

JULKAISUJA

1 • 2011

Ravintoloiden ruokapalveluiden alv-alennus ja hintakehitys vuonna 2010

Ari Peltoniemi • Johanna Varjonen



JULKAISUJA 1 • 2011

Ravintoloiden ruokapalveluiden alv-alennus ja hintakehitys vuonna 2010

Ari Peltoniemi • Johanna Varjonen



Kuluttajatutkimuskeskus, julkaisuja 1 • 2011

Ravintoloiden ruokapalveluiden alv-alennus ja hintakehitys vuonna 2010

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

Konsumentforskningscentralen, publikationer 1 • 2011

National Consumer Research Centre, publications 1 • 2011

Julkaisija / Utgivare / Publisher
Kuluttajatutkimuskeskus
Kaikukatu 3, 00530 Helsinki
PL 5, 00531 Helsinki
Puh. 010 605 9000
Faksi (09) 876 4374
www.kuluttajatutkimuskeskus.fi

Kannen valokuva: Elja Niiranen

ISSN 0788-5415

ISBN 978-951-698-235-2 (nid.)

ISBN 978-951-698-236-9 (pdf)

TIIVISTELMÄ

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

Ravintoloiden ruokapalveluiden alv-alennus ja hintakehitys vuonna 2010

Ruokapalveluiden arvonlisävero aleni Suomessa vuoden 2010 heinäkuussa 22 prosentista 13 prosenttiin. Tutkimus selvittää ravintoloiden ruokapalveluiden hintojen kehitystä vuoden 2010 toukokuusta syyskuuhun eri puolilta maata kootun hintaseuranta-aineiston avulla. Tutkimuksessa tarkastellaan, miten arvonlisäveron alennus siirtyi ruokapalveluiden kuluttajahintoihin. Lisäksi ravintoloiden toteutuneiden hintamuutosten perusteella esitetään laskennallisia arvioita arvonlisäveron muutoksen välittömistä vaikutuksista ruokapalveluiden kysyntään.

Hintakeräykset osoittivat, että vuoden 2010 heinäkuussa voimaan tullut arvonlisäveron alennus laski ruokapalveluiden kuluttajahintoja koko toimialalla keskimäärin 4,1 prosenttia. Hintaseurannan mukaan Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n jäsenravintoloissa hinnat laskivat keskimäärin 5,7 prosenttia. Muissa eli järjestäytymättömissä ravintoloissa hinnat putosivat keskimäärin 1,8 prosenttia.

Arvonlisäveron alennus siirtyi ravintoloiden kuluttajahintoihin parhaiten ketjuihin kuuluvissa kahviloissa, liikenneasemaravintoloissa ja ketjupizzerioissa. Hinnat laskivat ainakin jonkin verran kaikissa ravintolatyypeissä lukuun ottamatta järjestäytymättömiä ketjuihin kuulumattomia pizzeriatyyppisiä ravintoloita. Niissä arvonlisäveron alennuksen vaikutuksen näkymättömyys voi johtua ainakin osittain siitä, että informaatio arvonlisäveron alentamisesta ei tavoittanut yrittäjiä tarpeeksi hyvin tai sitten sitä ei osattu tulkita oikein.

Eri ravintolatyypit voivat arvonlisäveron alennuksen hintoihin parhaiten niissä ravintola-annoksissa, jotka edustavat kunkin ravintolatyypin ominta toiminta-alueita. Esimerkiksi ketjukahviloissa alv:n alennus siirtyi erityisen hyvin kahvin, erikoiskahvin ja suolaisen kahvileivän hintoihin.

Arvonlisäveron yhdeksän prosenttiyksikön alennuksesta seurasi tutkimuksen hintaseurannan tuottamien tulosten perusteella keskimäärin 4,1 prosentin lasku ruokapalveluiden kuluttajahintoihin. Tämä merkitsee hintajoustoperusteella 4,2 prosentin kasvua ruokapalveluiden kysyntään. Laskennallisesti välittöminä vaikutuksina ruokapalveluiden kokonaismyynti lisääntyy tällöin vähintään 150 miljoonalla eurolla ja vastaavasti ruokapalveluiden työpaikkojen kokonaismäärä kasvaa 2 000–2 200 kappaleella.

Arvonlisäveron alennuksen lisäksi myös muut seikat vaikuttavat ravintola-alan myyntiin ja työllisyyteen myönteisesti. Tällaisia kodin ulkopuolella tapahtuvan syömisen osuutta ruoan kokonaiskulutuksesta lisääviä tekijöitä ovat ainakin ruokailutottumusten muutokset, nuorempien ikäluokkien ulkona ruokailun yleisyys sekä yleinen elintason nousu.

Asiasanat

Ravintolat, ruokapalvelut, arvonlisävero, hintakehitys, kysyntä

SAMMANDRAG

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

Momssänkningen på restaurangernas mattjänsterna och prisutvecklingen 2010

I Finland sänktes mervärdesskatten på mattjänster från 22 procent till 13 procent i juli 2010. En undersökning följde upp prisutvecklingen på restaurangernas mattjänster med hjälp av data som samlades in på olika håll i landet från maj till september 2010. I undersökningen granskas hur sänkningen av mervärdesskatten överfördes till konsumentpriserna på mattjänster. Utifrån de prisändringar som restaurangerna genomfört presenteras dessutom beräkningar på de direkta effekterna på efterfrågan på mattjänster till följd av momsändringen.

Insamlingen av prisuppgifter visar att sänkningen av mervärdesskatten, som trädde i kraft i juli 2010, sänkte konsumentpriserna på mattjänster inom hela branschen med 4,1 procent i snitt. Prisuppföljningen visar att priserna i de restauranger som är medlemmar i Matkailu- ja Ravintolapalvelu MaRa ry sjönk med 5,7 procent i snitt. I de övriga, dvs. de oorganiserade restaurangerna, sjönk priserna med 1,8 procent i snitt.

Momssänkningen överfördes bäst till restaurangernas konsumentpriser i kaféer, trafikrestauranger och pizzerior som hör till någon kedja. Priserna sjönk åtminstone i någon mån i alla restaurangtyper utom i de oorganiserade restaurangerna av pizzeriatyp som inte hör till någon kedja. I dessa fall kan den uteblivna effekten av momssänkningen åtminstone delvis bero på att informationen om momssänkningen inte gick fram tillräckligt tydligt eller att den inte tolkades rätt.

I de olika restaurangtyperna överfördes momssänkningen bäst till priserna i de restaurangportioner som representerar respektive restaurangs typiska verksamhetsområde. Till exempel i de kaféer som hör till kedjor överfördes momssänkningen särskilt väl till priset på kaffe, specialkaffe och salt kaffebröd.

Undersökningsresultaten från prisuppföljningen visar att momssänkningen på nio procentenheter ledde till en sänkning på i genomsnitt 4,1 procent av konsumentpriserna på mattjänster. På grund av priselasticiteten innebär detta att efterfrågan på mattjänster ökade med 4,2 procent. Kalkylmässigt innebär detta i form av direkta effekter att totalförsäljningen av mattjänster ökar med minst 150 miljoner euro och på motsvarande sätt att antalet arbetstillfällen totalt inom sektorn mattjänster ökar med 2 000–2 200 stycken.

Utöver momssänkningen hade även andra faktorer en gynnsam effekt på försäljningen och sysselsättningen inom restaurangbranschen. Åtminstone de ändrade matvanorna, ökat ätande ute i de yngre åldersklasserna och den allmänna höjningen av levnadsstandarden är faktorer som bidrar till att öka den andel av matens total konsumtion som sker utanför hemmet.

Ämnesord

Restauranger, mattjänster, mervärdesskatt, prisutveckling, efterfrågan

ABSTRACT

Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen

The VAT reduction and price development of restaurants' food services in 2010

In July 2010, VAT on food services was lowered in Finland from 22 to 13 per cent. This study examines the price development of food services based on price monitoring data gathered from different parts of the country. The study looks at how the VAT decrease was passed on to the consumer prices of food services. Furthermore, based on real changes in food service prices, the study presents computed estimates of the immediate effects of the VAT decrease on food service demand.

Price comparisons proved that the VAT decrease, which took effect in June 2010, was followed by an average drop in consumer prices of about 4.1 per cent throughout the catering industry. The price monitoring results show that the restaurants that are members of Mara, the Finnish Hospitality Association, slashed their prices by an average of 5.7 per cent. Other – or non-union – restaurants reduced their prices by an average of 1.8 per cent.

Establishments more likely to pass the VAT reduction to their prices were typically members of cafe or pizzeria chains or gas station restaurants. Overall, prices fell at least somewhat in all restaurant categories except for non-union, non-chain restaurants, typically pizzerias. Their failure to make the VAT reduction visible in their prices may be partly attributed to inadequate information on the VAT reduction or information incorrectly interpreted.

Surveyed by category, restaurants were more likely to pass on the VAT reduction to those food portions that best represented the restaurants' business idea. For instance, cafes that were members of a chain were exemplary in passing on the VAT reduction to the prices of coffee, specialist coffee, and savory pastries.

The price monitoring data of the study indicates that a nine percent reduction in VAT led to an average of 4.1 per cent reduction in the food service consumer prices. This translates on the grounds of price elasticity into a 4.2 per cent rise in demand for food services. A calculated, immediate effect in the catering industry is an EUR 150 million growth in total sales, which corresponds to 2,000–2,200 more jobs across the industry.

In addition to the VAT reduction, other factors are contributing to favourable sales and improved employment figures in the catering business. Such factors that, in combination, increase the ratio of food eaten outside the home in relation to total food consumption include at least changes in eating habits, a growing tendency of the younger generation to eat out, and a general rise in living standards.

Key words

Restaurants, food services, value-added tax, price development, demand

ESIPUHE

Suomen hallitus päätti vuoden 2009 elokuussa laskea ravintoloiden ruokapalveluiden arvonlisäveroa yhdeksällä prosenttiyksiköllä 22 prosentista 13 prosenttiin vuoden 2010 heinäkuusta alkaen. Tavoitteena oli saada ruokapalveluille sama arvonlisävero kuin elintarvikkeille. Suomessa sekä poliittiset päätöksentekijät että kuluttajat ilmaisivat kiinnostuksensa siihen, miten tämä alennus siirtyisi ravintolaruoan hintoihin. Veronalennuspäätöksen jälkeen, vuoden 2009 syksyllä Kuluttajatutkimuskeskus laati suunnitelman ravintoloiden ruokapalveluiden hintaseurannasta.

Tutkimus selvittää ravintoloiden ruokapalveluiden hintojen kehitystä vuoden 2010 toukokuusta syyskuuhun eri puolilta maata kootun hintaseuranta-aineiston avulla. Tutkimuksessa tarkastellaan arvonlisäveron alennuksen siirtymistä ruokapalveluiden kuluttajahintoihin. Poliittisen päätöksenteon arvioinnissa Kuluttajatutkimuskeskus arvioi kuluttajavaikutusten lisäksi myös vaikutuksia palvelurakenteen kehitykseen. Siksi ravintoloissa toteutuneiden hintamuutosten perusteella esitetään laskennallisia arvioita arvonlisäveron muutoksen vaikutuksista ruokapalveluiden kysyntään. Arvonlisäveron alennuksen lisäksi luonnollisesti myös monet muut seikat vaikuttavat ravintola-alan myyntiin ja työllisyyteen.

Tutkimus on tehty Kuluttajatutkimuskeskuksen ja Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n yhteisrahoituksella. Kuluttajatutkimuskeskus vastasi tutkimuksen toteutuksesta itsenäisesti. MaRa ei osallistunut millään tavoin tutkimuksen suunnitteluun eikä myöskään käytännön toteutukseen.

Tutkimusta ei olisi ollut mahdollista toteuttaa ilman useiden alan asiantuntijoiden apua. Merkittävinä asiantuntija-apua ja julkaisematonta tietoa antoivat MaRa ry:n tutkimuspäällikkö Heikki Lankinen sekä Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto Valviran tietohallintopäällikkö Lennart Wahlfors. Hintakeräysten onnistuneesta ja asiantuntevasta toteutuksesta vastasivat aluehallintovirastot ja Ahvenanmaan valtionvirasto. Hintatietojen keräykseen osallistui myös Kuluttajatutkimuskeskuksen henkilöstöä. Tutkimuksen toteutusta on valvonut asiantunteva ja aktiivinen ohjausryhmä, johon ovat kuuluneet Timo Lappi ja Heikki Lankinen MaRa ry:stä, Pekka Heikkilä Haaga-Helia ammattikorkeakoulusta, Sinikka Turunen (31.12.2010 saakka) ja Jyrki Konola (1.1.2011 lähtien) Kuluttajaliitosta, Marit Nieminen Ravintolakoulu Perhosta, Timo Rauhanen Valtion taloudellisesta tutkimuslaitoksesta sekä Petri Malinen valtiovarainministeriöstä. Kuluttajatutkimuskeskus esittää parhaimmat kiitokset kaikille tutkimuksen toteutusta edesauttaneille tahoille.

Aineistojen analysoinnista ja raportin kirjoittamisesta ovat vastanneet Kuluttajatutkimuskeskuksen erikoistutkijat Ari Peltoniemi ja Johanna Varjonen, joiden työpanoksesta ja asiantuntemuksesta tutkimuskeskus esittää suuret kiitokset.

Helsingissä huhtikuussa 2011

Anu Raijas
tutkimuspäällikkö
Kuluttajatutkimuskeskus

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	RUOKAPALVELUIDEN VEROMUUTOKSET.....	3
2.1	Ruokapalveluiden arvonlisäveron muutoksen laskennallinen vaikutus hintoihin.....	3
2.2	Ruokapalveluiden arvonlisäverokannat Euroopan unionin alueella	4
3	RAVINTOLOIDEN HINTASEURANTA.....	6
3.1	Aineisto- ja menetelmäkuvaus.....	6
3.2	Ravintoloiden ruokapalveluiden hintakehitys.....	10
3.3	Ravintolatyypeittäin hintakehitys	11
3.4	Hintakehitys erilaisissa ravintola-annoksissa ja eri alueilla	13
3.5	Anniskeluravintoloiden hintakehitys	17
4	RAVINTOLA-ALA ENNEN JA JÄLKEEN VEROMUUTOKSEN	19
4.1	Ravintola-alan taloudellisia tunnuslukuja	19
4.2	Arvonlisäveron muutoksen vaikutus ruokapalveluiden kysyntään	24
5	YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET.....	30
	LÄHTEET	33
	LIITE 1	

KUVALUETTELO

KUVA 1. Ruokapalveluiden alv-kannat EU:ssa 1.1.2011.	6
KUVA 2. Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien sekä ravitsemispalvelujen kulutusmenojen osuus (%) kotitalouksien kaikista kulutusmenoista 1990–2009.	21
KUVA 3. Hotelli- ja ravintolahintojen vuosimuutos vanhoissa EU-maissa sekä Baltian maissa helmikuusta 2010 helmikuuhun 2011.	22
KUVA 4. Ravintoloiden ruokapalveluiden ja kaupan ruokamyynnin kuukausittainen hintakehitys 2009–2011 (tammikuu 2009 = 100).	23
KUVA 5. Ruokapalveluiden arvonlisäverokannat EU:n jäsenmaissa (Euroopan komissio 2011) ja ravintola-palvelujen (sisältää alkoholijuomat) osuus (%) kotitalouksien kaikesta ruoan ja juomien (sisältää alkoholijuomat) kulutuksesta EU:n jäsenmaissa.	29

TAULUKKOLUETTELO

TAULUKKO 1. Hintaseurannan ruokapalveluiden tuoteryhmittely ja tuoteryhmille annettujen painojen prosentuaaliset osuudet koko ruokapalveluiden hyödykeryhmästä.	9
TAULUKKO 2. Hintakeräyksen kohteina olleiden ravintoloiden lukumäärä, hintahavaintojen lukumäärä, hintojen muutosprosentit sekä toteutunut hintamuutos prosentteina hinnanalennusvarasta.	10
TAULUKKO 3. Take away -hintojen painottamaton muutos (%) eri ravintolatyypeissä koko toimialalla.	11
TAULUKKO 4. Hintaseurannan ravintolatyyppit ja niiden lukumäärät.	12
TAULUKKO 5. Hintojen painottamaton muutos (%) eri ravintolatyypeissä koko toimialalla (kaikki), MaRan jäsenravintoloissa ja muissa ravintoloissa.	12
TAULUKKO 6. Yleisimmät tuotteet eri ravintola-annosten pääryhmissä.	13
TAULUKKO 7. Eri ravintola-annosten painottamattomat hintamuutokset (%) koko ravintola-alalla (kaikki) ja eri ravintolatyypeissä.	15
TAULUKKO 8. Hintakeräyksissä mukana olleiden ravintoloiden jakautuminen eri aluehallintovirastojen ja Ahvenanmaan valtionviraston alueilla.	16
TAULUKKO 9. Majoitus- ja ravitsemistoiminnan tuotoksen jakautuminen (%) vuonna 2007.	20
TAULUKKO 10. Ravintola-alan kokonaismyynnin arvon (mrd. euroa) jakautuminen anniskeluravintoloissa*, kahviloissa/pikaruokaravintoloissa** ja henkilöstöravintoloissa** vuonna 2009.	26
TAULUKKO 11. A- ja B-luvan anniskeluravintoloiden kokonaismyynnin rakenne (%) tuoteryhmittäin 2000-luvulla.	26
TAULUKKO 12. Ruokapalveluiden (ruoka ja alkoholittomat juomat) laskennallinen osuus ravintola-alan myynnistä.	27
TAULUKKO 13. Ruokapalveluiden myynnin ja työllisten arvioitu lisäys, kun kysynnän kasvu on 4,2 prosenttia.	28

1 JOHDANTO

Euroopan unionin (EU) jäsenyyden alusta alkaen kaupoissa myytävien elintarvikkeiden ja ravintoloiden ruokapalveluiden¹ arvonlisäverokannat ovat Suomessa olleet eri tasoilla. Elintarvikkeiden ja ruokapalveluiden toisistaan poikkeavat verokannat aiheuttivat ennen arvonlisäverokantojen yhtenäistämistä toisinaan ongelmia.

Kaupoissa myytäviin elintarvikkeisiin sovellettiin vuoden 2009 lokakuuhun saakka 17 prosentin alennettua verokantaa. Jos hyödyke luovutettiin tarjoilutoiminnan yhteydessä ja se oli tarkoitettu nautittavaksi paikan päällä, oli sen vero 22 prosenttia. Pakattujen ruoka-annosten myynnistä suoritettiin veroa alemman verokannan mukaan, jos ruoka-annosta ei nautittu paikan päällä, vaan se ostettiin mukaan otettavaksi. Myös itsepalveluna järjestettyä tarjoilutoimintaa ja pitopalvelutoimintaa (catering) verotettiin aiemmin tarjoilutoimintana eli siitä suoritettiin 22 prosenttia veroa.

Ruokapalveluiden arvonlisäveron asettamista samalle tasolle kaupassa myytävän ruoan kanssa perusteltiin muun muassa sillä, että ruokapalvelut saisivat tasa-arvoisen aseman kauppojen ateriomyynnin kanssa. Kauppojen valmisruokatiskiltä ostettua ruokaa pidetään usein läheisenä substituuttina ravintolaruoalle, joten kuluttaja voi korvata ravintolassa nautitun annoksen kaupasta ostetulla ruoalla. Ruokapalveluiden arvonlisäverokannan laskemisen nähtiin olevan tärkeää ravintoloiden kilpailuedellytysten ja työpaikkojen säilymiselle.

Suomen hallituksen vuoden 2008 syksyllä tekemän päätöksen mukaisesti elintarvikkeiden arvonlisäveroa (alv) laskettiin 17 prosentista 12 prosenttiin vuoden 2009 lokakuun alusta alkaen (HE 114/2008). Siten elintarvikkeiden ja ruokapalveluiden arvonlisäverokannan välinen ero kasvoi tuolloin kymmeneen prosenttiyksikköön. Suomessa esitettiin useita arvioita siitä, että tämä arvonlisäverokantojen ero vääristäisi kaupoissa myytävän ruoan ja ravintolaruoan välistä kilpailua. Lisäksi pelättiin, että ravintola-alan kannattavuus heikkenisi ja harmaan talouden määrä lisääntyisi.

