan että alkoholin myyntiä koskevat arvonlisäverot nousevat ensi vuonna prosenttiyksiköllä. Tämä näkyy todennäköisesti ravintola-annosten hinnassa.

Samaan aikaan kuluttajan tilanne heikkenee. Vaikka työpaikka säilyisikin, ansiot eivät nouse yhtä nopeas-



Lihan hinnan ja arvonlisäveron nousu kirpaisevat pikaruokayrittäjiäkin.

Laskusuhdanne näkyy

”Vaikeat ajat näkyvät meidänkin toiminnassamme niin, että enemmän pitää markkinoida.”

Jukka Nieminen, Snackyn toimitusjohtaja

ti kuin viime vuosina, ja kulusveroihin tulee korotuksia.

Ravintola-ala seuraa yleistä talouden kehitystä hieman jälkijunassa. 2009 oli toimialalle synkkä vuosi.

– Matkailu- ja ravintolapalveluiden kysyntä laski kah-

deksan prosenttia, kertoo Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry:n toimitusjohtaja Timo Lappi.

Siihen nähden tuleva tilanne on valoisampi.

– Ruokamynti ravintoloissa kasvaa tänä vuonna 2–3 prosenttia, ensi vuonna ehkä prosentin, Lappi arvioi.

Monilla pikaruokapaikoilla menee paremmin. Scanburgerin omistava Mes Ravintolat on kasvattanut myyntiään vuoden alusta elokuun loppuun 7–8 prosenttia, kertoo Mes Ravintoloiden toimitusjohtaja Juha Porrassalmi.

Hesburger on Heikki Sal-

melan mukaan kasvattanut myyntiään Suomessa 4–5 prosenttia. McDonaldsin myynti kasvoi viime vuonna Suomessa reilusti, lähes 11 prosenttia. Pörssiyrityksenä McDonalds ei anna tietoja kuluvan vuoden myynnistä.

Useimpia hampurilaisravintoloita pyörittää pienyritystä franchising-periaatteella. Yrittäjille talouskriisi näyttäytyy nyt siten, että heidän on aiempaa vaikeampaa saada rahoitusta toiminnalleen.



TUULA TOIVIO

tuula.toivio@sanoma.fi

Pikkujouluja ei peruta

Useimmissa yrityksissä vietetään pikkujouluja edellisvuoden malliin. Helsingin suosituista pikkujoulupaikoista muun muassa Wanhan Kellarin omistavalla HOK-Elannolla varauskirjat ovat täyttyneet entiseen malliin.

– Perumisia voi tulla, mutta vielä sellaista ilmiötä ei ole

näkynyt, kertoo HOK Elannon ravintolatoiminnasta vastaava johtaja Jouko Heinonen.

– Niissä yrityksissä, joissa talouden tiukkeneminen on näkynyt, tarjoilu ei ole ehkä niin runsasta kuin hyvinä aikoina. Pikemminkin näin, kuin että peruttaisiin pikkujoulut, arvelee Matkailu- ja ra-

vintolapalvelut MaRa ry:n toimitusjohtaja Timo Lappi.

Kyselykierron muutamiin yt-neuvotteluista ilmoittaneisiin yrityksiin paljasti, ettei pikkujouluista ole vielä tehty päätöksiä. Metson henkilökunta viettää pikkujouluja omissa tiloissaan kuten aiempinakin vuosina. **TUULA TOIVIO**