Euroopan unionin jäsenvaltioiden arvonlisäverojärjestelmää säädellään marraskuussa 2006 annetulla direktiivillä yhteisestä arvonlisäverojärjestelmästä (Euroopan komissio 2006). Direktiivin mukaan unionin jäsenvaltiolla voi olla korkeintaan kaksi alennettua verokantaa erikseen mainittuihin ryhmiin kuuluvissa hyödykkeissä. Elintarvikkeet kuuluivat näihin hyödykkeisiin, mutta ruokapalvelut eivät. Ruokapalveluiden arvonlisäverokannan alentaminen edellytti poikkeuslupaa EU:lta.

Vuoden 2009 kesäkuussa tuli voimaan direktiivi (Euroopan komissio 2009), jonka mukaan EU:n jäsenvaltiot voivat halutessaan soveltaa ruokapalveluihin yleisen arvonlisäverokannan sijasta alennettua arvonlisäverokantaa. Suomen hallitus päättikin vuoden 2009 elokuussa nostaa yleistä arvonlisäverokantaa yhdellä prosenttiyksiköllä vuoden 2010 heinäkuusta alkaen. Samanaikaisesti päätettiin käyttää uuden direktiivimuutoksen antamaa mahdollisuutta laskemalla ruokapalveluiden arvonlisäveroa yhdeksällä prosenttiyksiköllä 22 prosentista 13 prosenttiin. Siten vuoden 2010 heinäkuun alusta alkaen elintarvikkeiden, mukaan otettavan ruoan (take away -ruoan) ja ravintolaruoan alv on ollut samalla tasolla eli 13 prosentissa (HE 137/2009).

Suomessa kampaamo- ja parturialalla aiemmin toteutetun arvonlisäveron alennuksen laskennallisesta vaikutuksesta siirtyi Kososen (2010) tutkimuksen mukaan vain noin puolet kuluttajajahintoihin (kts. myös Tilastokeskus 2011). Tähän on yhdeksi syyksi epäilty sitä, että veron siirtymistä hintoihin ei seurattu tutkimuksen avulla tarpeeksi perusteellisesti eikä myöskään median seuranta toimialan käyttäytymisestä ollut kovin aktiivista. Kyseessä on myös hyvin työvaltainen ja heterogeeninen ala, jossa paikallinen kilpailu on tiukka.

¹ Tässä tutkimuksessa ruokapalveluilla tarkoitetaan ravintolassa nautittua ruokaa ja alkoholittomia juomia. Ravintolapalveluihin voi sisältyä ruokapalveluiden lisäksi myös alkoholijuomat.

Elintarvikkeet ovat kaikille kuluttajille välttämättömiä hyödykkeitä, joten niiden hinnat kiinnostavat lähestulkoon kaikkia ihmisiä. Elintarvikkeiden arvonlisäveron alennuksen siirtymistä kuluttajahintoihin seurattiinkin hyvin yksityiskohtaisesti Kuluttajatutkimuksen hintaseurantatutkimuksen (Peltoniemi ja Varjonen 2010), median ja kuluttajien kautta. Elintarvikkeiden veroalennus siirtyikin hyvin kuluttajahintoihin, sillä niiden hinnat laskivat veronalennuksen tultua voimaan keskimäärin 5,7 prosenttia vuoden 2009 syyskuusta lokakuuhun (Peltoniemi ja Varjonen 2010).

Sektoritutkimuslaitoksena Kuluttajatutkimuskeskuksen keskeiset tavoitteet poliittisen päätöksen arvioinnissa liittyvät erityisesti kuluttajavaikutusten, mutta myös palvelurakenteen kehityksen arviointiin. Osana tätä painopistealuetta Kuluttajatutkimuskeskus julkaisi vuoden 2010 maaliskuussa tutkimuksen ”Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys: hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa määrittäviin tekijöihin” (Peltoniemi ja Varjonen 2010) sekä vuoden 2011 helmikuussa tutkimusraportin ”Elintarvikkeiden hintakehitys ja elintarvikemarkkinat vuosina 2008–2010” (Peltoniemi ja Varjonen 2011).

Suomessa sekä poliittiset päätöksentekijät että kuluttajat ilmaisivat kiinnostuksensa siihen, miten ruokapalveluiden arvonlisäveron alennus siirtyy ravintolaruoan hintoihin. Julkisessa keskustelussa esitettiin näkemyksiä siitä, että ruokapalveluiden alv-alennuksen vaikutukset eivät siirtyisi hyvin kuluttajahintoihin. Epäilyt perustuivat kokemuksiin edellä mainitun kampaamo- ja parturialan alv-alennuksen hintavaikutuksista, mutta myös Ranskan toteuttaman mittavan ruokapalvelujen alv-alennuksen tuloksiin. Veronalennuksen ajateltiin jäävän ravintoloiden katteisiin.

Kuluttajatutkimuskeskus näki kuluttajan kannalta tärkeäksi tutkia veromuutospäätöksen vaikutuksia kuluttajahintoihin. Siksi Kuluttajatutkimuskeskus laati jo vuoden 2009 syksyllä suunnitelman ruokapalveluiden hintaseurannasta, jossa hintoja keräisivät maan eri osissa aluehallintovirastojen tarkastajat. Ruokapalveluiden hintaseurantatutkimus käynnistyi vuoden 2010 keväällä ja sen vastuullisena toteuttajana toimi Kuluttajatutkimuskeskus.

Ruokapalveluiden hintatutkimus on osa laajempaa tutkimuskokonaisuutta, joka jakautuu kahteen osahankkeeseen. Ensimmäinen osahanke tutki ruokapalveluiden arvonlisäveron alennuksen siirtymistä ravintolaruoan kuluttajahintoihin. Aluehallintovirastot, Ahvenanmaan valtionvirasto ja Kuluttajatutkimuskeskus keräsivät hinta-aineiston kattavasti koko Suomen alueelta. Ensimmäinen hintakeräily toteutettiin ennen arvonlisäveron alennusta ja toinen hintakeräily veron alennuksen jälkeen. Tutkimuksen alustavat tulokset ensimmäisestä osahankkeesta esiteltiin tiedotustilaisuudessa vuoden 2010 marraskuussa.

Tutkimuskokonaisuuden jälkimmäisessä osahankkeessa tarkastellaan kodin ulkopuolista ruokailua osana kuluttajien ruokailukäytäntöjen pitempiä aikaista muutosta. Huomiota kiinnitetään erityisesti vapaa-ajalla tapahtuvaan kodin ulkopuoliseen ruokailuun, jossa korostuu sosiaalisuus ja elämyksellisyys. Tämä osahanke valmistuu vuoden 2011 lopulla.

Tässä tutkimusraportissa esitetään ensimmäisen osahankkeen lopputulokset. Tutkimuksen tuloksista selviää, miten arvonlisäveron alennus näkyi ruokapalveluiden hinnoissa keskimäärin ja millaisia eroja on esimerkiksi eri ravintolatyyppeiden ja ravintola-annosten hintamuutoksissa. Lisäksi tehdään toteutuneiden hintamuutosten perusteella laskennallisia arvioita arvonlisäveron muutoksen välittömistä vaikutuksista ruokapalveluiden kysyntään.

Seuraavaksi, luvussa 2, tehdään selkoa tavoista määrittää ravintolassa nautitun ruoan ja take away -ruoan arvonlisäverokantojen muutoksista seuranneita laskennallisia hintavaikutuksia sekä tarkastellaan ruokapalveluiden arvonlisäverokantojen nykytasoa EU:n alueella. Luvussa 3 esitellään ruokapalveluiden hintaseurantatutkimuksen menetelmä, aineistot ja tulokset. Luvussa 4 kuvataan eräitä ravintola-alan taloudellisia tunnuslukuja sekä esitetään suuntaa antava arvio ruokapalveluiden arvonlisäveron muutoksen vaikutuksesta toimialan kysyntään. Lopuksi, luvussa 5, esitetään tutkimuksen yhteenveto ja johtopäätökset.

2 RUOKAPALVELUIDEN VEROMUUTOKSET

2.1 Ruokapalveluiden arvonlisäveron muutoksen laskennallinen vaikutus hintoihin

Arvonlisävero on yleinen kulutusvero, joka maksetaan prosenttiosuutena tuotteen verottomasta hinnasta. Arvonlisäverovelvollisia ovat yleensä tavaroita ja palveluja myyvät elinkeinonharjoittajat. Yrittäjä maksaa myyntiensä mukaisen arvonlisäveron valtiolle ilmoitus- ja maksujaksonsa mukaisesti joko kuukausittain, neljännesvuosittain tai kalenterivuositain. Arvonlisäveron ei kuitenkaan ole tarkoitettu jäävän verovelvollisten rasitukseksi, vaan vero oletetaan sisällytettävän hyödykkeiden myyntihintoihin lopullisen kuluttajan maksettavaksi. Arvonlisäverojärjestelmässä veron kertaantumisen on estetty vähennysoikeuden avulla. Arvonlisäverovelvollinen elinkeinonharjoittaja saa vähentää verollista liiketoimintaansa varten hankkimiensa hyödykkeiden ostohintaan sisältyvän arvonlisäveron. Kuluttajalta perityn veron määrä on sama kuin veroviranomaiselle tuotanto- ja jakeluvaiheessa maksetun veron yhteismäärä (Verohallinto 2011).

Ravintolassa nautitun ruoan ja alkoholittomien juomien arvonlisävero aleni 22 prosentista 13 prosenttiin 1.7.2010. Samanaikaisesti ulosmyytävän eli take away -ruoan arvonlisävero nousi 12 prosentista 13 prosenttiin. Siten viime vuoden heinäkuun alusta alkaen kaupasta ostettavan, ravintoloiden take away -ruoan ja ravintolaruoan arvonlisävero on ollut samalla tasolla.

Seuraavaksi havainnollistamme yksinkertaisella esimerkillä veronmuutoksen hintavaikutuksen.

Ilman veroja yhden euron maksavan ruokapalvelun aiempi arvonlisäverollinen hinta ravintolassa oli yhtä kuin 1,22 euroa. Arvonlisäveron alennuksen jälkeen (1.7.2010) saman ruokapalvelun arvonlisäverollinen hinta ravintolassa on yhtä kuin 1,13 euroa.

Vastaavasti ilman veroja yhden euron maksavan take away -ruoan aiempi arvonlisäverollinen hinta ravintolasta ostettuna oli yhtä kuin 1,12 euroa. Arvonlisäveron alennuksen jälkeen (1.7.2010) saman take away -ruoan arvonlisäverollinen hinta on yhtä kuin 1,13 euroa.

Sekä ravintolassa nautitun ruoan arvonlisäveron alentamisesta seurannut hinnanalentamisvara että take away -ruoan arvonlisäveron nostamisen aiheuttama hinnankorotuspaine saadaan seuraavasta kaavasta:

$$\Delta = \frac{P^b - P^a}{P^a} * 100 \quad (1)$$

missä P^a viittaa kuluttajahintaan ennen arvonlisäveron muutosta ja P^b arvonlisäveron muutoksen jälkeiseen kuluttajahintaan.

Mikäli ravintolassa nautitun ruoan arvonlisäveron alennus olisi siirtynyt täysimääräisesti kuluttajahintoihin, olisivat niiden hinnat alentuneet seuraavasti:

$$\frac{(1,13 - 1,22)}{1,22} * 100 \approx -7,4 \%$$

Mikäli take away -ruoan arvonlisäveron nousu olisi siirtynyt täysimääräisesti kuluttajahintoihin, olisi sen hinta noussut seuraavasti:

$$\frac{(1,13 - 1,12)}{1,12} * 100 \approx 0,9 \%$$

Ulosmyytävän ruoan eli take away -ruoan osuus ravintolaruoan verollisesta kokonaisymyynnistä on Suomessa noin 10 prosenttia ja vastaavasti ravintolassa nautitun ruoan osuus noin 90 prosenttia (Ravintolaruokailun trenditutkimus 2008). Kun näillä prosenttiosuuksilla painotetaan arvonlisäveromuutosta seurannutta ravintolassa nautitun ruoan hinnanalentamisvara ja take away -ruoan hinnankorotuspainetta, saadaan ravintolaruoan keskimääräinen laskennallinen hinnanalentamisvara seuraavasti:

$$((0,9 * -7,4) + (0,1 * 0,9)) = -6,6 \%$$

Yhteenvedon voidaan todeta, että keskimäärin alv:n muutokset heinäkuun alussa olisivat laskennallisesti voineet alentaa ravintolaruoan hintoja 6,6 prosentilla, kun huomioidaan sekä ravintolassa nautitun ruoan arvonlisäveron alennus että take away -ruoan arvonlisäveron nousu. Mikäli ravintolalla ei ole take away -ruoan myyntiä, oli sen laskennallinen hinnanalennusvara 7,4 %.

2.2 Ruokapalveluiden arvonlisäverokannat Euroopan unionin alueella

Euroopan unionin arvonlisäverodirektiivin mukaan elintarvikkeiden ja eräiden muiden tuotteiden ja palvelujen myyntiin, yhteisöhankintaan ja maahantuontiin voidaan jäsenmaissa soveltaa vakio-kantaa alemmaa alv-kantaa. Alennettuja verokantoja voi olla korkeintaan kaksi ja niiden on oltava vähintään 5 prosenttia. Kuitenkin joissakin jäsenmaissa elintarvikkeisiin voidaan soveltaa liittymisso-pimuksen nojalla erityisalennettua alle 5 prosentin verokantaa tai nollaverokantaa (2006/112/EC).

Euroopan unionin neuvosto antoi vuoden 2009 toukokuussa direktiivin 2009/47/EC, joka koski alennettuja arvonlisäverokantoja. Alennettua verokantaa, vähintään viisi prosenttia, on voitu vuoden 2009 kesäkuun alusta alkaen käyttää entistä useampiin tuotteisiin ja palveluihin. Jäsenmaille annettiin oikeus soveltaa alennettua verokantaa muun muassa ruokapalveluihin. Uusi direktiivi antaa mahdollisuuden sisällyttää myös alkoholijuomat alennetun verokannan piiriin. Alennetun arvonlisäverokannan käytön laajennuksen taustalla on erityisesti Euroopan komission arvio siitä, että alennetut alv-kannat saattavat lisätä työllisyyttä paikallisesti unionin jäsenvaltioiden työvoimavaltaisilla palvelusektoreilla ja torjua harmaata taloutta.

Vuoden 2009 kesäkuussa voimaan tulleen direktiivin jälkeen kolme unionin jäsenmaata on käyttänyt hyväkseen mahdollisuutta alentaa ravintolapalveluiden alv-kantaa:

- Ranska alensi ruokapalveluiden (ei alkoholijuomia) alv-kannan 19,6 prosentista 5,5 prosenttiin vuoden 2009 heinäkuun alusta alkaen
- Belgia alensi ruokapalveluiden (ei alkoholi- tai virvoitusjuomia) alv-kannan 21 prosentista 12 prosenttiin vuoden 2010 alusta alkaen.
- Suomi laski ruokapalveluiden (ei alkoholijuomia) alv-kannan 22 prosentista 13 prosenttiin vuoden 2010 heinäkuun alusta alkaen.

Ranskan elinkeinoministeriön raportin (2010) mukaan alv-kannan lasku 19,6 prosentista 5,5 prosenttiin laski ravintolaruoan hintoja Ranskassa 1,4 prosenttia kuuden kuukauden seurantajak-solla. Alle puolet ravintoloista laski hintoja täysmääräisesti. Ranskan hallituksen tavoitteena oli, että ravintolatarjoilun hinnat laskevat veronalentamisen myötä kolmella prosentilla.

Alv:n alennuksella oli kuitenkin Ranskassa kuluttajahintavaikutusten lisäksi myös laajempia vai-kutuksia toimialalla. Ravintolatarjoilun arvonlisäveron laskulla on Ranskan elinkeinoministeriön mukaan ollut kuitenkin myönteisiä vaikutuksia yritysten toimintaedellytyksiin ja erityisesti työllisyyteen. Hallitus asetti tavoitteeksi 20 000 uuden työpaikan luomisen alalle kahden vuoden kulu-essa alemman arvonlisäverokannan voimaantulosta. Työllisyystavoite ylittyi kuitenkin jo yhdeksässä kuukaudessa, sillä hotelli- ja ravintola-alalle syntyi elinkeinoministeriön laskelmien mukaan heinä-kuun 2009 ja maaliskuun 2010 välisenä aikana noin 21 700 uutta työpaikkaa.

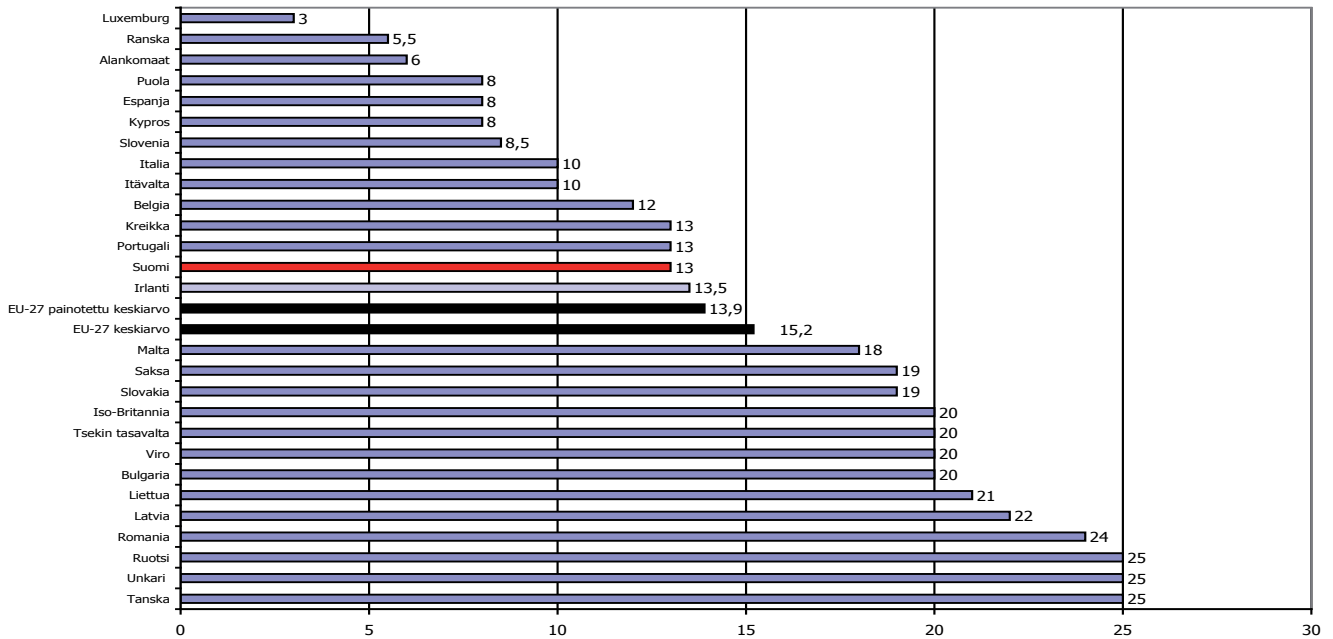
Suomen hallitus päätti vuoden 2009 elokuussa uusista vuotta 2010 koskevista veromuutoksista. Vuoden 2010 heinäkuussa Suomessa tuli voimaan uudet arvonlisäverokannat. Alennetuista arv-onlisäverokannoista elintarvikkeiden verotus nousi tällöin 12 prosentista 13 prosenttiin, ravintola- ja ateriapalveluiden verotus aleni 22 prosentista 13 prosenttiin, kirjojen ja lääkkeiden verotus nousi 8 prosentista 9 prosenttiin ja yleinen arvonlisäverokanta nousi 22 prosentista 23 prosenttiin (Halli-tuksen Esitys 137/2009).

Vuoden 2010 aikana ja vuoden 2011 alussa Suomea lukuun ottamatta ruokapalveluiden alv-kan-nan muutokset EU:n alueella ovat olleet verokannan nostoja. Espanja, Kreikka ja Portugali nostivat ruokapalveluiden alv-kantojaan yhdellä prosenttiyksiköllä ja Romania peräti viidellä prosenttiyksiköllä vuoden 2010 aikana. Vuoden 2011 alkaen ruokapalveluiden alv nousi jälleen Kreikassa, nyt kahdella prosenttiyksiköllä. Lisäksi Latviassa ja Puolassa ruokapalveluiden arvonlisäveroon tuli pro-senttiyksikön korotus ja Iso-Britanniassa 2,5 prosenttiyksikön korotus (Euroopan komissio 2011).

Useiden vuoden 2010 ja 2011 aikana unionin alueella toteutettujen ruokapalveluiden veronko-rotusten taustalla on jäsenmaiden yleiset talousbudjetin tasapainottamiseen tähdänneet toimenpi-teet ja eräiden maiden kohdalla laajemmat taloudelliset vakauttamisohjelmat. Arvonlisävero ylei-senä kulutusverona on nähty yhdeksi otolliseksi lähteeksi lisätä valtioiden tuloja.

Ruotsissa on ollut jo pidemmän aikaa käynnissä keskustelu ruokapalveluiden alv-kannan las-kemisesta nykyisestä 25 prosentista 12 prosenttiin. Ruotsalaisen kaupan tutkimusinstituutin (Handelns Utredningsinstitut, HUI) tutkimuksen mukaan ruokapalveluiden alv-kannan laskun vaikutukset olisivat Ruotsin talouden kannalta hyödyllisiä. Hyödyt näkyisivät erityisesti harmaan talouden supistumisena, ruokapalveluiden ja take away/catering-palveluiden välisen eri alv-kan-noista johtuvan vääristymän korjaantumisenä sekä ravintola-alan työllisten kasvuna (Hortlund & Sandholdt 2010).

EU:n jäsenmaiden ruokapalveluiden arvonlisäverokannat vaihtelevat kolmesta prosentista aina 25 prosenttiin saakka. Yleensä ruokapalveluihin kuuluvien ravintolaruoan ja virvoitusjuomien alv-kanta on sama, mutta Belgian ja Irlannin virvoitusjuomien alv-kanta on korkeampi kuin ravintola-ruoan. Vuoden 2011 tammikuussa keskimääräinen ruokapalveluiden alv-kanta EU-27-alueella oli 15,2 prosenttia. Asukasluvulla painotettu verokanta on 13,9 prosenttia, joten Suomessa ruokapal-veluiden alv-kanta on laskenut hieman unionin keskimääräisen tason alapuolelle (kuva 1).



KUVA 1. Ruokapalveluiden alv-kannat EU:ssa 1.1.2011 (Euroopan komissio 2011).

3 RAVINTOLOIDEN HINTASEURANTA

Tässä luvussa tarkastellaan ravintoloiden hintaseurannan tuottamia tuloksia siitä, miten ruokapalveluiden arvonlisäveron alennus siirtyi ravintolaruoan myyntihintoihin. Hintaseurannan aineiston keräsivät kattavasti erityyppisistä ravintoloista koko Suomen alueelta aluehallintovirastot, Ahvenanmaan valtionvirasto ja Kuluttajatutkimuskeskus. Ensimmäinen hintakeräily toteutettiin ennen ruokapalveluiden arvonlisäveron alennusta viikolla 21 ja toinen hintakeräily veron alennuksen jälkeen viikolla 35.

3.1 Aineisto- ja menetelmäkuvaus

Periaate

Mikäli tutkimuksella halutaan vastata kysymykseen, miten moni ravintola laskee hintoja ja kuinka paljon eli miten hyvin alv-alennus noteerattiin ravintolakentässä, soveliaintä menetelmää valita tutkimuksen ravintolat on satunnaisotanta. Silloin jokaisella Suomessa toimivalla ravintolalla, oli se suuri tai pieni, on samanveroinen mahdollisuus tulla valituksi hintaseurantaan kuuluvien ravintoloiden joukkoon. On kuitenkin todettava, että suuri osa ravintoloista on varsin pieniä, joiden osuus kokonaisymynnistä on pieni. Sen vuoksi, jos halutaan tutkia keskimääräistä hintamuutosta, on tarpeen käyttää ositettua otantaa, ettei pienten ravintoloiden osuus ylipainotu. Satunnaisotantaan

perustuva menetelmä edellyttää, että käytettävissä on luettelo kaikista Suomessa toimivista ravintoloista, tiedot niiden liikevaihdosta ja yhteystiedot.

Toinen mahdollisuus on tarkastella hintamuutosta painottaen kuluttajanäkökulmaa eli sitä, miten edustavia tutkimukseen mukaan tulevat ravintolat ovat kuluttajien kannalta. Tällöin ei pyritä suoraan satunnaisotantaan vaan lähtökohtana ovat erityyppiset ravintolat, esim. ruokaravintolat, pikaruokaravintolat, pizzeriat jne., joista kaikista pyritään saamaan mukaan otokseen edustava joukko ravintoloita. Kuluttajatutkimuskeskus päätyi tähän menetelmään, koska pidämme kuluttajanäkökulmaa tärkeänä. Halusimme myös käyttää hyväksi aluehallintovirastojen asiantuntemusta kunkin paikkakunnan ravintolatarjonnasta sekä kerätä hintatiedot paikan päällä ravintoloissa. Painottamalla tuloksia kuluttajahintaindeksin käyttämän ravintolatyypijaottelun mukaan saadaan tarkennettua tuloksia kuluttajien todellisen kulutuksen mukaiseksi.

Perusjoukko

Suomessa on noin 9 500 ravintolayritystä, joista noin 1 500 on järjestäytynyt Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n jäseneksi. MaRan jäsenravintoloilla on kuitenkin yli 80 prosentin osuus ravintolaruokailun liikevaihdosta (Tilastokeskus 2011, Vitriini 2010). Ravintola-alalla liikevaihdoltaan suurimmat yritykset ovat siten pääosin MaRan jäsenravintoloita. MaRan kaikkien jäsenyritysten toimipaikkojen lukumäärä on noin 6 000, sillä yhdellä jäsenyrityksellä saattaa olla useita toimipaikkoja (MaRa 2010b). Tilastokeskuksen (2011) mukaan koko majoitus- ja ravitsemistoiminnan alalla oli vuonna 2009 noin 14 500 toimipaikkaa, joista ravitsemistoiminnan piiriin kuului noin 12 600 toimipaikka. Siten MaRan jäsenravintoloilla on kaikista Suomen ravintoloista yritysten lukumäärällä tarkasteltuna noin 16 prosentin osuus ja majoitus- ja ravitsemustoiminnan toimipaikkojen lukumäärästä laskettuna noin 40 prosentin osuus.

Tämän tutkimuksen ennakkolähtökohtana oli, että hintaseurantaan valikoituneiden ravintoloiden määrä jakautuisi suunnilleen puoliksi MaRan jäsenravintoloiden ja järjestäytymättömien ravintoloiden toimipaikkojen kesken. MaRa tutkimuksen osarahojittajana oli kiinnostunut erityisesti oman jäsenistönsä ravintoloiden hintamuutoksista. Ravintoloiden hintamuutosten tarkastelu olisi mahdollisimman tasapuolista, kun molemmissa ryhmissä olisi suurin piirtein yhtä paljon ravintoloita.

Ravintoloiden valinta

Hintaseuranta varten Kuluttajatutkimuskeskus jakoi ravintolat kahdeksaan eri ravintolatyyppiin: ruokaravintolat (a la carte ym.), henkilöstöravintolat, ketjuihin kuuluvat kahvilat, ketjuihin kuulumattomat paikalliset kahvilat, liikenneasemaravintolat (huoltoasemien yhteydessä toimivat ravintolat), ketjupizzeriat, ketjuihin kuulumattomat pizzeriat/kebab-ravintolat/etniset ravintolat, pikaruokaravintolat. Ravintoloiden tyyppijaottelussa käytettiin pohjana sekä Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksin (2008) hyödykeluokittelua että ravintolaruokailun trenditutkimuksen (2008) ravintolaluokittelua.

Kuluttajatutkimuskeskuksen näkökulmasta aluehallintovirastojen ja Ahvenanmaan valtionviraston tarkastajat tekivät eräänlaisen ”kiintiöidyn otannan”, sillä Kuluttajatutkimuskeskus pyysi aluehallinnon edustajia valitsemaan kustakin ravintolatyypistä paikallisesti tunnettuja ja kuluttajien suosimia ravintoloita hintaseurantaan. Kuluttajatutkimuskeskus käytti siten hyödyksi aluehallinnon tarkastajien niin asian- kuin paikallistuntemusta ravintoloiden lopullisessa valinnassa.

Ruokapalveluiden hintatietoja keräsivät käytännössä aluehallinnon tarkastajat ja pääkaupunkiseudulla lisäksi myös Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkijat. Vain Kuluttajatutkimuskeskus ja alue-

hallinnon tarkastajat olivat tietoisia hintaseurantaan valittujen ravintoloiden nimistä ja hintakeräysten toteutusajankohdista.

Ensimmäisessä hintakeräyksessä oli mukana 399 ja toisessa 392 ravintolaa. Vertailukelpoisia hintahavaintoja oli yhteensä 2 058 kappaletta, joten jokaisesta ravintolasta kerättiin hintatiedot keskimäärin noin viidestä erilaisesta ravintola-annoksesta. Riippuen ravintolatyypistä hintakeräyksen kohteina olevien ravintola-annosten lukumäärä oli vähimmillään neljä ja enimmillään kahdeksan.

Ruokaravintoloita ja henkilöstöravintoloita oli hintaseurannassa mukana lukumääräisesti eniten. Henkilöstöravintoloihin sisältyi sekä työpaikkojen henkilöstöravintoloita että opiskelijaravintoloita. Opiskelijaravintoloiden korkeakouluopiskelijoille tapahtuva ateriatarjoilu on arvonlisäverotonta, joten niissä arvonlisäveron alennuksen vaikutukset kohdistuivat henkilökunnan ja talon ulkopuolelta tulevien vierailijoiden aterioiden hintoihin. Tässä tutkimuksessa opiskelijaravintoloiden hintoja kerättiin sekä verollisina että verottomina, mutta tulosten analysoinnissa mukaan otettiin vain arvonlisäveron alennuksen kohteena olleet verolliset hinnat.

Ravintoloiden jaottelu: MaRa – muut

Ensimmäisen hintakeräyksen jälkeen Kuluttajatutkimuskeskus jakoi MaRan toimittaman jäsenrekisterin perusteella ravintolat MaRan jäsenravintoloihin ja muihin ravintoloihin. Jako osoitti, että hintaseurantaan valikoituneet 392 ravintolaa sopivat hyvin tutkimuksen ennakkolähtökohtiin: 55 prosenttia hintaseurannan ravintoloista kuuluu MaRan jäsenravintoloihin ja 45 prosenttia järjestäytymättömiin ravintoloihin.

On selvää, että satunnaisotannan kautta tehty ravintoloiden valinta olisi pienentänyt MaRan jäsenravintoloiden lukumäärää ja vastaavasti nostanut järjestäytymättömien ravintoloiden lukumäärää. Tällöin MaRan jäsenravintolat olisivat olleet otoksessa liikevaihdolla mitattuna aliedustettuja ja järjestäytymättömät vastaavasti yliedustettuja.

Haluamme korostaa, että MaRa ei ollut ravintoloiden valintavaiheessa eikä myöskään koko tutkimuksen aikana tietoinen hintaseurantaan kuuluneiden jäsenravintoloidensa nimistä.

Hintakeräykset

Tämän tutkimuksen päätavoitteena oli ruokapalveluiden hintojen muutosten seuranta, mistä syystä oli tärkeää, että tuotteet pysyivät mahdollisimman samoina molemmissa hintakeräyksissä. Hintakerääjille toimitetussa tuotelistassa (liite 1) oli kuvaus kustakin hintaseurannassa olevasta tuotteesta eli ravintola-annoksesta. Ravintola-annokset olivat molemmissa hintakeräyksissä täysin tai mahdollisimman samanlaisia. Toisin sanoen molemmissa keräyksissä on kerätty hintatiedot esim. Lindströmin pihveistä, mutta esimerkiksi lisäkeherneiden lukumäärä ei välttämättä ole sama molempien keräysten aterioissa eikä myöskään pihvien naudan- ja sianlihan suhteiden pysymisestä samana molempien keräysten aikana ole takeita. Tuotteista kerättiin mahdollisuuksien mukaan myös take away -hinnat.

Annosten vertailukelpoisuus eri ajankohtina varmistettiin valitsemalla yksilöityjä, tuttuja ravintola-annoksia. Jokaisessa ravintolatyypissä seurattiin siten useita kullekin ravintolatyypille ominaisia ravintola-annoksia. Esimerkiksi henkilöstöravintolassa hintaseurannassa olivat seuraavat ravintola-annokset: peruslounasateria (lounaspaketti), lounaskeitto/lounassalaatti, suolainen kahvileipä, makea kahvileipä (pulla), kahvi ja jälkiruoka (liite 1).

Yksittäisten ravintola-annosten hintamuutosta tarkastellaan tutkimuksessa myös erikseen. Tällöin saadaan käsitys siitä, onko arvonlisäveron alennus siirtynyt kuluttajahintoihin eri tavoin eri tuotteissa.

Kuluttajatutkimuskeskuksen pistokokeet osoittivat, että Internetissä ilmoitetut hinnat eivät aina vastanneet paikan päällä ravintoloissa kerättyjä hintatietoja. Siksi lähes kaikista ravintoloista (99 %) hintatiedot kerättiin käymällä paikan päällä ravintolassa. Tällä tavoin varmistettiin hintatietojen virheettömyys ja ajan tasalla oleminen. Hintatietojen kerääminen suoraan ravintoloista mahdollisti myös sen, että ravintoloitsijalle voitiin tarvittaessa esittää tarkentavia kysymyksiä esimerkiksi ravintola-annosten sisällöstä.

Hintamuutosten painotus khi:n luokitusta hyödyntäen

Ruokapalveluiden kulutusosuuksilla painotetun hintamuutoksen laskemiseksi ravintola-annokset on jaettu Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksin (2005 = 100) luokittelua käyttäen neljään ryhmään: ravintola- ja kahvilaruoka, pikaruoka, henkilöstöravintolaruoka ja alkoholittomat juomat ravintoloissa (taulukko 1). Tällöin saadaan laskettua koko ruokapalveluiden ryhmän painotettu keskimääräinen hintamuutos, jossa kuluttajanäkökulma on otettu hyvin huomioon.

TAULUKKO 1. Hintaseurannan ruokapalveluiden tuoteryhmittely ja tuoteryhmille annettujen painojen prosentuaaliset osuudet koko ruokapalveluiden hyödykeryhmästä (Tilastokeskus 2008, omat laskelmat).

Tuoteryhmä	Paino, %
Ravintola- ja kahvilaruoka	45,1
Pikaruoka	13,5
Alkoholittomat juomat ravintolassa	17,1
Henkilöstöravintoloiden ruoka	24,3
Ruokapalvelut yhteensä	100,0

Oman ryhmittelymme ravintolat ja hintakeräyksen kohteena olevat tuotteet jakautuivat kuluttajahintaindeksin luokittukseen seuraavasti: Ravintola- ja kahvilaruokaan sisällytettiin ruokaravintoloiden, ketjuihin kuuluvien ja ketjuihin kuulumattomien kahviloiden, liikenneasemaravintoloiden, pizzerioiden, kebab- ja etnisten ravintoloiden ruokamyynä. Pikaruokaan sisältyi pikaruokaravintoloiden ruokamyynä ja henkilöstöravintoloihin opiskelija- ja henkilöstöravintoloiden ruokamyynä. Alkoholittomiin juomiin sisällytettiin kaikkien ravintoloiden virvoitusjuomien ja vesien myynä.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry sekä Sosiaali- ja terveysalan lupa- ja valvontavirasto VALVIRA luovuttivat tutkimuksen käyttöön ei-julkisia aineistoja, jotka olivat hyödyksi tutkimuksen toteuttamisessa (MaRa 2010b, Valvira 2010). Tämän lisäksi asiantuntijoiden, Heikki Lankisen (MaRa) ja Lennart Wahlforsin (Valvira), kanssa käydyt keskustelut ovat laajentaneet tutkimuksen tekijöiden tietovarantoa ravintola-alan ominaispiirteistä.

3.2 Ravintoloiden ruokapalveluiden hintakehitys

Ravintolassa nautittujen ruokapalvelujen hintamuutoksia tarkasteltiin koko toimialan lisäksi erikseen myös MaRan jäsenravintoloissa ja muissa eli järjestäytymättömissä ravintoloissa. Hintatietoja kerättiin viikoilla 21 ja 35 yhteensä 392 ravintolasta.

Vertailukelpoisia verollisia hintahavaintoja kertyi yhteensä 2 058 kappaletta. Hintahavainnoista 59 prosenttia tehtiin MaRan jäsenravintoloissa ja 41 prosenttia järjestäytymättömissä ravintoloissa (taulukko 2).

Hintaseurannan kulutusosuuksilla painotetut ruokapalveluiden hintamuutokset osoittavat, että vuoden 2010 heinäkuussa voimaan tullut ruokapalveluiden arvonlisäveron alennus laski kuluttajahintoja koko toimialalla toukokuun lopulla ja syyskuun alussa tehtyjen hintakeräysten mukaan keskimäärin 4,1 prosenttia. Hintaseurannan mukaan Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRan jäsenravintoloissa hinnat laskivat keskimäärin 5,7 prosenttia. Muissa eli järjestäytymättömissä ravintoloissa hinnat putosivat keskimäärin 1,8 prosenttia (taulukko 2).

Tilastokeskuksen (2011) mukaan ruokapalveluiden kuluttajahinnat laskivat vuoden 2010 toukokuusta vuoden 2010 syyskuuhun noin 4,5 prosenttia ja yleinen kuluttajahintaindeksi nousi vastaavana ajanjaksona 0,5 prosenttia. Harjun ja Kososen (2010) tutkimuksessa ravintolaruoan hinta laski alv:n alennuksen johdosta 2,1 prosenttia satunnaisotantaan perustuvassa tarkastelussa ja liikevaihdolla painotetuissa tuloksissa noin 5 prosenttia.

TAULUKKO 2. Hintakeräyksen kohteina olleiden ravintoloiden lukumäärä, hintahavaintojen lukumäärä, hintojen muutosprosentit sekä toteutunut hintamuutos prosentteina hinnanalennusvarasta.

	Ravintolat, lkm	Hintahavainnot, lkm	Hintamuutos, %	Muutos 6,6 prosentin hinnanalennus- varasta	Muutos 7,4 prosentin hinnanalennus- varasta
Kaikki	392	2058	-4,1	62	55
MaRa	215	1210	-5,7	86	77
Muut	177	848	-1,8	27	24

Ravintolassa nautitun ja ulosmyytävän (take away) ruoan keskimääräiseen laskennalliseen hinnanalennusvaraansa (6,6 %) verrattuna kaikissa hintaseurannassa olleissa ravintoloissa hinnat aleniivat koko ravintolasektorilla 62 prosenttisesti, MaRan jäsenravintoloissa 86 prosenttisesti ja muissa ravintoloissa 27 prosenttisesti. Mikäli toteutuneita hinnan alennuksia verrataan vain ravintolassa nautittujen ruokapalveluiden laskennalliseen hinnanalennusvaraansa (7,4 %), hinnat alentuivat koko toimialalla 55 prosenttisesti, MaRan jäsenravintoloissa 77 prosenttisesti ja muissa ravintoloissa 24 prosenttisesti (taulukko 2).

Kokonaisuutena voidaan sanoa, että ruokapalveluiden veronalennus siirtyi koko toimialalla ravintolaruoan ja alkoholittomien juomien asiakashintoihin paremmin kuin Ranskassa (Ranskan elinkeinoministeriö 2010) ja aiemmin Suomessa kampaamo- ja parturialalla (Kosonen 2010) toteutetun alv:n alennuksen yhteydessä.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRan jäsenravintoloista valtaosa, yli 3 900 kappaletta, sitoutui alentamaan ravintolaruoan ja alkoholittomien juomien kuluttajahintoja täysimääräisesti arvonlisäveron alennuksen toteuduttua 1.7.2010. Hintojen alennukseen sitoutuneiden ravintoloiden määrä vastaa MaRan mukaan sen jäsenten ravintolaruokailun liikevaihdosta noin 80–90 prosenttia (MaRa

2010a). Ruokapalveluiden hinnat alentuivatkin MaRan jäsenravintoloissa enemmän kuin järjestäytymättömissä ravintoloissa.

Järjestäytyneen ravintolatoimialan veromuutoksen aktiivisella tiedottamisella ja ruokapalvelujen hintojen alentamiseen sitoutuneiden MaRan jäsenravintoloiden suurella lukumäärällä on todennäköisesti ollut myönteinen vaikutus alv:n alennuksen siirtymisessä ruokapalveluiden hintoihin. Oma vaikutuksensa lienee ollut myös kuluttajien, viestimien ja tutkimuksen ravintoloiden hintakehitykseen kohdistuneella kiinnostuksella ja seurannalla.

Take away -ruoka

Toisin kuin ravintolassa nautittuun ruokaan, ruokapalveluiden take away -hintoihin kohdistui hinnanalennuksen sijasta hinnannousupaineita, sillä take away -ruoan arvonlisävero nousi 12 prosentista 13 prosenttiin vuoden 2010 heinäkuun alusta alkaen. Mikäli tämä arvonlisäveron nousu olisi siirtynyt täysimääräisesti kuluttajahintoihin, olisi se laskennallisesti nostanut ulosmyytävän ravintolaruoan hintoja 0,9 prosentilla.

Osassa hintaseurannassa olleissa ravintoloissa ei myyty lainkaan take away -ruokaa ja joissakin ravintoloissa take away -ruoan hintoja ei ollut nähtävissä. Lisäksi oli myös ravintoloita, joissa ravintolassa nautitulla ja ulosmyytävällä ruoalla oli sama hinta. Luonnollisesti hintahavaintoja ulosmyytävästä ruoasta oli siten vähemmän, 942 kappaletta.

Kulutusosuuksilla painotetut tulokset osoittivat, että vuoden 2010 heinäkuussa voimaan tullut ravintoloiden take away -ruoan arvonlisäveron nousu piti keskimäärin take away -ruoan kuluttajahinnat ennallaan.

Taulukon 3 ravintolatyypeittäin painottamattomien tulosten mukaan eniten laskivat pikaruokaravintoloiden take away -ruoan hinnat (-1,7 %) ja eniten nousivat liikenneasemaravintoloiden hinnat (+1,5 %). Ulosmyytävässä ruoassa eniten hintahavaintoja kertyi henkilöstöravintoloista (171 kpl) ja pikaruokaravintoloista (159 kpl).

TAULUKKO 3. Take away -hintojen painottamaton muutos (%) eri ravintolatyypeissä koko toimialalla.

Ravintolatyyppe	Hintamuutos, %	Hintahavainnot, lkm
Ruokaravintola	-1,3	114
Henkilöstöravintolat	0,9	171
Ketjuihin kuuluva kahvila	-1,5	136
Ketjuihin kuulumaton paikallinen kahvila	0,9	94
Liikenneasemaravintola (huoltoasemien yhteydessä toimiva ravintola)	1,5	111
Ketjupizzeria	0,5	61
Ketjuihin kuulumaton paikallinen pizzeria/kebab/etninen ym.	1,1	96
Pikaruokaravintola	-1,7	159

3.3 Ravintolatyypeittäin hintakehitys

Verolliset hintatiedot kerättiin molempien hintakeräysten osalta 392 ravintolasta. Ravintolat jaettiin kahdeksaan ravintolatyyppeihin. Lukumääräisesti eniten oli henkilöstöravintoloita, 73 kpl, ja vähiten liikenneasemaravintoloita, 31 kpl (taulukko 4).

TAULUKKO 4. Hintaseurannan ravintolatyypit ja niiden lukumäärät.

Ruokaravintola	68
Henkilöstöravintolat	73
Ketjuihin kuuluva kahvila	41
Ketjuihin kuulumaton paikallinen kahvila	50
Liikenneasemaravintola (huoltoasemien yhteydessä toimiva ravintola)	31
Ketjupizzeria	34
Ketjuihin kuulumaton paikallinen pizzeria/kebab/etninen ym.	51
Pikaruokaravintola	44
Yhteensä, kpl	392

Ravintolatyypeittäin painottamattomien hintamuutosten tarkastelu antaa hyvän kuvan keskimääräisestä hintakehityksestä eri ravintolatyypeissä, mutta silti sitä ei pidä pitää ehdottomana totuutena. Tähän vaikuttaa esimerkiksi se, että hintahavaintojen määrä eri ravintolatyypeissä vaihtelee. Eniten hintahavaintoja kerättiin ruokaravintoloista (434) ja vähiten ketjupizzerioista (132). Lisäksi esimerkiksi pikaruokaravintolatoiminnassa ruokatarjoilun veronalennuksella ei ole yhtä merkittävää kysyntää lisäävää vaikutusta kuin muilla ravintolatyypeillä. Niiden myynnistä keskimääräistä suurempi osuus on take away -ruoan myyntiä, jonka alv kohosi prosenttiyksikön heinäkuun alussa.

MaRan jäsenravintoloiden hintahavaintojen lukumäärä oli pieni ketjuihin kuulumattomien paikallisten kahviloiden ja pizzarioiden kohdalla ja vastaavasti suuri ruoka- ja henkilöstöravintoloissa. Muut-ryhmässä eniten hintahavaintoja oli ketjuihin kuulumattomissa paikallisissa kahviloissa ja pizzarioissa.

Tulosten mukaan arvonlisäveron alennus siirtyi kuluttajahintoihin vaihtelevasti eri ravintolatyypeissä. Koko toimialalla alennus siirtyi hintoihin parhaiten ketjuihin kuuluvissa kahviloissa (-5,1 %), liikenneasemaravintoloissa (-4,8 %) ja ketjupizzerioissa (-4,7 %). Ketjuihin kuuluvien kahviloiden ja liikenneasemaravintoloiden ravintolatyypeissä MaRan jäsenravintolat veivät alennuksen täysimääräisenä hintoihin, jos verrataan ravintolassa nautitun ja ulosmyytävän (take away) ruoan keskimääräiseen hinnanalennusvaraahan (-6,6 %) (taulukko 5).

Hinnat laskivat jonkin verran kaikissa ravintolatyypeissä lukuun ottamatta järjestäytymättömiä ketjuihin kuulumattomia pitserioita, joihin kuuluu myös kebab- ja etnisiä ravintoloita.

TAULUKKO 5. Hintojen painottamaton muutos (%) eri ravintolatyypeissä koko toimialalla (kaikki), MaRan jäsenravintoloissa ja muissa ravintoloissa.

Ravintolatyypit	Kaikki, %	MaRa, %	Muut, %	lkm
Ruokaravintola	-4,6	-5,7	-2,3	68
Henkilöstöravintolat	-4,2	-5,1	-1,7	73
Ketjuihin kuuluva kahvila	-5,1	-6,7	-3,0	41
Ketjuihin kuulumaton paikallinen kahvila	-1,3	-4,3	-0,7	50
Liikenneasemaravintola (huoltoasemien yhteydessä toimiva ravintola)	-4,8	-6,7	-1,8	31
Ketjupizzeria	-4,7	-5,9	-1,6	34
Ketjuihin kuulumaton paikallinen pizzeria/kebab/etninen ym.	-0,2	-3,3	0,2	51
Pikaruokaravintola	-4,5	-4,6	-4,4	44

Hintaseurannan toteuttamiseen yhteydessä erään järjestäytymättömän kebab-pizzerian omistaja kyseli hintoja keränneeltä aluehallintoviraston tarkastajalta neuvoa siitä, että olisiko hänen pitänyt laskea vai nostaa hintoja alv:n muutoksen myötä. Siten osassa ravintoloita arvonlisäveron alennuksen näkymättömyys ruokapalveluiden hinnoissa johtuu ainakin osittain siitä, että informaatio arvonlisäveron alentamisesta ei kulkenut tarpeeksi hyvin tai sitten sitä ei osattu tulkita oikein.

Helsingin Sanomat teki vuoden 2010 heinäkuun puolivälissä ruokapalveluiden arvonlisäveron alennukseen liittyvän haastattelun Helsingin kantakaupungin pienissä ravintoloissa. Haastattelut osoittivat tämän tutkimuksen tulosten tapaan, että osa pienistä ravintoloista ei ollut tietoinen veron alennuksesta tai sen vaikutuksesta kuluttajahintaan (Helsingin Sanomat 2010).

3.4 Hintakehitys erilaisissa ravintola-annoksissa ja eri alueilla

Arvonlisäveron muutoksen vaikutusta ruokapalveluiden hintoihin on mielenkiintoista tarkastella myös yksittäisissä ravintola-annoksissa. Ravintola-annosten vertailukelpoisuus molempina keräysajankohtina varmistettiin valitsemalla yksilöityjä ja tuttuja tuotteita, jotka ovat ominaisia kullekin ravintolatyyppille.

Ravintoloista kerättiin hintatiedot keskimäärin noin viidestä erilaisesta ravintola-annoksesta. Ravintola-annokset olivat molemmissa hintakeräyksissä täysin tai mahdollisimman samanlaisia. Jos esimerkiksi ruokaravintolasta kerättiin ensimmäisessä hintakeräyksessä kana-annoksena ”Aurajuus-tobroileri riisillä” ja salaattiannoksena ”Kreikkalainen salaatti”, kerättiin täsmälleen samoista annoksista hintatiedot myös toisessa hintakeräyksessä.

Hintaseurannassa ravintola-annokset jaettiin kuuteen pääryhmään seuraavasti: pääruoka, suolainen kahvileipä, makea kahvileipä, virvoitusjuoma, kahvi ja jälkiruoka. Nämä pääryhmät jaettiin edelleen alaryhmiin, joiden määrä ja sisältö vaihtelivat eri ravintolatyypeissä. Esimerkiksi ruokaravintolasta (a la carte ym.) kerättiin hintatiedot neljästä pääruoasta (naudanliha/sianliha-, kana-, kala- ja salaattiannos), yhdestä virvoitusjuomasta, kahdesta kahvista (normaali- ja erikoiskahvi) sekä yhdestä jälkiruoasta. Kahviloista hinnat kerättiin yhdestä pääruoasta (salaattiannos), yhdestä suolaisesta kahvileivästä, yhdestä makeasta kahvileivästä, yhdestä virvoitusjuomasta sekä normaali- ja erikoiskahvista (liite 1).

Pääruoassa erilaisten tuotenimien kirjo on sen verran suuri, että ne on mainittu taulukossa 6 vain yleisimpien ravintolatyyppitaiten pääruokien tasolla. Muiden ravintola-annosten pääryhmien sisältä erottuivat melko selvästi tietyt tuotenimet, jotka esiintyivät yleisimmin hintaseurannan kohteina. Muissa kuin pääruoissa tuotenimet on listattu ravintola-annosten pääryhmien alle esiintymismääränsä mukaan eli esimerkiksi makeista kahvileivästä eniten hintahavaintoja tehtiin korvapuusteista ja donitseista. Vastaavasti virvoitusjuomista eniten hintahavaintoja kertyi kolajuomasta ja appelsiinijuomasta (taulukko 6).

TAULUKKO 6. Yleisimmät tuotteet eri ravintola-annosten pääryhmissä.

Pääruoka	Suolainen kahvileipä	Makea kahvileipä	Virvoitusjuoma	Kahvi	Jälkiruoka
Lounaspaketti	Täytetty sämpylä	Korvapuusti	Kolajuoma	Normaali kahvi	Kakunpala
A la Carte -annos	Täytetty ruisleipä	Donitsi	Appelsiinijuoma	Cappuccino	Jäätelö
Pääruokasalaatti	Lihapasteija	Voisilmäpulla	Sitruunajuoma	Latte	Kiisseli
Pizza	Karjalanpiirakka	Muffinssi	Tuoremehu	Espresso	Rahka
Hampurilaisateria	Croissant	Munkkirinkilä	Kivennäisvesi		Hedelmäsalatti

Ruokapalveluiden arvonlisäveron alennus näkyi eri tavoin erilaisten ravintola-annosten painotamattomissa hintamuutoksissa. Koko toimialalla jälkiruokien (-5,3 %) ja pääruokien (-4,4 %) pääryhmissä alv:n alennus siirtyi parhaiten hintoihin. Vaatimattominta hintojen lasku oli virvoitusjuomien (-2,3 %) pääryhmässä (taulukko 7).

Taulukossa 6 on tarkasteltu koko toimialan lisäksi ravintolatyypeittäin niille ominaisten ravintola-annosten hintamuutoksia. Taulukossa on sinisellä värityksellä korostettu ne hintamuutosprosentit, jotka ylittävät koko ravintola-alan kulutusosuuksilla painotetun keskimääräisen hintojen alennuksen (-4,1%), kts. luku 3.2. Vastaavasti, jos hinnat ovat alentuneet enintään prosentin tai ne ovat nousseet, on ne erotettu punaisella värityksellä.

Ruokaravintoloissa (a la carte ym.) ja henkilöstöravintoloissa erityisesti pääruokien ja jälkiruoan hinnoissa arvonlisäveron alennus erottui parhaiten. Pääruokien hinnat alenivat ruokaravintoloissa keskimäärin noin 5,5 prosenttia ja henkilöstöravintoloissa keskimäärin 4,7 prosenttia. Jälkiruoasta kuluttaja maksoi arvonlisäveron alennuttua ruokaravintolassa keskimäärin lähes 6 prosenttia ja henkilöstöravintolassa 4,5 prosenttia vähemmän. Vähiten laski normaalikahvin hinta. Ruokaravintolassa sen hinta laski keskimäärin vain prosentin ja henkilöstöravintoloissa vajaan 3 prosenttia (taulukko 7).

Henkilöstöravintoloiden ravintolatyyppeihin kuului hintaseurannassa pääosin työpaikkojen henkilöstöravintoloita, mutta myös jonkin verran opiskelijaravintoloita. Ruokapalveluiden hinnat laskivat jonkin verran enemmän työpaikkojen henkilöstöravintoloissa kuin opiskelijaravintoloissa. Esimerkiksi kahvin ja jälkiruoan hinnat laskivat opiskelijaravintoloissa keskimäärin vain alle prosentin, kun työpaikkojen ravintoloissa kahvin hinta laski keskimäärin 3,7 prosenttia ja jälkiruoan peräti 6 prosenttia.

Ketjukahviloissa alv:n alennus siirtyi erityisen hyvin kahvin, erikoiskahvin ja suolaisen kahvileivän hintoihin, mutta myös muiden tuotteiden hinnat laskivat kohtuullisesti. Ketjukahvilat pudotivat kahvin sekä erikoiskahvin hintaa keskimäärin lähes 6 prosenttia ja salaattienkin hintaan tuli keskimäärin 3,5 prosentin pudotus, vaikka sen hinnat laskivat tämän ravintolatyypin annoksista vähiten. Sitä vastoin ketjuihin kuulumattomissa kahviloissa hinnat laskivat kauttaaltaan melko vaatimattomasti. Niissä suolaisen ja makean kahvileivän sekä pääruokasalaatin hinnat laskivat keskimäärin noin 2 prosenttia ja juomissa hintojen pudotus jäi keskimäärin alle prosentin (taulukko 7).

Ketjukahviloiden tavoin liikenneasemaravintolat veivät alv:n alennuksen hintoihin melko hyvin kaikissa annostyypeissä. Virvoitusjuomien ja makean kahvileivän hintojen alennus jäi hieman 4 prosentin alle, mutta kaikissa muissa annoksissa hinnat laskivat yli 5 prosenttia.

Pikaruokaravintoloissa alv:n alennus näkyi täysimääräisenä hampurilaisten hinnoissa, jotka alenivat 7 prosenttia. Donitsilla makean nälkäänsä tyydyttävien kuluttajien kukkarossa alv:n muutos näkyi melko vähän, sillä makeiden kahvileipiä hinnat putosivat pikaruokaravintoloissa keskimäärin vain vajaan kaksi prosenttia (taulukko 7).

Ketjuihin kuulumattomissa pizzerioissa ravintola-annosten hinnoissa alv:n alennus ei juurikaan näkynyt, sillä annoksesta riippuen hinnat pysyivät keskimäärin joko ennallaan tai sitten ne laskivat vain marginaalisesti.

Ketjupizzerioiden hintaseurannassa oli mukana pizzeriaita kaikkiaan kymmenestä ketjumaisesti toimivasta yrityksestä. Ketjupizzerioissa on vähiten vaihtelevuutta, sillä kaikkiaan hintaseurannassa oli 34 ketjupizzeriaa ja näistä 15 kuuluu yhteen valtakunnallisesti levittäytyneeseen pizzaketjuun. Siten tässä ketjupizzerioiden ravintolatyypissä yhden ketjun hinnoittelustrategialla on merkittävä vaikutus koko ravintolatyypin hintamuutoksiin.

Ketjupizzerioiden hintaseurannassa yhden suuren ketjun vaikutus näkyi erityisesti virvoitusjuomissa ja kahvissa, sillä se laski reippaasti kahvin hintaa ja nosti jonkin verran virvoitusjuomien hintoja. Siten ketjupizzerioissa kahvin hinta laski keskimäärin peräti 12 prosenttia ja virvoitusjuomien

hintaan tuli nousua 1,7 prosentin verran. Normaalikahvin ja virvoitusjuomien kaltaisissa tuotteissa pienetkin senttimääräiset muutokset näkyvät suhteellisen isoina prosenttimuutoksina, koska niiden myyntihinnat eivät ole kovin korkeita (taulukko 7).

TAULUKKO 7. Eri ravintola-annosten painottamattomat hintamuutokset (%) koko ravintola-alalla (kaikki) ja eri ravintolatyypeissä.

	Kaikki	Ruoka-rav.	Henkilöstö-rav.	Ketju-kahvila	*Kahvila	Liikenne-asemarav.	Ketju-pizzeria	*Pizzeria	Pikaruoka-rav.
Pääruoat	-4,4								
Naudanliharuoka/sianliharuoka		-5,0							
Kanaruoka		-5,0							
Kalaruoka		-5,5							
Pääruokasalaatti		-6,0		-3,5	-2,1		-6,3	,0	-4,7
Peruslounasateria (lounaspaketti)			-4,9			-5,0			
Lounaskeitto/lounassalaatti			-4,5			-5,4			
Pizza (kebab/etninen)							-3,3	-7	
Hampurilainen									-7,0
Hampurilaisateria									-4,7
Suolainen kahvileipä	-3,7		-3,2	-5,6	-1,8	-5,5			
Makea kahvileipä	-3,6		-5,1	-4,6	-2,1	-3,8			-1,8
Virvoitusjuomat	-2,3	-4,2		-4,9	-3	-3,6	1,7	,1	-4,9
Kahvi	-3,6	-9	-2,9	-5,8	-7	-5,1	-12,1	-4	-4,0
Erikoiskahvi		-3,5		-5,9	-9	-6,1			
Jälkiruoka	-5,3	-5,8	-4,5						

* Ketjuihin kuulumattomat

Muissa ravintolatyypeissä hintaseurannan ravintolat ovat jakautuneet lukumääräisesti tasaisesti eri omistajatahoille. Liikenneasemaravintoloissa on luonnollisesti vain muutamaa liikenneasemaketjuun kuuluvia ravintoloita, mutta ne ovat jakautuneet kohtalaisen tasaisesti kaikille hintaseurannassa olleiden liikenneasemaketjujen välille.

Yhteenvetona voi todeta, että eri ravintolatyypit veivät arvonlisäveron alennuksen ruokapalveluiden hintoihin parhaiten niissä ravintola-annoksissa, jotka edustavat kunkin ravintolatyypin ominta toiminta-aluetta. Esimerkiksi ruokaravintolat laskivat hyvin pääruokien ja jälkiruoan hintoja, mutta vähemmän kahvin hintaa. Ketjukahviloissa hinnat alenivat eniten kahvin ja erikoiskahvien sekä suolaisen kahvileivän hinnoissa, kun vastaavasti pääruokasalaatin hinta aleni vähiten. Pikaruokapaikoissa hampurilaisten hinnat alenivat reippaasti, mutta makeassa kahvileivässä hintojen lasku oli vähäistä.

Alueiden väliset erot hinnanmuutoksissa

Hintatietoja kerättiin Suomen suurimmissa kaupungeissa, yhteensä 16 paikkakunnalla. Ensimmäisessä hintakeräyksessä oli mukana 399 ravintolaa. Näistä neljä oli lopettanut ja kolme remontissa, kun toinen hintakeräys toteutettiin. Lopettaneista ravintoloista kaksi kuului Itä-Suomen, yksi Etelä-Suomen ja yksi Lounais-Suomen aluehallintovirastojen alueisiin. Remontissa toisen hintakeräyksen

aikana olleista kaksi kuului Itä-Suomen ja yksi Etelä-Suomen aluehallintovirastojen alueille. Verollisia vertailukelpoisia hintatietoja kerättiin siten 392 ravintolasta. Hintaseurannan ravintoloista eniten oli Etelä-Suomen sekä Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintovirastojen alueilta. Kolmannes ravintoloista oli peräisin Etelä-Suomen ja viidennes Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintovirastojen alueilta (taulukko 8). Tämä vastaa kohtuullisen hyvin ravintoloiden jakautumista koko Suomen alueella

Eniten hintahavaintoja kerättiin Etelä-Suomen (695 kpl) sekä Länsi- ja Sisä-Suomen (452 kpl) aluehallintovirastojen alueelta, joissa myös ravintolatiheys on suurin. Muiden aluehallintovirastojen alueilta hintahavaintoja kertyi seuraavasti: Itä-Suomi 297 kpl, Pohjois-Suomi 217 kpl, Lappi 140 kpl ja Lounais-Suomi 139 kpl. Ahvenanmaan valtionviraston alueelta hintahavaintoja karttui 118 kpl.

Eri alueiden välillä on jonkin verran eroja siinä, miten veromuutos siirtyi ruokapalveluiden hintoihin, mutta erot eivät ole suuria. Lounais-Suomessa ruokapalveluiden painottamattomat hinnat alenivat keskimäärin 4,2 prosenttia, Etelä-, Länsi- ja Sisä-Suomessa sekä Itä-Suomessa keskimäärin

TAULUKKO 8. Hintakeräyksissä mukana olleiden ravintoloiden jakautuminen eri aluehallintovirastojen ja Ahvenanmaan valtionviraston alueilla.

	Ravintoloiden lkm
Helsinki	47
Espoo	23
Vantaa	24
Kouvola	19
Lahti	22
Etelä-Suomen aluehallintovirasto yhteensä	135
Turku	26
Lounais-Suomen aluehallintovirasto yhteensä	26
Tampere	30
Jyväskylä	29
Vaasa	25
Länsi- ja Sisä-Suomen aluehallintovirasto yhteensä	84
Mikkeli	17
Kuopio	23
Joensuu	17
Itä-Suomen aluehallintovirasto yhteensä	57
Oulu	23
Kajaani	20
Pohjois-Suomen aluehallintovirasto yhteensä	43
Rovaniemi	27
Lapin aluehallintovirasto yhteensä	27
Maarianhamina	20
Ahvenanmaan valtionvirasto yhteensä	20
Kaikki Avit yhteensä	392

noin 4 prosenttia, Ahvenanmaalla 3,6 prosenttia, Lapissa 3,2 prosenttia ja Pohjois-Suomessa 3,1 prosenttia.

Pohjois-Suomen ja Lapin keskimäärin hieman muuta Suomea pienemmät ruokapalveluiden hintojen alentumisprosentit johtuvat todennäköisesti osittain siitä syystä, että pohjoisemman Suomen hintaseurantaan kuuluneista ravintoloista löytyy suhteellisesti hieman enemmän suurten ketjujen ulkopuolella olevia ja usein järjestäytymättömiä ravintoloita. Nämä ravintolat eivät yleensä vieneet alv:n alennusta lähellekään täysimääräisesti hintoihin.

3.5 Anniskeluravintoloiden hintakehitys

Suomessa ravintola tarvitsee alkoholijuomien anniskeluun luvan. Alkoholijuomien anniskelulupaa haetaan siltä aluehallintovirastolta, jonka alueella suunniteltu anniskelupaikka sijaitsee. Anniskelulupa myönnetään toistaiseksi, määräajaksi tai tilapäisesti ja anniskelulupa on anniskelupaikka- ja elinkeinonharjoittajakohtainen. Valvira ohjaa aluehallintovirastoja alkoholilain täytäntöönpanoa koskevista asioista (Valvira 2011).

Anniskeluravintoloilla on kolmenlaisia lupia: A-lupa oikeuttaa anniskelemaan kaikkia alkoholijuomia, B-lupa enintään 22 prosenttisia alkoholijuomia ja C-lupa rajoittuu enintään 4,7 prosenttiin käymisteitse valmistettuihin alkoholijuomiin. Suomessa oli vuoden 2010 lopulla yhteensä 8 302 anniskeluluvallista ravintolaa, joista 70 prosenttia oli A-luvan haltijoita. Nämä anniskeluravintolat sisältävät yhteensä 2,3 miljoonaa asiakaspaikkaa. Vuonna 2009 anniskeluravintoloilla oli Suomessa noin 70 prosentin osuus koko ravintola-alan kokonaisymyynnistä (Valvira 2011).

Tämän tutkimuksen käyttöön saatiin Valviralta vuoden 2009 ruokamyyntitietoja (sisältää arvonlisäveron) niistä hintakeräyksen kohteina olleista ravintoloista, jotka kuuluivat anniskeluravintoloihin (Valvira 2010). Tällaisia anniskeluravintoloita hintakeräyksissä oli mukana yhteensä 163 kpl ja niistä MaRan jäsenravintoloita on 95 kpl ja järjestäytymättömiä ravintoloita 68.

Valviran antama ravintoloiden ruokamyynnin arvo koostuu arvonlisäveron alennuksen kohteina olleista ruokatarjoilusta ja alkoholittomista ruokajuomista (vesi, kotikalja, kahvi ym.). Ruokamyynnitietoihin ei kuitenkaan sisälly virvoitusjuomamyyntiä, vaikka se kuului arvonlisäveron alennuksen piiriin. Virvoitusjuomien osuus esimerkiksi A- ja B-anniskeluravintoloiden kokonaisymyynnistä on vain noin seitsemän prosenttia (ks. luku 4.2), joten sen jäämisellä ruokamyynnin ulkopuolelle ei ole merkittävää vaikutusta tuloksiin.

Ruokamyynnin arvon käyttäminen anniskeluravintoloiden ruokapalveluiden hintamuutosten painotuksessa on huomattavasti parempi vaihtoehto kuin esimerkiksi liikevaihtotietojen käyttäminen. Tämä johtuu siitä, että liikevaihtotietoihin sisältyy muun muassa alkoholin myyntitiedot. Alv:n alennuksen ulkopuolella olleen alkoholin osuus A- ja B-anniskeluravintoloiden kokonaisymyynnistä on noin 44 prosenttia (ks. luku 4.2).

MaRan jäsenravintoloiden osuus kaikkien anniskeluravintoloiden ruokapalvelumyynnistä oli noin 76 prosenttia ja muiden eli järjestäytymättömien ravintoloiden noin 24 prosenttia. Tämä jakauma kuvaa varsin hyvin koko ravintola-alaa, sillä MaRan arvion mukaan sen jäsenravintoloiden osuus alan markkinoista on liikevaihdolla mitattuna noin 80 prosenttia (Vitriini 2010).

Anniskeluravintoloiden ruokamyynnin arvolla painotetut ruokapalveluiden hintamuutosprosentit osoittavat, että hinnat laskivat kaikissa seurannassa olleissa anniskeluravintoloissa keskimäärin 4,9 prosenttia. MaRan jäsenravintoloihin kuuluvissa anniskeluravintoloissa hinnat putosivat keskimäärin 6,0 prosenttia ja järjestäytymättömissä ravintoloissa vastaavasti 1,4 prosenttia.

Ravintolassa nautitun ruoan ja ulosmyytävän ruoan keskimääräiseen laskennalliseen hinnan alennusvara (6,6 %) verrattuna kaikissa hintaseurannassa olleissa anniskeluravintoloissa hinnat alentuivat 74 prosenttisesti, MaRan jäsenistöön kuuluvissa ravintoloissa 91 prosenttisesti ja muissa

ravintoloissa 21 prosenttisesti. Mikäli toteutuneita hinnan alennuksia verrataan vain ravintolassa nautittujen ruokapalveluiden laskennalliseen hinnanalennusvaraan (7,4 %), hinnat alentuivat kaikissa anniskeluravintoloissa 66 prosenttisesti, MaRan jäsenistöön kuuluvissa ravintoloissa 81 prosenttisesti ja muissa ravintoloissa 19 prosenttisesti.

MaRan jäseniin kuuluvien anniskeluravintoloiden ja järjestäytymättömien anniskeluravintoloiden välillä oli suuri ero siinä, kuinka yleisesti alv:n alennus näkyi hintojen laskuna. MaRan jäsenravintoloista viisi (5,3 %) ja järjestäytymättömistä ravintoloista peräti 44 (65 %) piti hinnat ennallaan tai nosti niitä.

Yhteenvetona voi todeta, että anniskeluravintoloiden hintamuutosten painottaminen ruokamyynnillä antaa samansuuntaisen, mutta hieman isomman hintamuutosprosentin kuin kaikkien ravintoloiden hintamuutosten painottaminen kuluttajahintaindeksin mukaisilla kulutusosuuksilla. Tätä tulosta voidaan pitää odotettuna, sillä anniskeluravintoloiden joukossa on paljon ison ruokamyynnin omaavia ketjuihin kuuluvia ravintoloita, jotka ovat yleensä myös järjestäytyneitä.

Luotettavuusarviointi

Hintaseurantatutkimuksen tietojen luotettavuuden ja hintatietojen yleistettävyyden varmistamiseksi on keräyksen suunnittelussa kiinnitettävä huomiota erityisesti seuraaviin seikkoihin: myymälöiden valinta, hyödykkeiden valinta, hintatietojen keruuajankohtien valinta ja se, miten suhtaudutaan tuotteiden vaihtuvuuteen ja muutoksiin seurannan aikana (Tilastokeskus 2008). Seuraavassa käydään läpi niitä menettelytapoja, joita tässä tutkimuksessa noudatettiin tietojen luotettavuuden varmistamiseksi. Osassa valintoja on käytetty Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksin menettelyä soveltuvien osin.

Ravintoloiden valinnassa kiinnitettiin huomiota siihen, että tutkittavaksi valikoitui mahdollisimman edustava joukko erityyppisiä ravintoloita ja erilaisia ravintola-annoksia kattavasti koko Suomen alueelta. Sen varmistamiseksi hintaseurantaan tulevat kohteet kiintiöitiin ravintolatyypeittäin, mikä tavoitteena oli saada mukaan riittävä määrä erityyppisiä ravintoloita. Hintaseurantaan valittujen ravintoloiden lukumäärä (392 kpl) oli riittävä erityyppisten ravintoloiden ja tarjottujen annosten analysoimiseksi. Aluehallinnon asian- ja paikallistuntemusta haluttiin hyödyntää ravintoloiden valinnassa, joten Kuluttajatutkimuskeskus valitsi lopulliset kohderavintolat yhteistyössä aluehallintovirastojen ja Ahvenanmaan valtioviraston tarkastajien kanssa (ks. luku 3.1).

Ruokapalveluiden hintatietoja kerättiin eri puolilta Suomea aluehallinnon tarkastajien ja pääkaupunkiseudulta myös Kuluttajatutkimuskeskuksen tutkijoiden toimesta. Hintakeräyksiä tehtiin kaksi, joista ensimmäinen tehtiin reilu kuukausi ennen arvonlisäveron alennusta ja toinen reilu kuukausi arvonlisäveron alennuksen jälkeen.

Yhteensä kerättiin 2 058 vertailukelpoista hintahavaintoa. Aineiston laajuus mahdollisti sen, että keskimääraisten hintamuutosten lisäksi voitiin tarkastella veron alennuksen vaikutuksia yksityiskohtaisemmin esimerkiksi eri ravintolatyyppeiden ja erilaisten ravintola-annosten hintoihin.

Tämän tutkimuksen päätavoitteena oli ruokapalveluiden hintojen muutosten seuranta. Vertailukelpoisuuden saavuttamiseksi oli tärkeää, että ravintola-annokset pysyivät täysin tai mahdollisimman samoina molemmissa hintakeräyksissä. Hinnat kerättiin normaalihintaisina, joten kerättyihin hintatietoihin ei sisälly kanta-asiakashintoja.

Hintakerääjille toimitetussa tuotelistassa oli kuvaus kustakin hintaseurannassa olevasta tuotteesta (liite 1). Annosten vertailukelpoisuus eri ajankohtina varmistettiin valitsemalla yksilöityjä, tuttuja tuotteita. Jokaisessa ravintolatyypissä seurattiin siten useita kullekin ravintolatyypille ominaisia ravintola-annoksia.

Kuluttajatutkimuskeskuksen pistokokeet osoittivat, että Internetissä ilmoitetut hinnat eivät aina vastanneet paikan päällä ravintoloissa kerättyjä hintatietoja. Siksi lähes kaikista ravintoloista (99 %) hintakerääjät hakivat hintatiedot käymällä paikan päällä ravintolassa. Tällä tavoin varmistettiin hintatietojen virheettömyys ja ajan tasalla oleminen sekä annosten mahdollisimman samantaisina säilyminen molemmissa hintakeräyksissä.

Hintaseurannan tulosten yleistämiseksi koko ruokapalveluryhmään eri ruokapalveluille määritettiin tuoteryhmittäiset painot Tilastokeskuksen kuluttajahintaindeksin painorakennetta ja luokitelua käyttäen. Tällöin voitiin laskea koko ruokapalveluryhmän painotettu keskiarvo hintamuutoksista. Tutkimuksen tulokset ovat yhdensuuntaisia Tilastokeskuksen ruokapalveluiden kuluttajahintaindeksin ilmoittamien muutosten kanssa.

Anniskeluravintoloiden hintamuutoksen tarkastelussa käytettiin hyväksi Valviralta saatuja tietoja ravintoloiden ruokamyynnin arvosta. Tällöin anniskeluravintoloille voitiin laskea ruokapalveluiden ruokamyynnillä painotettu keskiarvo hintamuutoksista.

Yhteenvetona voidaan todeta, että hintaseurantatutkimuksen tulosten luotettavuutta ovat takamassa erityisesti seuraavat tekijät:

- hintakeräysaineiston laajuus sekä ravintoloiden että ravintola-annosten lukumäärässä
- hintavertailun ruoka-annokset ovat samoja molempina keräysajankohtina
- hintatietojen keräys tapahtui paikan päällä ravintoloissa
- tuoteryhmittäisten kulutusosuuksiin perustuvien painojen käyttäminen koko ruokapalveluryhmän hintamuutoksen määrittämisessä
- ruokamyyniin perustuvien painojen käyttämien anniskeluravintoloiden hintamuutoksen määrittämisessä.

4 RAVINTOLA-ALA ENNEN JA JÄLKEEN VEROMUUTOKSEN

Ravintoloiden sijainnin lisäksi ravintolapalveluiden laatu ja hinta ovat tärkeimpiä ravintoloiden menestystä määrittäviä tekijöitä. Tämän lisäksi yleisellä taloudellisella tilanteella on oma vaikutuksensa ravintolan kannattavuuteen. Kuluttajien ostovoiman ja säästämisasteen muutokset näkyvät välittömästi ravintola-asiakkaiden määrissä.

Tässä luvussa tarkastellaan aluksi ravintola-alan eli ravitsemistoiminnan taloudellisia tunnuslukuja ja ruokapalveluiden viimeaikaista hintakehitystä. Osa ravitsemistoiminnan (ravintolat, kahvilat, ateriapalvelut ym.) tunnusluvuista esitetään yhdessä majoitustoiminnan (hotellit ym.) kanssa. Tämä siksi, että osassa tarkastelun kohteina olevissa tilastotiedoissa ravintola-alan tietoja ei eritelty omaksi ryhmäksi. Luvussa 4.2 tarkastellaan arvonlisäveron muutoksen vaikutuksia ruokapalveluiden kysyntään.

4.1 Ravintola-alan taloudellisia tunnuslukuja

Yleisesti arvioidaan, että talouden lasku- ja noususuhdanteet näkyvät nopeasti kuluttajien ruokapalveluiden käyttötiheydessä. Laskusuhdanteen aikana kuluttajien ostovoima heikkenee ja kuluttajakäyttäytyminen muuttuu varovaisemmaksi. Kuluttajien ensimmäisten nyörinkiristyskohteiden

joukossa on usein ruokapalveluiden osto. Kotona syömistä suositaan tarkan euron aikana ulkona syömisen kustannuksella.

Kuluttajien vähentyneet ravintolakäynnit näkyvät välittömästi ravintola-alan tuotannon määrässä, sillä majoitus- ja ravitsemistoiminnan tuottamien palvelujen ja tavaroiden arvosta (tuotos), meni vuoden 2007 panostuotos-tutkimuksen mukaan noin 66 prosenttia kotitalouksien loppukulutukseen (taulukko 9).

TAULUKKO 9. Majoitus- ja ravitsemistoiminnan tuotoksen jakautuminen (%) vuonna 2007 (Tilastokeskus 2011).

*Kauppa	5,6
Terveydenhuolto- ja sosiaalipalvelut, koulutus, julkinen hallinto ja maanpuolustus; pakollinen sosiaalivakuutus	9,9
Muu välituotekäyttö	17,0
Kotitalouksien kulutusmenot	65,8
Vienti	1,7
Yhteensä	100,0

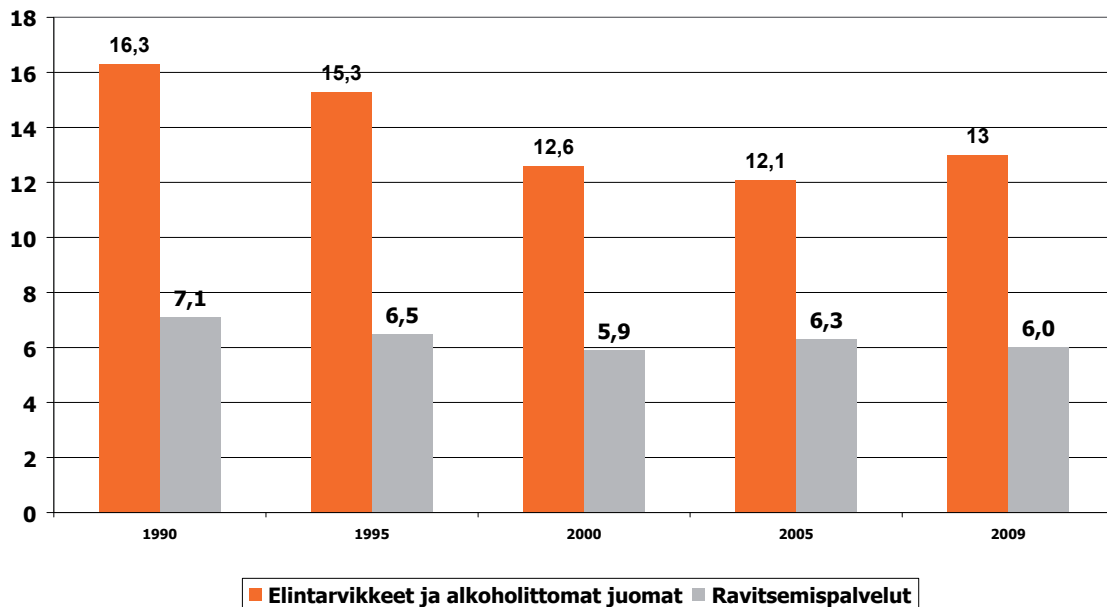
* Kauppa pitää sisällään vähittäiskaupan, moottoriajoneuvojen kaupan sekä agentuuritoiminnan ja tukkukaupan.

Ravitsemistoiminnan liikevaihto laski vuonna 2009 edellisvuodesta vajaalla prosentilla 3,94 miljardiin euroon käyttökateprosentin laskiessa 0,7 prosenttiyksikköä 4,0 prosenttiin. Ravitsemistoiminnan jalostusarvo² oli 1 415 136, missä oli laskua 3 prosenttia edellisvuodesta. Ravintolasektoria voidaan sanoa hyvin työntensiiviseksi alaksi, jolla työvoimakustannukset (palkat ja henkilöstösi- vukulut) merkitsivät vuonna 2009 noin 30 prosentin osuutta liikevaihdosta (Tilastokeskus 2011). Mikäli huomioidaan alan käyttämä vuokratyöpanos, nousee työvoimakustannusten osuus liikevaihdosta 32–33 prosenttiin.

Ruuan osuus kotitalouksien kokonaiskulutusmenoista on ollut 1990-luvun alusta lähtien pää- osin laskusuunnassa. Myös elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien osuus kotitalouksien koka- naiskulutusmenoista on laskenut (kuva 2). Kuluttajien ostovoiman kasvu on siten kanavoitunut muihin hyödykkeisiin. Tosin elintarvikkeiden hintojen voimakas nousu erityisesti vuonna 2008 ja vielä vuoden 2009 alussa nosti niiden osuuden kokonaiskulutusmenoista 13 prosenttiin vuonna 2009, kun vielä vuonna 2007 niiden osuus oli tasan 12 prosenttia (Tilastokeskus 2011).

Ravintola-alan yritysten lukumäärä on ollut 2000-luvun lopulla lievässä nousussa. Vuonna 2009 alalla toimi yritysrekisterin mukaan 9 466 yritystä, mikä on 4 prosenttia enemmän kuin kaksi vuotta aiemmin. Varsinaisten ruokaravintoloiden (A- ja B-anniskeluravintolat) määrä on ollut kas-

2 Jalostusarvo mittaa toimipaikan varsinaisessa tuotantotoiminnassa eri tuotantotehtäimien tuottamaa yhteenlaskettua arvonlisäystä. Jalostusarvo lasketaan tuotantotoiminnasta saatujen tuottojen ja toiminnasta aiheutuneiden kustannusten erotuksena (Tilastokeskus 2011).



KUVA 2. Elintarvikkeiden ja alkoholittomien juomien sekä ravitsemispalvelujen kulutusmenojen osuus (%) kotitalouksien kaikista kulutusmenoista 1990–2009 (Tilastokeskus 2011).

vussa, mutta ns. keskiolutravintoloiden ja henkilöstöravintoloiden määrä on laskenut (Tilastokeskus 2011).

Lithin (2010) mukaan ravitsemisalan yritysten määrän hitaaseen lisääntymiseen ei ole syynä toimintansa aloittaneiden yritysten määrän vähyys, vaan lopettaneiden yritysten määrän kasvu, mikä näkyy yrityskannan suurena vaihtuvuutena. Taustalla on alhainen yritystoiminnan aloittamiskynnys ja ylikapasiteetti, josta on seurannut kevyin perustein aloittaneiden yritysten lyhytikäisyys. Tämä on ominaista erityisesti Helsingin seudulle ja muille suurille asutuskeskuksille.

Majoitus- ja ravitsemisala on yksi niistä keskeisistä toimialoista, joilla harmaan talouden ongelmat ovat tavallisia niin Suomessa kuin muuallakin maailmassa. Ruokapalveluiden arvonlisäveron alennuksella arvioidaan olevan alan harmaata taloutta vähentävä vaikutus.

Talousrikollisuuden ja harmaan talouden aiheuttamat vahingot ovat kasvaneet erityisesti sen suhteen kriittisillä työvoimavaltaisilla aloilla, kuten rakennus- että majoitus- ja ravitsemisaloilla. Harmaan talouden keskeisille torjuntaviranomaisille alkuvuonna 2009 tehdyn kyselytutkimuksen perusteella voidaan arvioida taloudellisen laskusuhdanteen lisäävän harmaan talouden suhteellista osuutta edelleen. Tämä aiheuttaa haittaa muun muassa yritysten kilpailuneutraliteetille. Majoitus- ja ravitsemisalan piilotyöllisyys vastaa noin 8,5 prosenttia koko majoitus- ja ravitsemisalan tuotannosta. Lisäksi menetyksiä aiheuttavat salatut yrittäjätulot ja niiden aiheuttamat verojen sekä eläke-, työttömyys- ja tapaturmavakuuttamisen menetykset (Valtioneuvosto 2009).

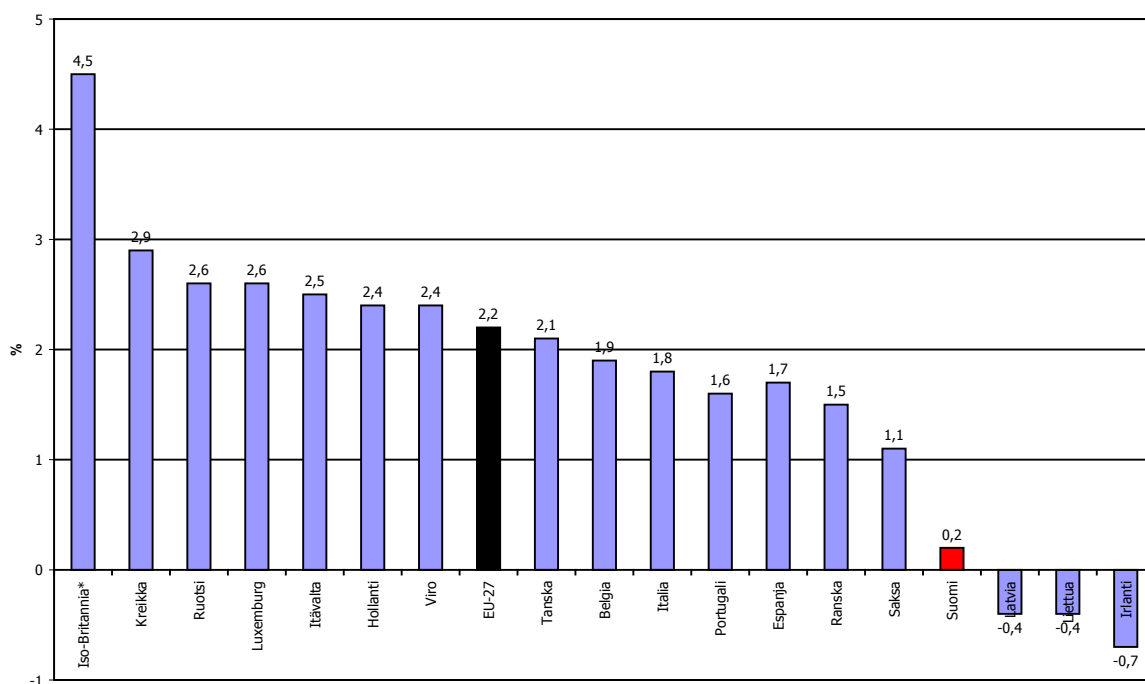
Osassa ravintoloita veroja kierretään myymällä ruokia ja juomia ohi kassan ja ilman kuittia tai käyttämällä pimeää työvoimaa. Harmaan talouden painopistealue on yrityskyselyjen mukaan suurinta pikaruoassa (pizzat yms.) ja keskiolutmyynnissä. Piilotalous ilmenee kirjanpidon ohittavana myyntinä, joilla maksetaan työntekijöiden pimeät palkat ja yritysten omistajien peiteltyt osingot. Alan laskennallinen piilotalous (salattujen työtulojen arvo) kohosi 270 miljoonaan euroon (Lith 2010).

Ravintola-alan yritysten ilmoitettujen ja maksamattomien arvonlisäverojen välinen erotus oli vuonna 2008 noin 39 miljoonaa euroa. Erotus on kasvanut tasaisesti vuodesta 2001. Vuonna 2008 majoitus- ja ravitsemisalalan ilmoitettu arvonlisävero oli 336 miljoonaa euroa, kun maksuvalvontaan ilmoitettuihin veroihin lisätään investointimenoihin sisältyvät verot. Tämä on 129 miljoonaa euroa (28 %) pienempi kuin kansantalouden tilinpidosta johdettu arvonlisävero (465 milj. euroa). Summa vastaa 19 prosentin laskennallisella verokannalla laskettuna 670 miljoonan euron fiktiivistä liikevaihtoa. Yhteensä kokonaan ilmoittamatta jäänyt ja ilmoitettu mutta maksamatta jäänyt arvonlisävero oli lähes 170 miljoonaa euroa vuonna 2008 (Eduskunnan tarkastusvaliokunta 2010).

Ruokapalveluiden hintojen ja myynnin viimeaikainen kehitys

Vuodelta 2010 on jo käytettävissä eräitä ravintola-alaa koskettavia tilastotietoja. Siten ruokapalveluiden arvonlisäveron alennuksen välittömiä lyhyen aikavälin vaikutuksia ruokapalveluiden hintoihin ja myyntiin voidaan alustavasti tarkastella.

Kansainvälinen vertailu osoittaa, että vuoden 2010 aikana hotelli- ja ravintolahinnat ovat olleet pääosin jonkin verran nousussa Euroopan unionin alueella. EU-27-maissa vuosimuutos helmikuusta 2010 helmikuuhun 2011 oli 2,2 prosenttia. Ruokapalveluiden veronalennus näkyi Suomen hotelli- ja ravintola-alan hinnoissa, sillä Suomessa niiden hinnat eivät juuri nousseet tarkasteluajanjaksolla (kuva 3).



KUVA 3. Hotelli- ja ravintolahintojen vuosimuutos vanhoissa EU-maissa sekä Baltian maissa helmikuusta 2010 helmikuuhun 2011 (Eurostat 2011).

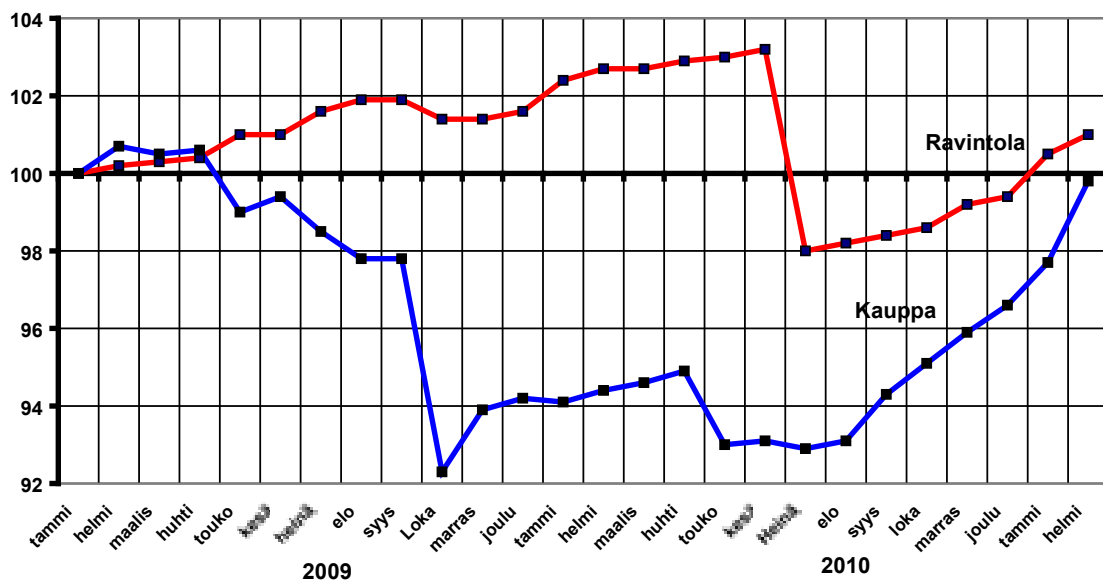
* Iso-Britannian helmikuun tietoja ei ollut käytettävissä, joten kuvassa sen vuosimuutos on tammikuusta 2010 tammikuuhun 2011.

Tilastokeskuksen (2011) kuluttajahintaindeksin mukaan arvonlisäveron alennuksella Suomessa oli selkeä välitön vaikutus ravintolaruoan hintoihin, sillä ravintolaruoka oli vuoden 2010 heinäkuussa 5 prosenttia edullisempaa kuin kuukautta aiemmin. Vuoden 2010 syyskuussa kuluttajahintaindeksi osoitti, että ravintolaruoan hintataso oli 4,5 prosenttia alempi kuin vuoden 2010 toukokuussa (kuva 4). Kuluttajatutkimuskeskuksen vuoden 2010 toukokuussa (vk 21) ja syyskuussa (vk 35) ja toteuttamien hintakeräysten tulosten mukaan alv:n alennus laski ravintolaruoan hintatasoa 4,1 prosenttia (ks. luku 3.2).

Vuoden 2010 syksyllä elintarvikkeiden raaka-aineiden hintojen kallistuminen sekä maailmanmarkkinoilla että kotimarkkinoilla näkyi etenkin kauppa- mutta myös ravintolaruoan myyntihintojen nousuna. Vielä vuoden 2010 elokuussa sekä elintarvikkeiden että ruokapalveluiden hinnat olivat vain 0,2 prosenttia edelliskuukautta kalliimpia. Vuoden loppua kohden hinnat olivat kuitenkin selvässä nousussa, joten vuoden 2010 joulukuussa elintarvikkeiden hinnat olivat jo 4 prosenttia ja ruokapalveluidenkin 1,4 prosenttia kalliimpia kuin vuoden 2010 heinäkuussa (kuva 4). Vuosikeskiarvon muutoksella tarkasteltuna elintarvikkeiden hinnat kuitenkin laskivat keskimäärin 3,6 prosenttia edellisvuodesta ja vastaavasti ruokapalveluiden hinnat laskivat 0,4 prosenttia.

Vuoden 2011 alussa elintarvikkeiden raaka-aineiden hinnat nousivat edelleen jyrkästi. Yhdistyneiden kansakuntien elintarvike- ja maatalousjärjestön (Food and Agricultural Organisation, FAO) maailmanmarkkinoiden ruoan raaka-aineiden hintaa kuvaavan hintaindeksin mukaan ruoan hinta saavutti helmikuussa jälleen uuden ennätystasonsa. Vuoden 2011 helmikuussa ruoan raaka-aineiden hinta oli noussut 6 prosenttia edelliskuukaudesta ja peräti 37 prosenttia vuoden 2010 heinäkuusta. Ruoan raaka-aineista viljan hinta nousi eniten vuoden 2010 toisella puoliskolla, mutta vuoden 2011 alussa voimakkaimmin nousivat maitotuotteiden hinnat (FAO 2011).

Elintarvikkeiden raaka-aineiden hintanousu heijastui edelleen myös Suomeen vuoden 2011 alussa. Helmikuussa kaupasta ostettujen elintarvikkeiden hinnat olivat jo 7,4 prosenttia kalliimpia kuin vuoden 2010 heinäkuussa ja samalla tasolla kuin vuoden 2009 tammikuussa. Ruokapalveluiden hinnat olivat puolestaan vuoden 2011 helmikuussa 3,1 prosenttia kalliimpia kuin arvonlisäveron alennuksen toteuduttua, vuoden 2010 heinäkuussa (kuva 4).



KUVA 4. Ravintoloiden ruokapalveluiden ja kaupan ruokamyynnin kuukausittainen hintakehitys 2009–2011 (tammikuu 2009 = 100) (Tilastokeskus 2011).

Anniskeluravintoloiden myynnin arvo supistui Valviran seurannan mukaan vuoden 2010 tammi-kesäkuussa 1,0 prosenttia edellisvuodesta (Valvira 2011a). Ruokapalveluiden arvonlisäveron alennus yhdessä yleisen taloudellisen tilanteen piristymisen kanssa käänsivät anniskeluravintoloiden myynnin kasvuun vuoden 2010 jälkimmäisellä puoliskolla. Valviran ennakkotietojen mukaan anniskeluravintoloiden kokonaisymyynnin arvo kasvoi vuoden 2010 heinä-joulukuussa 2,7 prosenttia ja ruokamyynnin (ilman virvoitusjuomia) arvo 4 prosenttia edellisvuoden vastaavasta vuosipuoliskosta (Valvira 2011b). Kuluttajahintaindeksin (2011) mukaan ravintolaruoan hinnat olivat vuoden 2010 heinä-joulukuussa keskimäärin 3,7 prosenttia halvempia kuin vuotta aiemmin, joten anniskeluravintoloiden myynnin määrä (= alan palveluiden kysyntä) kasvoi samanaikaisesti noin 8 prosenttia.

4.2 Arvonlisäveron muutoksen vaikutus ruokapalveluiden kysyntään

Elintarvikkeita pidetään välttämättömyshyödykkeinä ja niiden hintajousto on matalampi kuin monilla muilla hyödykkeillä. Elintarvikkeisiin kohdistuva veronalennus lisää vain vähän ruoan kulu- tusta, mutta parantaa kuluttajan yleistä ostovoimaa. Elintarvikkeet nähdään osittain myös ruoka- palveluiden substituutteina. Ravintoloiden ruokapalvelujen kysynnän hintajousto on korkea, joten verokannan alennuksella on ravintolaruoan kysyntää lisäävä ja alan työllisyyttä parantava vaikutus.

Ramsey'n (1927) käänteisjoustosäännön mukaan kysynnältään joustavia hyödykkeitä tulisi verot- taa kevyemmin kuin sellaisia hyödykkeitä, joiden kysyntä on joustamatonta. Tällöin verotuksen kulutusikäytyymistä ohjaava vaikutus minimoituisi. Yleensä hyödyke on sitä välttämättömämpi mitä matalampi sen hintajousto on. Tästä seuraa, että mitä heikommin kysyntä reagoi veroon eli mitä matalampi hintajousto on, sitä enemmän hyödykettä voidaan verottaa, jos tavoitteena on mak- simoida verotulojen määrä. Tämä pätee erityisesti silloin, kun ei voida havaita ristihintajoustoja eli hinnanmuutoksen vaikutusta muihin hyödykkeisiin (Rauhanen & Peltoniemi 2006).

Mikäli ruokapalveluiden arvonlisäverokannan muutos siirtyy kuluttajahintaan, kuluttajat mukautuvat ruokapalveluiden uuteen kuluttajahintaan sopeuttamalla niiden kysyntää. Tulojen ja kuluttajahintojen kulutusvaikutuksia voidaan mitata joustojen avulla. Kysynnän hintajousto ker- too sen, kuinka paljon prosentissa kulutus muuttuu hinnan muuttuessa prosenttin.

Tässä luvussa tarkastellaan aluksi eräiden tutkimusten arvioita ruokapalveluiden hintajouston suuruudesta Suomessa ja Ruotsissa. Sen jälkeen esitetään Valtion taloudellisen tutkimuskeskuksen tekemät laskelmat (HE 137/2009) vuoden 2010 heinäkuussa toteutettujen yleisen verokannan ja alennettujen verokantojen muutosten kokonaistaloudellisista vaikutuksista. Lopuksi tarkastellaan tämän tutkimuksen suuntaa antavia laskennallisia arvioita arvonlisäveron alennuksen välittömistä vaikutuksista ruokapalveluiden kysyntään. Näissä arvioissa hyödynnetään tutkimuksen hintaseu- rannan tuottamaa tietoa ruokapalveluiden toteutuneesta hintamuutoksesta (-4,1 %).

Tutkimuksia kysyntäjoustoista

Viimeisin elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden (sisältää alkoholijuomat) kysyntäjoustoja Suo- messa selvittänyt tutkimus tehtiin Pellervon taloustutkimuksen (PTT) toimesta vuonna 2006. Siinä elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden kysyntää analysoitiin ekonometrisella mallilla. Empiirisenä kysyntämallina oli dynaaminen AIDS-malli (Almost Ideal Demand System), joka on Deatonin ja Muellbauerin (1980) kehittämä (Soppi 2006).

PTT:n tutkimuksessa elintarvikkeiden hintajoustoksi saatiin -0,36 ja menojoustoksi 0,78. Ravintolapalvelut osoittautuivat odotusten mukaisesti selvästi alttiimmiksi reagoimaan sekä hinto- jen että menojen muutoksille. Niiden hintajousto oli -0,84 ja menojousto 1,30. Tulokset tarkoitta-

vat sitä, että elintarvikkeiden hintojen lasku prosentilla lisää niiden kulutusta 0,36 % ja vastaavasti ravintolapalveluilla yhden prosentin hinnan lasku johtaa 0,84 %:n kysynnän nousuun. Menojoustot puolestaan osoittavat, että jos tulot nousevat prosentin, elintarvikkeiden kulutus kasvaa 0,78 % elintarvikkeilla ja 1,30 % ravintolapalveluilla, muiden tekijöiden pysyessä vakioina (Soppi 2006).

Pohjoismaisia elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden kysyntäjoustoja selvittäneessä tutkimuksessa Suomen tulokset ovat samansuuntaisia kuin edellä mainitussa PTT:n tutkimuksessa. Sen mukaan esimerkiksi ravintolapalveluiden hintajousto on -1,02 eli hieman korkeampi kuin PTT:n tutkimuksessa (Edgerton ja muut 1996).

Ruotsalaisen kaupan tutkimusinstituutin mukaan ravintolapalveluiden hintajousto on kuuden Ruotsia koskevan hintajoustotutkimuksen tulosten perusteella keskimäärin -1,2 (Hortlund & Sandholdt 2010).

Kaiken kaikkiaan edellä mainitut hintajoustotutkimukset sekä muu joustoihin liittyvä tutkimustieto arvioivat melko yhdenmukaisesti, että ravintolapalveluiden kysyntäherkkyys hinnan suhteen on korkeampi kuin mitä elintarvikkeilla on.

Arvioita veromuutosten kokonaistaloudellisista vaikutuksista

Valtion taloudellinen tutkimuskeskus (VATT) on laskenut yleisellä tasapainomallilla (VATTAGE) verokantamuutosten aiheuttamia kokonaistaloudellisia vaikutuksia. Laskelmissa ei ole otettu huomioon sitä, että elintarvikkeiden arvonlisäverokanta on alennettu 12 prosenttiin vuoden 2009 loka-kuun alusta. Laskelmat on tehty sen mukaan, että elintarvikkeiden verokanta alenee 17 prosentista 13 prosenttiin ja ravintolapalveluiden verokanta 22 prosentista 13 prosenttiin, yleinen verokanta nousee 23 prosenttiin ja alennettu 8 prosentin verokanta nousee 9 prosenttiin (HE 137/2009).

VATT:n mukaan kokonaistaloudellisina vaikutuksina verokantojen muutoksen johdosta bruttokansantuote kasvaisi 0,1 prosenttia kansantalouden perusurasta sekä tavaroiden ja palvelujen kokonaiskysyntä kasvaisi 0,4 prosenttia. Elintarvikkeiden kotimaiseen tuotantoon tulisi 0,4 prosentin sekä ravintola- ja ateriapalvelujen tuotantoon 3,4 prosentin kasvu. Elintarvikkeiden arvonlisäverokannan alentaminen olisi merkinnyt noin 405 miljoonan euron ja ravintolaruoan arvonlisäverokannan alentaminen noin 260 miljoonan euron vuotuista verotulojen bruttomenetystä. Veromenetyksen vastapainona yleisen arvonlisäverokannan korotus tuottaisi noin 485 miljoonaa euroa ja toisen alennetun verokannan korotus noin 70 miljoonaa euroa (HE 137/2009).

Työllisyys paransi veronalennuksen vuoksi 9 500 henkilöllä, mutta verokantojen korottaminen vaikuttaisi työllisyyttä heikentävästi, jolloin kokonaistyöllisyyden paraneminen jäisi 4 800 henkeen. Ravintolapalvelujen työpaikkojen lisäys olisi 3 000 henkilöä. Kaupassa ja elintarviketeollisuudessa syntyisi joitakin satoja uusia työpaikkoja. Ravintola- ja ateriapalvelujen verokannan alennus 22 prosentista 13 prosenttiin merkitsisi noin 258 miljoonan euron vuotuista verotulojen menetystä (HE 137/2009).

Tämän tutkimuksen suuntaa antavia arvioita ruokapalveluiden arvonlisäveron alennuksen välittömistä vaikutuksista ravintola-alan kysyntään

Suomessa ravintola-alan kokonaismyynnin arvo oli 5,48 miljardia euroa vuonna 2009 (taulukko 10). Alan myynnin kokonaisarvo supistui edellisvuodesta vajaat 3 prosenttia. 2000-luvulla ruoan osuus anniskeluravintoloiden myynnistä on selvästi noussut ja alkoholijuomien osuus on vastaavasti selvästi laskenut. Ruoalla oli vuonna 2009 jo yli 48 prosentin osuus A- ja B-anniskeluravintoloiden kokonaismyynnistä, kun se vuonna 2000 oli noin 41 prosenttia (taulukko 11). C-anniskeluravinto-

loissa ruoalla oli vuonna 2009 lähes 75 prosentin osuus niiden kokonaisymyynnistä, kun se vuonna 2000 oli vajaat 52 prosenttia (Valvira 2011).

TAULUKKO 10. Ravintola-alan kokonaisymyynnin arvon (mrd. euroa) jakautuminen anniskeluravintoloissa*, kahviloissa/pikaruokaravintoloissa ja henkilöstöravintoloissa** vuonna 2009 (Valvira 2011 ja MaRa 2011).**

Kokonaisymyynti toimialoittain	mrd. euroa	Osuus, %, myynnistä
A- ja B-ravintolat,	3,27	59,7
C-ravintolat	0,53	9,7
Kahvilat ja pikaruokaravintolat	0,65	11,9
Henkilöstöravintolat	1,03	18,8
Yhteensä	5,48	100,0

* Anniskeluravintoloiden myyntitiedot ovat Valviran tilastoista.

** Kahviloiden ja pikaravintoloiden sekä henkilöstöravintoloiden myyntitiedot ovat MaRan tekemiä arvioita Tilastokeskuksen tietojen pohjalta.

Ravintola-alan tilastoidut kokonaisymyyntitiedot sisältävät ruokamyynnin lisäksi alkoholimyynnin ja muun myynnin (virvoitusjuomat ja tupakka ym.). Ruokapalveluiden arvonlisäveron alennus ei kohdistunut alkoholiin tai tupakkaan, joten kysyntä- ja työllisyysvaikutuksia laskettaessa niiden osuus tulee vähentää ravintola-alan myyntitiedoista.

Ravintoloiden ruokapalveluiden myynnille voidaan taulukoiden 10 ja 11 tietoja hyödyntäen laskea niiden laskennallinen osuus ravintola-alan kokonaisymyynnistä. Taulukon 11 mukaan ravintolaruokan ja kahvin osuus kokonaisymyynnistä oli A- ja B-anniskeluravintoloissa noin 48 prosenttia vuonna 2009. Niiden lisäksi arvonlisäveron alennus koski virvoitusjuomia, jotka kuuluvat Valviran myyntitilastoissa muihin myynteihin. Muu myynti sisältää virvoitusjuomien lisäksi muun muassa tupakan kaltaisten tuotteiden myynnin. Tupakkatuotteiden osuus ravintoloiden myynnistä on nykyään erittäin pieni, todennäköisesti noin yksi prosenttia. Tällöin voidaan arvioida, että virvoitusjuomien osuus A- ja B-anniskeluravintoloiden kokonaisymyynnistä on noin 7 prosenttia. Yhdistämällä ruoan ja virvoitusjuomien myyntiosuudet saadaan ruokapalveluiden osuudeksi A- ja B-anniskeluravintolan kokonaisymyynnistä 55,4 prosenttia.

TAULUKKO 11. A- ja B-luvan anniskeluravintoloiden kokonaisymyynnin rakenne (%) tuoteryhmittäin 2000-luvulla (Valvira 2011).

	2000	2007	2008	2009
Mallasjuomat, %	24,8	18,5	17,8	17,9
Muut alkoholijuomat, %	25,5	26,2	26,0	25,8
Ruoka + kahvi, %	40,9	46,7	48,0	48,4
Muu myynti, %	8,8	8,6	8,2	8,0
Yhteensä, %	100,0	100,0	100,0	100,1
Yhteensä, mrd. euroa	2,42	3,22	3,35	3,27

Valviran (2011) mukaan C-anniskeluravintoloissa ruoan ja kahvin osuus kokonaisymyynnistä oli 74,8 prosenttia vuonna 2009. Vastaavasti muiden myyntien osuus kokonaisymyynnistä oli 17,2 prosenttia. Tupakkatuotteiden osuus ravintoloiden kokonaisymyynnistä arvioitiin edellä olevan noin yksi prosenttia, joten tämän huomioimisen jälkeen saadaan virvoitusjuomien myyntiosuudeksi 16,2 prosenttia. Tätä taustaa vasten C-anniskeluravintoloissa ruokapalveluiden osuus kokonaisymyynnistä voidaan arvioida olevan noin 91 prosenttia (74,8 % + 16,2 %) (taulukko 12).

Henkilöstöravintoloissa sekä kahviloissa ja pikaruokaravintoloissa myynti koostuu lähes yksinomaan ruokapalveluiden myynnistä. Tässä tutkimuksessa arvioidaan, että noin yksi prosentti näiden ravintoloiden myynnistä on muuta kuin ruokapalveluiden myyntiä, jolloin ruokapalveluilla on 99 prosentin osuus myynnistä.

Taulukossa 10 on esitetty anniskeluravintoloiden, kahviloiden/pikaruokaravintoloiden ja henkilöstöravintoloiden prosentuaaliset osuudet ravintola-alan vuoden 2009 kokonaisymyynnistä. Näitä prosenttiosuuksia käytetään painoina, kun taulukossa 12 esitetään ruokapalveluiden laskennallinen osuus (72,2 %) ravintola-alan myynnistä.

TAULUKKO 12. Ruokapalveluiden (ruoka ja alkoholittomat juomat) laskennallinen osuus ravintola-alan myynnistä.

	A	B	A* B = C
Ravintolatyyppi	*Osuus, %	*Paino	*Kerroin
A- ja B-ravintolat,	55,4	0,597	33,1
C-ravintolat	91,0	0,097	8,8
Kahvilat ja pikaruokaravintolat	99,0	0,119	11,7
Henkilöstöravintolat	99,0	0,188	18,6
Ruokapalveluiden osuus, %, alan myynnistä			72,2

*Osuus (A) on yhtä kuin ruokapalveluiden osuus alan kokonaisymyynnistä eri ravintolatyypeissä. Paino (B) ilmoittaa anniskeluravintoloiden, kahviloiden/pikaruokaravintoloiden ja henkilöstöravintoloiden osuudet ravintola-alan kokonaisymyynnistä vuonna 2009 (ks. taulukko 10). Painottamalla osuuksia saadaan kullekin ravintolatyypille kerroin C ($A*B = C$), ja näiden kertoimien summa on ruokapalveluiden laskennallinen osuus (%) ravintola-alan myynnistä.

Ruokapalveluiden myynti kuormittaa ravintolan työvoimaa enemmän eli on työvoimavaltaisempi kuin esimerkiksi alkoholimyynti. Siten voidaan arvioida, että ruokapalveluiden työllisyysosuus on sen myyntiosuutta suurempi. Edellä arvioitiin, että ravintola-alan myynnistä ruokapalveluilla on laskennallisesti 72,2 prosentin osuus. Ruokapalveluiden työllisyysosuuden arvioidaan tässä tutkimuksessa olevan hieman suurempi, noin 80 prosenttia. Ruokapalveluiden osuutta ravintola-alan myynnistä ja työllisistä tarvitaan, kun hintajoustoja käyttäen lasketaan ruokapalveluiden arvonlisäveron alennuksen vaikutus alan myyntiin ja työpaikkojen määrään.

Vuonna 2009 ravintola-alan kokonaisymyynti oli 5,48 mrd. euroa (ks. taulukko 10). Edellä mainittujen laskelmien mukaan ruokapalveluiden osuus ravintola-alan liikevaihdosta on 72,2 prosenttia. Tätä prosenttiosuutta käyttäen voidaan arvioida, että ruokapalveluiden kokonaisymyynti vuonna 2009 oli 3,96 mrd. euroa.

Vuonna 2009 koko majoitus- ja ravitsemistoiminnan alalla olevan henkilöstön määrä (henkilötyövuodet) oli 54 249 ja heistä 44 156 (81 prosenttia) toimi ravitsemistoiminnan tehtävissä. Kansantalouden tilinpidon mukaan vuonna 2009 majoitus- ja ravitsemistoiminnan työllisten eli työpaikkojen kokonaismäärä oli 80 700 (Tilastokeskus 2011). Voidaan olettaa, että ravitsemistoinnalla on koko majoitus- ja ravitsemistoiminnan työpaikkojen määrästä suunnilleen sama osuus (81 prosenttia) kuin henkilötyövuosissa mitattuna. Tällöin vuonna 2009 ravitsemistoiminnan työpaikkojen määrä oli 65 367 (0,81*80 700).

Edellä mainittujen laskelmien mukaan ruokapalveluiden osuus ravintola-alan työllisten määrästä on noin 80 prosenttia. Tätä prosenttiosuutta käyttäen voidaan arvioida, että ruokapalvelut työllistivät 52 294 (0,8*65 367) ravintola-alan työpaikkaa vuonna 2009.

Ruokapalveluiden arvonlisäveron muutoksen vaikutuksia ravintola-alan myyntiin ja työllisyyteen arvioivissa laskelmissa (taulukko B) on ruokapalveluiden hintajoustopuutteen käytetty Edgertonin ja muiden (1996) tutkimuksen mukaista tulosta (-1,02). Hintajoustopuute -1,02 on myös edellä mainittujen eri tutkimusten (Edgerton ja muut 1996, Soppi 2006, Hortlund & Sandholdt 2010) esittämien hintajoustopuutteen (-0,84, -1,02, -1,2) keskiarvo.

Tämän tutkimuksen hintaseurannan mukaan ruokapalveluiden arvonlisäveron yhdeksän prosenttiyksikön alennus aikaansai 4,1 prosentin hintojen alennuksen ruokapalveluissa. Asettamalla ruokapalveluiden hintajoustopuuteksi -1,02 saadaan kysynnän kasvuprosentiksi 4,2.

Tällöin 4,2 prosentin kysynnän kasvun näkyminen myynnissä ja työllisyydessä tarkoittaisi ruokapalveluiden kokonaismyynnin (3,96 mrd. euroa) lisäystä 166 miljoonalla eurolla ja vastaavasti ruokapalveluiden työpaikkojen kokonaismäärään (52 294) tulisi lisäystä 2 196 kappaletta (taulukko 13).

TAULUKKO 13. Ruokapalveluiden myynnin ja työllisten arvioitu lisäys, kun kysynnän kasvu on 4,2 prosenttia.

*Hintajoustopuute	Hintojen lasku, %	Kysynnän kasvu, %	Ruokapalveluiden kokonaismyynnin lisäys, milj. euroa	Ruokapalveluiden työpaikkojen määrän lisäys
-1,02	-4,1	4,2	166	2 196

* Tässä laskelmassa käytetty ruokapalveluiden hintajoustopuute on peräisin Edgertonin ja muiden (1996) tutkimuksesta.

Mikäli ruokapalveluiden arvonlisäveron alennus olisi siirtynyt täysimääräisesti sellaisten ravintoloiden hintoihin, jotka eivät myy take away -ruokaa, olisivat niiden hinnat alentuneet laskennallisesti 7,4 prosenttia (ks. luku 2.1). Tällöin kysyntä olisi kasvanut ruokapalveluiden hintajoustopuutteen (-1,02) kautta noin 7,6 prosenttia. 7,6 prosentin kysynnän kasvu olisi voinut kasvattaa ruokapalveluiden työllisten määrää lähes 4 000:lla.

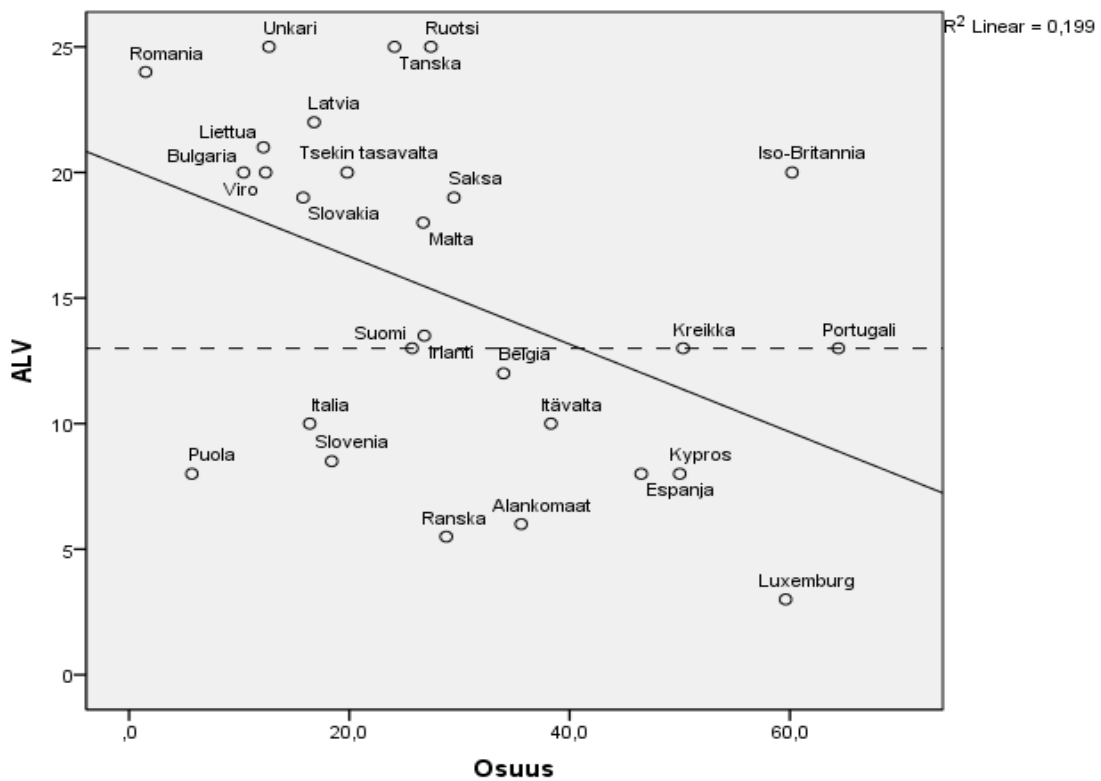
Take away -ruokaan kohdistui arvonlisäveron alennuksen sijasta alv:n yhden prosenttiyksikön korotus. Take away -ruoalla on keskimäärin noin 10 prosentin osuus suomalaisen ravintolan verollisesta kokonaismyynnistä (ks. luku 2.1), joten koko ruokapalveluiden kokonaismyynti ja kaikki ruokapalveluiden työlliset eivät kuulu alv:n alennuksen piiriin. Mikäli ruokapalveluiden kokonaismyynnistä ja työllisistä vähennetään take away -ruoan myyntiosuuden mukainen 10 prosenttia, saadaan ruokapalveluiden kokonaismyynniksi 3,56 mrd. euroa ja työllisten eli työpaikkojen kokonaismääräksi 47 064. Taulukon 13 mukaisella 4,2 prosentin kysynnän kasvuoletuksella ruokapalve-

luiden kokonaismyynti kasvasi tuolloin noin 150 miljoonaa euroa ja työllisyysvaikutuksena ruokapalveluiden työpaikkojen määrä kasvasi 1 976 työllisellä.

Ravintola-alan yksi ominaispiirre on kilpailun kireys ja uuden yrityksen alhainen aloittamiskynnyks. Siten on odotettavissa, että arvonlisäveron muutoksen vaikutus näkyy jonkin verran myös pitkällä aikavälillä ruokapalveluiden hinnoissa ja sitä myöten myös alan kysynnässä ja työllisyydessä.

Kuvassa 5 tarkastellaan ravintoloiden ruokapalveluiden arvonlisäverokannan tasoa ja ravintolapalveluiden kulutusosuutta kotitalouksien ruoan ja juomien kokonaiskulutuksesta EU:n jäsenmaissa. Arvonlisäverokannat ovat vuoden 2011 alun tilanteen mukaisia, mutta ravintolapalveluiden kulutusosuudet ovat viimeisimpien kulutustutkimusten mukaisia eli ovat peräisin vuodelta 2005. Mallin selitysaste on 0,2, joten noin viidennes ravintolapalveluiden kulutusosuuden vaihtelusta voidaan selittää ruokapalveluiden arvonlisäverokannan vaihtelulla.

Iso-Britanniaa lukuun ottamatta useimmissa läntisen Euroopan jäsenmaissa alhaisella ruokapalveluiden arvonlisäverokannalla ja korkealla ravintolapalvelujen osuudella ruoan ja juomien kokonaiskulutuksesta on melko selkeä yhteys. Niissä jäsenvaltioissa, joissa ravintolapalvelujen osuus ruoan kokonaiskulutuksesta on suuri, on yleensä myös melko alhainen ruokapalveluiden arvonlisäverokanta (kuva 5).



KUVA 5. Ruokapalveluiden arvonlisäverokannat EU:n jäsenmaissa (Euroopan komissio 2011) ja ravintolapalvelujen (sisältää alkoholijuomat) osuus (%) kotitalouksien kaikesta ruoan ja juomien (sisältää alkoholijuomat) kulutuksesta EU:n jäsenmaissa (Eurostat 2005).

Suomessa ravintolapalveluiden kulutuksen osuus ruoan ja juomien (sisältää alkoholijuomat) kokonaiskulutuksesta oli vuonna 2005 jonkin verran alhaisempi kuin mitä nykyinen ruokapalveluiden arvonlisäverokannan 13 prosentin taso antaisi odottaa. Suomessa ravintolapalveluiden kulutuksen osuus ruoan ja juomien kokonaiskulutuksesta on vuoden 2005 tilastotietojen mukaan noin 26 prosenttia (Eurostat 2005). Kuvan 5 mukaan keskimäärin EU:n alueella ruokapalveluiden 13 prosentin arvonlisäverokantaa tulisi vastata noin 40 prosentin tasolla oleva ravintolapalveluiden kulutuksen osuus ruoan ja juomien (sisältää alkoholijuomat) kokonaiskulutuksesta. On siten odotettavissa, että ravintolapalvelujen osuus ruoan ja juomien kokonaiskulutuksesta nousee Suomessa arvonlisäveron alennuksen myötä ainakin jonkin verran.

Nuoremmille ikäluokille ulkona ruokailu on huomattavasti luontevampaa ja yleisempää kuin vanhemmille ikäluokille (Varjonen ja Aalto 2010). Sen lisäksi ruokailutottumusten muutokset sekä yleinen elintason nousu lisäävät tulevaisuudessa kodin ulkopuolella tapahtuvan syömisestä ruoan kokonaiskulutuksesta. Näillä tekijöillä on arvonlisäveron alennuksen ohella ravintola-alan myyntiä ja työllisyyttä lisäävä vaikutus.

Arvonlisäveron ohella ravintolaruokailun yleisyyteen eri maissa vaikuttavat myös kulttuuriset ja taloudelliset tekijät. Britanniassa on vahva pubikulttuuri ja Etelä-Euroopan maissa syödään perinteisesti paljon perheravintoloissa. Näissä maissa myös turismilla on vahva osuutensa ravintolaruokailun tarjontaan ja kysyntään. Luxemburgissa puolestaan on varakas väestö sekä runsas EU-virkamiehistö, joka käyttää paljon ravintolapalveluita. Siten kuvan 5 osoittama ruokapalveluiden alv:n ja ravintolapalveluiden kulutusosuuden (kotitalouksien ruoan ja juomien kokonaiskulutuksesta) välinen yhteys on mielenkiintoinen, mutta kulutusosuutta selittävät myös muut ruokapalvelujen käyttöön vaikuttavat tekijät.

5 YHTEENVETO JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Ravintolassa nautitun ruoan ja alkoholittomien juomien eli ravintoloiden ruokapalveluiden arvonlisävero aleni 22 prosentista 13 prosenttiin 1.7.2010. Poliittisena päätöksenä tehdyn ruokapalveluiden veromuutoksen kautta haluttiin vaikuttaa kuluttajien ostovoimaan. Alennusta perusteltiin myös ravintola-alan työllisyyden turvaamisella.

Ulosmyytävän eli take away -ruoan arvonlisävero nousi samanaikaisesti 12 prosentista 13 prosenttiin, joten vuoden 2010 heinäkuun alusta alkaen kaupasta ostettavan, ravintoloiden take away -ruoan ja ravintoloiden ruokapalveluiden arvonlisävero on ollut samalla tasolla.

EU:n jäsenmaiden ruokapalveluiden arvonlisäverokannat vaihtelevat kolmesta prosentista aina 25 prosenttiin saakka. Vuoden 2011 tammikuussa keskimääräinen ruokapalveluiden alv-kanta EU-27-alueella oli 15,2 prosenttia. Asukasluvulla painotettu verokanta on 13,9 prosenttia, joten Suomessa ruokapalveluiden alv-kanta on laskenut hieman unionin keskimääräisen tason alapuolelle.

Alv:n muutokset heinäkuun alussa olisivat voineet alentaa ravintolaruoan hintoja laskennallisesti keskimäärin 6,6 prosentilla, kun huomioidaan sekä ravintolassa nautitun ruoan arvonlisäveron alennus että take away -ruoan arvonlisäveron nousu. Mikäli ravintolalla ei ole take away -ruoan myyntiä, oli sen laskennallinen hinnanalennusvara 7,4 prosenttia.

Keskeinen osa tätä tutkimusta on ruokapalveluiden hintojen tarkastelu ennen ja jälkeen arvonlisäveron muutoksen. Hintojen muutosta tutkittiin keräämällä yhteensä 2 058 hintatietoa 392 ravintolasta eri puolilta Suomea. Aluehallintovirastojen ja Ahvenanmaan valtionviraston tarkastajat

keräsivät hintatiedot vuoden 2010 toukokuussa ja syyskuussa käymällä paikan päällä ravintolassa. Tällä tavoin varmistettiin hintatietojen virheettömyys ja ajan tasalla oleminen.

Hintaseurannan kulutusosuuksilla painotetut ruokapalveluiden hintamuutokset osoittavat, että vuoden 2010 heinäkuussa voimaan tullut ruokapalveluiden arvonlisäveron alennus laski kuluttajahintoja koko toimialalla toukokuun lopulla ja syyskuun alussa tehtyjen hintakeräysten mukaan keskimäärin 4,1 prosenttia. Hintaseurannan mukaan Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRan ry:n jäsenravintoloissa hinnat laskivat keskimäärin 5,7 prosenttia. Muissa eli järjestäytymättömissä ravintoloissa hinnat putosivat keskimäärin 1,8 prosenttia. Tilastokeskuksen (2011) mukaan ruokapalveluiden kuluttajahinnat laskivat vuoden 2010 toukokuusta vuoden 2010 syyskuuhun noin 4,5 prosenttia ja yleinen kuluttajahintaindeksi nousi vastaavana ajanjaksona 0,5 prosenttia.

Arvonlisäveron alennus siirtyi kuluttajahintoihin vaihtelevasti eri ravintolatyypeissä. Koko toimialalla alennus siirtyi hintoihin parhaiten ketjuihin kuuluvissa kahviloissa (-5,1 %), liikenneasemaravintoloissa (-4,8 %) ja ketjupizzerioissa (-4,7 %). Ketjuihin kuuluvien kahviloiden ja liikenneasemaravintoloiden ravintolatyypeissä MaRan jäsenravintolat veivät keskimääräiseen hinnaan alennusvaraansa (-6,6 %) verrattuna alennuksen täysimääräiseen hintoihin.

Hinnat laskivat ainakin jonkin verran kaikissa ravintolatyypeissä lukuun ottamatta järjestäytymättömiä ketjuihin kuulumattomia pizzerioita, joihin kuuluu myös kebab- ja etnisiä ravintoloita. Hintaseurannan toteuttamisen yhteydessä erään järjestäytymättömän kebab-pizzerian omistaja kyseli hintoja keränneeltä aluehallintoviraston tarkastajalta neuvoa siitä, että olisiko hänen pitänyt laskea vai nostaa hintoja alv:n alentumisen johdosta. Siten joissakin ravintoloissa arvonlisäveron alennuksen heikko siirtyminen ruokapalveluiden hintoihin voi johtua myös siitä, että informaatio arvonlisäveron alentamisesta ei tavoittanut yrittäjiä tarpeeksi hyvin tai sitten sitä ei osattu tulkita oikein.

Pääosin eri ravintolatyypit veivät arvonlisäveron alennuksen hintoihin parhaiten niissä ravintola-annoksissa, jotka edustavat kunkin ravintolatyypin ominta toiminta-alueita. Esimerkiksi ketjukahviloissa alv:n alennus siirtyi erityisen hyvin kahvin, erikoiskahvin ja suolaisen kahvileivän hintoihin.

Ketjupizzerioiden ryhmässä yhden suuren ketjun vaikutus näkyi erityisesti virvoitusjuomissa ja kahvissa, sillä kyseinen iso ketju laski reippaasti kahvin hintaa ja nosti jonkin verran virvoitusjuomien hintoja. Siten esimerkiksi kahvin hinta laski ketjupizzerioissa keskimäärin peräti 12 prosenttia. Kahvin kaltaisessa tuotteessa pienetkin senttimääräiset muutokset näkyvät suhteellisen isoina prosenttimuutoksina, koska sen myyntihinta on melko alhainen.

Eri alueiden välillä oli jonkin verran eroja siinä, miten veromuutos siirtyi ruokapalveluiden hintoihin. Lounais-Suomessa ruokapalveluiden hinnat alenivat keskimäärin 4,2 prosenttia, Etelä-, Länsi- ja Sisä-Suomessa sekä Itä-Suomessa keskimäärin noin 4 prosenttia, Ahvenanmaalla 3,6 prosenttia, Lapissa 3,2 prosenttia ja Pohjois-Suomessa 3,1 prosenttia.

Hintaseurannan tulokset osoittivat, että alv:n muutoksella ei keskimäärin ollut vaikutusta ravintoloiden take away -ruoan hintoihin.

Anniskeluravintoloiden ruokamyynnin arvolla painotetut ruokapalveluiden hintamuutosmuutosprosentit osoittavat, että hinnat laskivat kaikissa seurannassa olleissa anniskeluravintoloissa (163 kpl) keskimäärin 4,9 prosenttia. MaRan jäsenravintoloihin kuuluvissa anniskeluravintoloissa hinnat putosivat keskimäärin 6,0 prosenttia ja järjestäytymättömissä ravintoloissa vastaavasti 1,4 prosenttia.

MaRan jäseniin kuuluvien anniskeluravintoloiden ja järjestäytymättömien anniskeluravintoloiden välillä oli suuri ero siinä, kuinka yleisesti alv:n alennus näkyi hintojen laskuna. MaRan jäsenravintoloista viisi (5,3 %) ja järjestäytymättömistä ravintoloista peräti 44 (65 %) piti ruokapalveluiden hinnat ennallaan tai nosti niitä.

Anniskeluravintoloiden hintamuutosten painottaminen ruokamyynnillä antoi samansuuntaisen, mutta hieman isomman hintamuutosprosentin kuin kaikkien ravintoloiden hintamuutosten painottaminen kulutusosuuksilla. Tätä tulosta voidaan pitää odotettuna, sillä anniskeluravintoloiden joukossa on melko paljon ison ruokamyynnin omaavia ketjuihin kuuluvia ravintoloita, jotka ovat yleensä myös järjestäytyneitä.

Arvonlisäveron yhdeksän prosenttiyksikön alennuksesta seurasi tutkimuksen hintaseurannan tuottamien tulosten perusteella keskimäärin 4,1 prosentin lasku ruokapalveluiden kuluttajahintoihin. Tämä merkitsee 4,2 prosentin kasvua ruokapalveluiden kysyntään. Laskennallisesti välittöminä vaikutuksina ruokapalveluiden kokonaismyyntiin saadaan tällöin 166 miljoonan euron lisäys ja vastaavasti ruokapalveluiden työpaikkojen kokonaismäärään kasvua noin 2 200 kappaleella.

Mikäli ruokapalveluiden kokonaismyynnistä ja työllisistä vähennetään take away -ruoan myyntiosuuden mukainen 10 prosenttia, välittömät vaikutukset ovat hiukan pienemmät. Ruokapalveluiden kysynnän 4,2 prosentin kasvuoletuksella ruokapalveluiden kokonaismyyntiin saadaan lisäystä välittöminä vaikutuksina noin 150 miljoonaa euroa ja vastaavasti työllisyysvaikutuksena ruokapalveluiden työpaikkojen määrä kasvaisi noin 2 000 kappaleella.

Valviran ennakkotietojen mukaan anniskeluravintoloiden ruokamyynnin arvo kasvoi 4 prosenttia vuoden 2010 jälkimmäisellä puoliskolla edellisvuoteen nähden (Valvira 2011b). Siten heti arvonlisäveron alennuksen jälkeen toteutunut anniskeluravintoloiden myynnin arvon kehitys tukee tämän tutkimuksen arviota siitä, että arvonlisäveron alennuksella oli ravintoloiden ruokapalveluiden kysyntään 4,2 prosentin välitön kasvuvaikutus. Anniskeluravintoloiden ruokamyynnin määrä kasvoi hintojen alenemisen ja yleisen taloustilanteen elpymisen vaikutuksesta noin 8 prosenttia vuoden 2010 heinä-joulukuussa edellisvuodesta (ks. luku 4.1).

Tutkimuksen johtopäätöksenä voidaan sanoa, että välittöminä vaikutuksina veronalennus siirtyi koko toimialalla ravintolaruoan ja alkoholittomien juomien asiakashintoihin kohtuullisesti. Ruokapalveluiden hinnat alentuivat MaRan jäsenravintoloissa enemmän kuin järjestäytymättömissä ravintoloissa. Järjestäytyneen ravintolatoimialan veromuutoksen aktiivisella tiedottamisella ja kuluttajien, viestimien sekä tutkimuksen hintakehityksen seurannalla näyttäisi siten olleen myönteinen vaikutus alv:n alennuksen siirtymisessä ravintoloiden ruokapalveluiden hintoihin.

Ruokapalveluiden hintojen seuranta rajoittui tässä tutkimuksessa vuoden 2010 touko- ja syyskuuhun, joten arvonlisäveron alennuksen pidemmän aikavälin vaikutuksesta ruokapalveluiden kuluttajahintojen kehitykseen ei voida tehdä arvioita tutkimuksen tulosten perusteella.

On syytä olettaa, että mikäli yleisen taloudellisen tilanteen kohentuminen jatkuu, kuluttajat panostavat entistä enemmän ulkona ruokailuun. Arvonlisäveron alennuksen lisäksi myös muut seikat vaikuttavat ravintola-alan myyntiin ja työllisyyteen myönteisesti. Tällaisia kodin ulkopuolella tapahtuvan syömisen osuutta ruoan kokonaiskulutuksesta lisääviä tekijöitä ovat ainakin ruokailutottumusten muutokset, nuorempien ikäluokkien ulkona ruokailun yleisyys sekä yleinen elintason nousu.

LÄHTEET

- Deaton A & Muellbauer J (1980) An Almost Ideal Demand System. *American Economic Review* 70: 312–326.
- Edgerton, D L, Assarsson B, Hummelose A, Laurila I P, Rickertsen K & Vale P H (1996) *The Econometrics of Demand Systems. With Applications to Food Demand in Nordic Countries.* Kluwer Academic Publishers.
- Eduskunnan tarkastusvaliokunta (2010) Suomen kansainvälistyvä harmaa talous. Eduskunnan tarkastusvaliokunnan julkaisuja 1/2010.
- Euroopan komissio (2006) Commission Directive 2006/112/EC.
- Euroopan komissio (2009) Commission Directive 2009/47/EC.
- Euroopan komissio (2011) VAT Rates Applied in the Member States of the European Community: situation 1.1.2011.
- Eurostat (2005). Eurostat database, www.ec.europa.eu/eurostat.
- FAO, Food and Agriculture Organization (2011) Food Price Index.
- Harju J ja Kosonen T (2010) Ravintoloiden arvonlisäveroalennuksen hintavaikutukset. VATT Muistiot 10.
- Hortlund P & Sandholdt N (2010) Sänkt moms – högre sysselsättning? AB Handelns Utredningsinstitut.
- HE 114/2008. Hallituksen esitys.
- HE 137/2009. Hallituksen esitys.
- Helsingin Sanomat (2010) Moni ravintolanpitäjä ei edes tiedä arvonlisäveron kevennyksestä. Helsingin Sanomat 13.7.2010.
- Kosonen T (2010) What was actually cut in barbers` VAT cut? VATT Working papers 18.
- Lith P (2010) Majoitus- ja ravitsemisalalan piilotalous. Liite 3 Eduskunnan tarkastusvaliokunnan julkaisussa 1/2010.
- MaRa (2010a) Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry. Hinnanalennukseen sitoutuneet jäsenravintolat. <http://www.mara.fi/?file=972>
- Peltoniemi A & Varjonen J (2010) Elintarvikkeiden alv-alennus ja hintakehitys: hintaseurannan tulokset ja katsaus kuluttajahintaa määrittäviin tekijöihin. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 1/2010.
- Peltoniemi A & Varjonen J (2011) Elintarvikkeiden hintaseuranta ja elintarvikemarkkinoiden kehitys vuosina 2008–2010. Kuluttajatutkimuskeskus. Työselosteita ja esitelmiä 131/2011.
- Ramsey F (1927) A Contribution to The Theory of Taxation. *Econ. Journal* 37.
- Ranskan elinkeinoministeriö (2010) Bilan de la baisse de TVA dans la restauration. <http://www.economie.gouv.fr>
- Rauhanen T & Peltoniemi A (2006) Elintarvikkeiden ja ruokapalveluiden arvonlisäverotus EU:ssa ja Suomessa. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen raportteja n:o 196.
- Ravintolaruokailun Trenditutkimus (2008) TNS Gallup Oy.
- Soppi P (2006) Elintarvikkeiden ja ravintolapalveluiden kysyntä Suomessa. Pellervon taloudellisen tutkimuslaitoksen työpapereita n:o 84.
- Tilastokeskus (2008) Kuluttajahintaindeksi 2005 = 100. Käyttäjän käsikirja.
- Tilastokeskus, tietokanta (2011) Kuluttajahintaindeksi, kansantalouden tilinpito, panos-tuotos-talukot, yritysrekisteri sekä majoitus- ja ravitsemistoiminnan tilinpäätöstiedot.

- Valtioneuvosto (2009) Valtioneuvoston periaatepäätös hallituksen toimintaohjelmaksi talousrikollisuuden ja harmaan talouden vähentämiseksi vuosina 2010–2011.
- Valvira (2011a) Sosiaali- ja terveystalouden lupa- ja valvontavirasto, Valvira. Tilastot ja ohjeet. www.valvira.fi
- Varjonen J & Aalto K (2010) Kotitalouksien palkaton tuotanto ja ostopalvelujen käyttö. Kuluttajatutkimuskeskus. Julkaisuja 2/2010.
- Verohallinto (2011) <http://www.vero.fi/>
- Vitriini (2010) Pääkirjoitus: Miksi VATT antaa virheellistä tietoa arvonlisäveron alentamisen vaikutuksista? Vitriini 8/2010.

JULKAISEMATTOMAT LÄHTEET

- MaRa (2010b) Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry:n jäsenrekisteritiedot.
- Valvira (2010) Anniskeluravintoloiden ravintolakohtaiset ruokamyynnin arvot vuodelta 2009.
- Valvira (2011b) Ennakkotieto anniskeluravintoloiden myynnin arvosta vuodelta 2010.

ASiantuntijahaastattelut

- Tutkimuspäällikkö Heikki Lankinen
Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry
Tietohallintopäällikkö Lennart Wahlfors
Sosiaali- ja terveystalouden lupa- ja valvontavirasto, Valvira

LIITE 1

Tuote-ryhmä	Ravintolatyyppi ja tuotteet	Tarkka tuotekuvaus	Tuotteen hinta, euroa
	1. RUOKARAVINTOLA (A LA CARTÈ YM.)		
111	Naudanliharuoka/sianliharuoka		
111	Kanaruoka		
111	Kalaruoka		
111	Pääruokasalaatti		
114	Virvoitusjuoma		
115	Kahvi		
115	Erikoiskahvi, latte/cappucino		
116	Jälkiruoka		
	2. HENKILÖSTÖRAVINTOLA		
111	Peruslounasateria (lounaspaketti)		
111	Lounaskeitto/lounassalaatti		
112	Suolainen kahvileipä		
113	Makea kahvileipä		
115	Kahvi		
116	Jälkiruoka		
	3. KETJUKAHVILA		
111	Pääruokasalaatti		
112	Suolainen kahvileipä		
113	Makea kahvileipä		
114	Virvoitusjuoma		
115	Kahvi		
115	Erikoiskahvi, latte/cappucino		
	4. KETJUIHIN KUULUMATON PAIKALLINEN KAHVILA		
111	Pääruokasalaatti		
112	Suolainen kahvileipä		
113	Makea kahvileipä		
114	Virvoitusjuoma		
115	Kahvi		
115	Erikoiskahvi, latte/cappuccino		
	5. LIIKENNEASEMARAVINTOLA		
111	Peruslounasateria (lounaspaketti)		
111	Lounaskeitto/lounassalaatti		
112	Suolainen kahvileipä		
113	Makea kahvileipä		
114	Virvoitusjuoma		
115	Kahvi		
115	Erikoiskahvi, latte/cappuccino		
	6. KETJUPIZZERIA		
111	Pizza		
111	Pääruokasalaatti		
114	Virvoitusjuoma		
115	Kahvi		
	7. KETJUIHIN KUULUMATON PAIKALLINEN pizzeria/kebab/etninen		
111	Pizzaa/kebab/pasta ym.		
111	Pääruokasalaatti		
114	Virvoitusjuoma		
115	Kahvi		
	8. PIKARUOKAKETJUN RAVINTOLA		
111	Hampurilainen ym.		
111	Hampurilaisateria ym.		
111	Pääruokasalaatti		
113	Makea kahvileipä		
114	Virvoitusjuoma		
115	Kahvi		

Ravintoloiden ruokapalveluiden alv-alennus ja hintakehitys vuonna 2010
Ari Peltoniemi, Johanna Varjonen



KULUTTAJATUTKIMUSKESKUS

Kaikukatu 3, 00530 Helsinki
PL 5, 00531 Helsinki
Puh. 010 605 9000
Faksi (09) 876 4374
www.kuluttajatutkimuskeskus.fi